

ADAC Stiftung

Zwischen Frust und Freiheit: Mobilität junger Menschen

Eine Vertiefungsstudie zu Einstellungen und Verhalten in der 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 Ober-
bayern am 22. September 2016 anerkannte
Stiftung bürgerlichen Rechts. Die ADAC Stif-
tung verfolgt ausschließlich und unmittelbar
mildtätige und gemeinnützige Zwecke im
Sinne der Abgabenordnung (AO).

Autorinnen und Autoren

Prof. Dr.-Ing. Dirk Wittowsky, Institut für
Mobilitäts- und Stadtplanung der Universität
Duisburg-Essen
Fabia Scharf, Institut für Mobilitäts- und
Stadtplanung der Universität Duisburg-Essen
Dr. Sören Groth, studio next mobility
Dr. Susanne Langenohl, ADAC Stiftung
Dr. Rusanna Gaber, SINUS-Institut
Dr. Silke Borgstedt, SINUS-Institut

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

Korrektorat

Textpur

Layout und Datenvisualisierung

Schiwa Saadat und Jeroen Christiaan Verloop

Bibliografische Daten

Erscheinungstag: 20. November 2025
DOI: <https://doi.org/10.69154/20251103>

Zitationshinweis

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

Inhalt

1	Mobilität im Wandel – warum junge Menschen anders unterwegs sind	6
2	Wie Mobilität in der jungen Gen Z beeinflusst wird	8
2.1	Generationsperspektive	9
2.2	Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen	11
2.3	Mesosoziale Bedingungen	13
2.4	Personelle Ebene	14
2.5	Junge Mobilität im Fokus	16
3	Forschungsdesign	20
3.1	Forschungsfragen	21
3.2	Fragebogendesign	22
3.3	Datenerhebung und -auswertung	24
4	Wie junge Menschen unterwegs sind	26
4.1	Mobilitätsvoraussetzungen	27
4.2	Verkehrsmittelwahl im Alltag	40
4.3	Multimodalität: Next „New Generation“	57
4.4	Multimodalität als Ausdruck mobilitätsbezogener Resilienz und Anpassung	66

5	Was Mobilität für junge Menschen bedeutet	68
5.1	Wachsender gesellschaftspolitischer Stellenwert von Verkehr und Mobilität unter jungen Leuten	69
5.2	Entscheidungsfaktoren für die Verkehrsmittelwahl	71
5.3	Symbolisch-emotionale Dimensionen von Automobilität	81
5.4	Symbolisch-emotionale Orientierungen hin zu Pkw-Alternativen	91
5.5	Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein, aber ohne Dogma	99
5.6	Offenheit für Neues	108
5.7	Prädiktoren einer autobasierten Multimodalität	116
5.8	Zwischen symbolisch-emotionalem Pkw-Backlash und progressivem Gestaltungswillen	118
6	Mobilität von morgen – Erwartungen, Wünsche, Zumutungen	120
6.1	Was junge Menschen brauchen – und was sie fordern	121
6.2	Offenheit für Innovation, aber realistisch gedacht	133
6.3	Pragmatische Zukunftsbilder einer innovationsoffenen Generation	152
7	Was jetzt zählt	154
7.1	Kernergebnisse im Überblick	155
7.2	Limitationen und weiterer Forschungsbedarf	159
8	Literaturverzeichnis	162

1

Mobilität im Wandel – warum junge Menschen anders unterwegs sind

Einführung: zwischen Wahl-
freiheit und Wirklichkeit

Mobilität bedeutet für junge Menschen schon immer mehr, als nur unterwegs zu sein, sie beinhaltet für sie die Entdeckung von Selbstbestimmung, Freiheit und sozialer Teilhabe (Sheller & Urry, 2006). In einer Zeit, die von multiplen Krisen, wachsenden Unsicherheiten und der Suche nach individueller Identität geprägt ist, gewinnt sie jedoch eine neue, vielschichtige Bedeutung. Die heutige junge Generation – häufig als Generation Z (Gen Z) bezeichnet – bewegt sich in komplexen Konstellationen und Aushandlungsprozessen: Politische Instabilität, ökonomische Zwänge, Umweltprobleme und gesellschaftlicher Wandel schaffen ein Spannungsfeld, in dem Entscheidungen nicht mehr nur auf Zustimmung und Ablehnung sowie auf Bequemlichkeit oder Geschwindigkeit basieren, sondern auch Verantwortung, Sinnhaftigkeit und Zukunftsperspektiven berücksichtigen müssen (z. B. Brand, 2009; Demirović, 2013). Gleichzeitig eröffnen technologische Innovationen eine Vielzahl neuer Mobilitätsformen und digitale Vernetzungsmöglichkeiten ermöglichen innerhalb des Mobilitätssystems neue Wahlfreiheiten, die möglicherweise den Übergang zu einer postfossilen Mobilität beschleunigen (z. B. Urry, 2013). Wann, wo und wie man mobil ist, lässt sich heute so flexibel gestalten wie nie zuvor (Canzler & Knie, 2016). Zudem sind die Digital Natives in eine Welt eingetreten, in der sie es gewohnt sind, aktuelle Informationen sehr schnell zu erhalten und mehrere Aktivitäten parallel zu erledigen, sei es bei der Arbeit oder in der Freizeit, beim Einkaufen oder beim Knüpfen sozialer Kontakte (ebd.).

Vor diesem Hintergrund verfolgt die vorliegende vertiefende Jugendstudie das Ziel, ein tieferes Verständnis davon zu gewinnen, wie junge Menschen auf die aktuelle und die zukünftige Mobilität blicken, welche Bedürfnisse, Werte und Haltungen sie damit verbinden, wie sie sich konkret fortbewegen und reisen und wie sie sich die Mobilität von morgen vorstellen. Damit setzt die Untersuchung an einer bestehenden Forschungslücke an. In Deutschland existiert bislang

keine umfassende Studie, die Mobilitätspraktiken, mobilitätsbezogene Dispositionen und Zukunftsperspektiven der Gen Z umfassend in den Blick nimmt und zugleich in einen gesamtgesellschaftlichen, intergenerationalen Kontext einordnet. Der Fokus der Untersuchung liegt auf jungen Menschen im Alter von 16 bis 27 Jahren, also der Gen Z. Um intergenerationale Vergleiche zu ermöglichen und die Besonderheiten dieser Altersgruppe besser einordnen zu können, wurde das Altersspektrum der Stichprobe erweitert und ergänzend wurden Daten für die Gesamtbevölkerung bis zum Alter von 74 Jahren erhoben.

Die Studie wurde von der ADAC Stiftung beauftragt und in enger Zusammenarbeit mit der Universität Duisburg-Essen, dem studio next mobility sowie dem SINUS-Institut konzipiert und durchgeführt. Ergänzend zum vorliegenden Forschungsbericht erscheinen ein Grundlagenbericht, der zentrale Befunde deskriptiv und überblicksartig aufbereitet, sowie ein Policy Paper, das zentrale Impulse für Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft formuliert.

Der Bericht gliedert sich in fünf Hauptkapitel. Zu Beginn werden die mobilitätspsychologischen, sozialen und räumlichen Grundlagen junger Mobilität sowie theoretische Ansätze und aktuelle Forschungserkenntnisse skizziert. Anschließend wird das methodische Vorgehen erläutert, bevor die empirischen Befunde im Detail dargestellt werden: Welche Voraussetzungen prägen die Alltagsmobilität junger Menschen, wie wählen sie Verkehrsmittel und welche subjektive Bedeutung hat Mobilität für die persönliche Identität, für Umweltbewusstsein und Selbstwirksamkeit? Darauf aufbauend widmet sich die Studie den Zukunftsvorstellungen junger Menschen in Bezug auf Mobilität – ihren Wünschen, Erwartungen und Einstellungen hinsichtlich Innovationen und systemischen Veränderungen. Abschließend werden die zentralen Erkenntnisse zusammengefasst und Limitationen benannt.

2

Wie Mobilität in der jungen Gen Z beeinflusst wird

Theoretischer Rahmen und Forschungsstand

Eine generationsbezogene Perspektive auf Alltagsmobilitäten in der heutigen Generation junger Erwachsener, der Gen Z, ist von besonderer Bedeutung. Denn sie wächst unter historisch novellierten strukturellen, sozioökonomischen, soziokulturellen und technologischen Bedingungen auf und prägt neue Verkehrsmittelorientierungen, Mobilitätsstile und ganze Mobilitätskulturen mit. Es gilt vor diesem Hintergrund, theoretisch-konzeptionell zu umreißen, welche mobilitätsrelevanten Rahmenbedingungen in die Sozialisationsprozesse der Gen Z einfließen und darüber hinaus die Mobilität von morgen beeinflussen dürften. Ein vergleichender Einbezug der älteren Generationen in die Analyse kann dazu beitragen, die Abzeichnung von möglicherweise langfristigen Trendbrüchen in der heutigen Generation junger Erwachsener zu diskutieren.

Um diese Besonderheiten im weiteren Verlauf der Studie erörtern zu können, werden nachfolgend zentrale Wirkungsebenen erläutert, die Alltagsmobilitäten verschiedener Generationen beeinflussen. Zunächst ist es essenziell, ein Verständnis für generationsbezogene Perspektiven zu vermitteln (Kapitel 2.1). Schließlich gilt es, für spätere Interpretationsansätze die übergeordneten wechselseitigen Wirkmechanismen von vorherrschenden gesellschaftlichen Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen einordnen zu können (Kapitel 2.2), für spezifische meso-soziale (sozialstrukturellen) Bedingungen sensibel zu sein (Kapitel 2.3) und damit verbundene mobilitätspsychologische Bewertungsprozesse auf personaler Ebene zu kennen (Kapitel 2.4). Auf dieser Grundlage wird ein entsprechendes Erkenntnisinteresse hergeleitet (Kapitel 2.5).

2.1 Generationsperspektive

In der sozialwissenschaftlichen Forschung bezeichnet eine Generation eine Alterskohorte von Menschen, die in derselben historischen Zeitspanne geboren sind und dadurch prägende gemeinsame Erfahrungen teilen (Albert et al., 2019). Der Generationsbegriff wurde von dem Soziologen Karl Mannheim geprägt (2023, 1928), indem er einschneidende Erlebnisse von Geburtsjahrgängen herausstellte, die im Ergebnis dauerhaft übergeordnete Orientierungen einer Generation prägen. Die Grundannahme der Generationsperspektive beinhaltet, dass sich junge Generationen

in ihrem Weltbild und spezifischen Verhaltensausprägungen von den vorangegangenen Generationen unterscheiden, da jede Kohorte unter unterschiedlichen soziohistorischen Bedingungen aufwächst. Hierbei gilt es jedoch zu beachten, dass solche als „Lebens- und Generationszusammenhänge“ definierten Besonderheiten immer auch in Abhängigkeit vom sozialen Status unterschiedlich wahrgenommen und gelöst werden (etwa im Zeichen sozialer Klassen- oder Milieuzugehörigkeiten) (Bourdieu, 2016).

Prominent werden in wissenschaftlicher Literatur der Gegenwart vier Generationen ausdifferenziert (z. B. Albert et al., 2019; Heinzlmaier, 2025; Inglehart, 1977; Mangelsdorf, 2015; Scholz, 2014):

Babyboomer

geboren zwischen 1946 und 1964, als Kinder des Wirtschaftswunders und unter dem Einfluss des Kalten Krieges. Diese Generation wird mit hohem Arbeitsethos, beruflichem Erfolg und Aufstieg assoziiert. Hinsichtlich der dieser Generation zugrundeliegenden Werteorientierungen sind hier traditionelle Rollenbilder, ein hoher Leistungswille und materieller Wohlstand hervorzuheben.

Generation X

geboren zwischen 1965 und 1979, erlebte mit den Ölkrisen erste Vorstellungen von den Grenzen des Wachstums, den Beginn der Globalisierung und tiefgreifende ökonomische Veränderungen im Zeichen des Übergangs von der industriellen zur post-industriellen Gesellschaft. Für diese Generation werden erstmals stärkere post-materielle Werteorientierungen konstatiert, wonach Arbeit und Familie nicht mehr alles sind.

Generation Y/Millennials

geboren zwischen 1980 und 1997, ist fundamental durch Digitalisierung, Globalisierung und soziale Medien geprägt. Die Generation macht erste Kontingenzerfahrungen im Zeichen multipler Krisen. Zugleich sind in dieser Generation post-materielle Werteorientierungen vollends entfaltet, d. h. Millennials suchen nicht nur einen Beruf, sondern auch Sinn, Flexibilität und Selbstverwirklichung. Arbeit ist für sie Teil eines Lebens, das aber von Ausgleich und persönlicher Entwicklung bestimmt sein soll.

Generation Z

geboren zwischen 1998 und 2009, als die erste Generation, die von klein auf mit Smartphones, Social Media und einer durchgängigen digitalen Vernetzung aufwächst. Sie legt großen Wert auf Diversität, Nachhaltigkeit und mentale Gesundheit; Bereiche, in denen stärker noch als in den Generationen zuvor erhebliche Kontingenzerfahrungen gemacht werden. Zugleich werden in dieser jungen Generation verstärkt Armutserfahrungen und die Rückkehr sozialer Klassen erlebbar. Die Generation gilt als selbstbewusst in ihren politischen Forderungen, aber auch vorsichtig und realistisch, wenn es um Beruf und Zukunft geht.

Vor dem Hintergrund dieser generationsbezogenen Besonderheiten wird aus Perspektive der Verkehrs- und Mobilitätsforschung davon ausgegangen, dass jede Generation eben auch generationsspezifische Formen der Alltagsmobilität ausbildet. In diesem Kontext wird Mobilität nicht ausschließlich als Mittel zur räumlichen Fortbewegung betrachtet, sondern im Zeichen des new mobility paradigm als Voraussetzung für soziale Teilhabe, Alltagsorganisation und individuelle Lebensgestaltung konzeptualisiert und mit komplexen Sinnzusammenhängen verbunden (Sheller & Urry, 2006; Elliott & Urry, 2010). Es lässt sich diesbezüglich feststellen, dass eine Verschränkung mit gesellschaftlichen Strukturen, mit kulturellen Leitbildern und der Ausbildung persönlicher Bedeutungszuschreibungen in der Mobilitätssozialisation junger Menschen von besonderer Bedeutung ist. Das bedeutet, dass diese Lebensphase von räumlicher und sozialer Expansion geprägt ist. Hier werden neue Bildungs- und Freizeitorte erschlossen, Freundes- und Bekanntenkreise sowie Aktionsradien erweitert, der subjektive Alltag fortwährend komplexer gestaltet (Tully, 1999; Tully & Baier, 2018). In dieser Lebensphase fungiert Mobilität als Instrument zur Verknüpfung räumlich getrennter Lebensbereiche sowie als Mittel zur Exploration und Entwicklung spezifischer Mobilitätsstile. Diese werden im Zeichen distinktiver Selbstinszenierungen und Identität in Abgrenzung zu älteren Generationen erprobt und ausgebildet (ebd.). Generationsbezogene Ausprägungen der Alltagsmobilität bedeuten dabei nicht nur, dass sich junge Menschen zunehmend von primären Sozialisationsinstanzen emanzipieren, sondern auch, dass sie eigene neue generationsspezifische Mobilitätsstile formieren (Götz, 2007). Diese Ablösung geht mit einer bewussten Distanz zu älteren Generationen einher, die nicht nur Abgrenzung bedeutet, sondern auch eine besondere Sensibilität für gesellschaftliche Trends und eine höhere Offenheit für Innovationen beinhaltet (ebd.).

Während sich in den älteren Generationen distinktive Formen der Alltagsmobilität vor allem systemimmanent im Zeichen privater Automobilität vollzogen haben – etwa unter Berücksichtigung symbolisch-emotionaler Bindungen zu spezifischen Automodellen (Choo & Mokhtarian, 2004) –, wurden spätestens mit der Generation Y, den Millennials,

Trends einer möglichen Abkehr vom dominanten System privater Automobilität hin zu einer Multimodalität beobachtet (Kuhnimhof et al., 2011; Kuhnimhof et al., 2012; Delbosc & Currie, 2013; Schönduwe et al., 2012). Diese Beobachtung zu Beginn der 2010er Jahre für die junge Generation Y stellt insofern eine historisch bedeutsame Neuerung dar, weil der Übergang ins fähige Erwachsenenalter in den anderen Generationen mit einem Übergang hin zur mehr oder weniger exklusiven Automobilität korrespondierte (ebd.). Mithilfe von repräsentativen Verkehrsdatensätzen konnte nun gezeigt werden, dass es eine Orientierung hin zur Multimodalität gab, d. h. eine im Alltag verstetigte (flexible) Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel (Groth & Kuhnimhof, 2021). Diese Beobachtung war insofern von Bedeutung, als das private Automobil in multimodalen Verkehrsmittelnutzungen nicht nur seltener, sondern auch für kürzere Distanzen genutzt wird und das Multimodalitätskonzept vor diesem Hintergrund mit starken Nachhaltigkeitszuschreibungen im Feld von Alltagsmobilitäten und -verhalten verbunden wird (Nobis, 2007).

Als Gründe wurden zunächst Veränderungen im Lebenszyklus festgestellt, gleichermaßen aber auch Trends zu veränderten Dispositionen in der Generation beobachtet. Zu den veränderten Lebenszyklen zählte insbesondere, dass sich junge Erwachsene der Generation Y häufiger als die Generationen in den Jahrzehnten zuvor in „nicht-automobilen Lebenslagen“ wiederfanden. Dies impliziert, dass sie sich vermehrt in verlängerten Ausbildungskonstellationen befanden, sich häufiger in städtischen Lebenslagen mit vielen multioptionalen Gelegenheitsstrukturen ansiedelten und/oder die Familienplanung nach hinten verschoben. Daher wurde vor allem ein besonderes Augenmerk auf veränderte Dispositionen der jungen Generation Y gelegt, wobei teilweise Hinweise über ein Ende des Pkw als Statussymbol (Delbosc & Currie, 2014), eine „Ent-Emotionalisierung vom Auto“ (Bratzel, 2014) oder zumindest eine pragmatischere Perspektive bei der Verkehrsmittelnutzung festgestellt werden konnten (Shell Deutschland Holding et al., 2010). In diesem Zusammenhang manifestierten sich jedoch auch Hinweise darauf, dass es sich primär um milieu- oder klassenspezifische Trends

handeln sollte (Hunecke et al., 2020; Groth et al., 2021).

Um spezifische Ausprägungen der Mobilitätspraktiken innerhalb der jungen Gen Z mittels standardisierter Befragungsdaten theoretisch fundiert erschließen zu können, werden ineinander verschränkte kontextuelle Vorüberlegungen in den folgenden Teilkapiteln

2.2 bis 2.4 mit Blick auf die oben genannten konstituierenden Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen, mesosoziale (sozialstrukturellen) Bedingungen sowie individuelle Ressourcenverteilungen und innerpsychologische Dispositionen theoretisch-konzeptionell umrissen. Erste Beobachtungen aus anderen Studien mit Verkehrs- und Mobilitätsbezug zur Gen Z werden integriert.

2.2 Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen

Aufwachsen zwischen Autozentrierung und etablierten Mobilitätsangeboten

Die Mobilitätssozialisation erfolgt zunächst auf Basis der vorherrschenden Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen. Letztere werden in Anlehnung an Giddens (1984) als rekursiv organisierte Menge institutionalisierter (Verkehrs-)Regeln und (Mobilitäts-)Ressourcen beschrieben, auf die Menschen im Rahmen ihrer Alltagsmobilität und ihres Mobilitätshandels zurückgreifen. In der automobilen Gesellschaft dominieren autozentrierte Strukturen, die aus einem „System of Automobility“ (Urry, 2004) hervorgebracht werden. Diese Strukturen sind Ausdruck eines komplexen, sich stetig reproduzierenden Zusammenspiels aus technologischem Fortschritt (z. B. Massenmotorisierung, ubiquitärer Autostraßenausbau, Komfort- und Sicherheitsinnovationen) (Kuhm, 1997), wirtschaftlicher Entwicklung (Wohlstandszuwachs, erschwingliche Fahrzeugpreise) (Häußermann et al., 2008), politischer Unterstützung (Subventionen, Flächenbereitstellung, verkehrsrechtliche Privilegien) (Paterson, 2006) und psychologischen Aufladungen (z. B. affektive Aufladungen des Pkw im Zeichen von Status, Autonomie, Privatheit, Erlebnis) (Sheller, 2004).

Tully und Baier (2018) betonen, dass das Geflecht von Verkehrsinteressen, Infrastrukturen und sozialen Erwartungen einen selbstverstärkenden Charakter aufweist, der die Pkw-Dominanz in den Sozialisierungsprozessen junger Menschen und deren alltäglichen Handlungsroutinen stabilisiert. Gemäß repräsentativen Verkehrserhebungen werden etwa 53 Prozent aller Wege mit dem Pkw zurückgelegt, während Fußwege rund 26 Prozent, Fahrradwege 11 Prozent und Wege mit öffentlichen Verkehrsmitteln ebenfalls 11 Prozent ausmachen (Follmer, 2025). Betrachtet man die zurückgelegten Personenkilometer, steigt der Anteil des Pkw auf 73 Prozent an, während Fahrradverkehr und Fußverkehr jeweils vier Prozent ausmachen und der ÖPNV 19 Prozent erreicht.

Wichtig ist, dass die zuvor skizzierten Strukturen nicht als starre Determinanten zu interpretieren sind. Vielmehr ermöglichen sie spezifische Ausprägungen von Alltagsmobilität und schränken sie zugleich ein. Zudem sind sie an den Handlungsverlauf der Menschen gebunden, über den die autozentrierten Strukturmomente (re)produziert werden (Giddens, 1984). Es sind insbesondere die jungen Generationen, die Veränderungsprozesse

im Bereich der Alltagsmobilität einüben und in diesem Sinne Restrukturierungsprozesse anstoßen (Tully & Alfaraz, 2017; Konrad & Wittowsky, 2018; Franke, 2001).

Hinsichtlich möglicher Restrukturierungsprozesse im Zeichen der Abkehr einer vorherrschenden Automobilität wird i. d. R. ein Stadt-Land-Gefälle konstatiert, wonach vor allem Städte als Innovationszentren konzeptualisiert werden, in denen Pkw-Alternativen erprobt und institutionalisiert werden. Diesbezüglich zeigen die MiD-Daten, dass in Städten der Anteil autofreier Haushalte und die Nutzung von Pkw-Alternativen wesentlich größer sind (Follmer, 2025). In Großstädten können zwischen 30 Prozent und 50 Prozent der Haushalte ohne eigenen Pkw auskommen, während in ländlichen Regionen dieser Anteil oft im niedrigen einstelligen Bereich liegt. Gleichzeitig sind die durchschnittlichen Wegelängen auf dem Land länger, und die ÖPNV-Erreichbarkeit ist schlechter, was wiederum die Abhängigkeit vom Pkw verstärkt (Ahlmeier & Wittowsky, 2018). Hier zeigt sich eine strukturelle Ungleichheit: Während urbane Räume potenziell Pkw-Alternativen strukturell etablieren, die vor allem von jungen Menschen erprobt werden, kann davon ausgegangen werden, dass die räumliche Infrastruktur auf dem Land die Pkw-Zentrierung zementiert und eine Reproduktion autozentrierter Verhaltensmuster durch junge Menschen begünstigt.

Eine besondere Art und Weise, inwieweit die Gen Z eine multimodale Alltagsmobilität vor allem in urbanen Kontexten durch Adaption etablieren könnte, wird über das Konzept der „Smart Mobility“ verhandelt (Docherty et al., 2018). Smart Mobility steht für ein neues, komplexes soziotechnisches System der Alltagsmobilität, dessen Konturen sich seit einigen Jahren stärker abzeichnen und das aus Perspektive der User zwei strukturelle Schlüsselemente vorsieht: Das erste entscheidende Schlüsselement der intelligenten vernetzten Mobilität bezieht sich auf das Konzept des „Nutzen statt Besitzen“, wonach Verkehrsmittel nicht mehr besessen werden

müssen, sondern als Mobilitätsoptionen nach Bedarf im öffentlichen Raum ausgeliehen werden (Wilde, 2023). Neben den „traditionellen“ öffentlichen Verkehrsangeboten (Bahn, Tram, Bus etc.) haben sich insbesondere in städtischen Räumen vermehrt neue Mobilitätsdienstleistungen im Business-to-Consumer (B2C)- oder Peer-to-Peer (P2P)-Format etabliert (Groth, 2019a). Bei den B2C-Dienstleistungen handelt es sich um Vermietungsdienstleistungen, bei denen „User“ als Mieter von angebotenen Verkehrsmitteln des Dienstleisters in Erscheinung treten (z. B. stationsgebundenes und flexibles Carsharing, Bikesharing, neues E-Scooter-Sharing usw.). Bei P2P-Dienstleistungen fungieren die Dienstleister als Intermediäre im Hintergrund, wobei ihre Leistung im Matching von Anbietern und Nachfragern einer Mobilitätsressource besteht (z. B. Mitfahrgelegenheiten, privates Carsharing, nichtkommerzielle Open-Source-Ansätze).

Das zweite Schlüsselement für eine alltägliche multimodale Mobilitätspraxis anstelle einer autobasierten auf Basis einer Smart Mobility ist die Vernetzung aller Mobilitätsdienste mithilfe neuer Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) wie dem Smartphone. Hier gelten insbesondere junge Menschen als Digital Natives besonders technikaffin und unkritisch (Çoklar & Tati, 2021). Das Aufkommen einer Smart Mobility auf der Basis vernetzter Mobilitätsdienste kann als entscheidender Evolutionsschritt betrachtet werden, da es eine Verschmelzung der virtuellen Welt mit der physisch-materiellen Welt darstellt. Aus Perspektive des Nutzens ermöglichen moderne Informations- und Kommunikationstechnologien eine flexible und situationsbezogene Verkehrsmittelwahl (Canzler & Knie, 2016). Das Smartphone kann hierbei als Schaltzentrale von den neuen multimodalen Verhaltensweisen verstanden werden (Cohen-Blankshtain & Rotem-Mindali, 2016). Beispielsweise werden Smartphone-Anwendungen genutzt, um in Echtzeit Informationen über Ankunfts- und Abfahrtszeiten zu erhalten oder um verfügbare Fahrzeuge zu reservieren oder Fahrkarten zu kaufen.

2.3 Mesosoziale Bedingungen

Sozialstrukturen

Die junge Generation ist demnach keineswegs als homogene Gruppe zu lesen, sondern immer stark durch ihren sozialen Nahkontext geprägt. Damit ist gemeint, dass alle sozialhistorischen Besonderheiten, die eine junge Generation teilt, in Abhängigkeit vom sozialen Status unterschiedlich gelöst werden (Twenge, 2023; Lee & Yu, 2023). In den letzten Jahrzehnten hat sich das Konzept sozialer Milieus etabliert, wonach vor allem die post-industriellen Gesellschaften anhand sozioökonomischer und soziokultureller Faktoren ausdifferenziert werden, um soziale Unterschiede, Ungleichheiten und Konflikte sichtbar zu machen, die auch in das Feld der Alltagsmobilität hineinreichen (Hradil, 1992; Schulze, 2005; Vester et al., 2001). Historisch betrachtet wurde die Sozialstrukturanalyse in der Anfangsphase noch stark durch Klassen- und Schichtungsmodelle geprägt.

Im Zentrum milieutheoretischer Ansätze, welche sozioökonomische und soziokulturelle Dimensionen miteinander verbanden, stand die Beobachtung, dass Individualisierung keineswegs eine Atomisierung sozialer Strukturen impliziert, sondern vielmehr mit der Herausbildung neuer kollektiver Orientierungen und Zugehörigkeiten einhergeht (Hradil, 2006, Götz & Schubert, 2004). Lebensstile und soziale Milieus wurden folglich zu analytischen Kategorien, die Selbstverortungen, Kommunikationsstile, Geschmackspräferenzen und Konsumpraktiken erfassen und zu Clustern verdichten.

Auch die internationale Verkehrs- und Mobilitätsforschung rezipierte diesen Paradigmenwechsel. Lebensstile wurden genutzt, um Orientierungen im Mobilitätsverhalten zu clustern und deren Erklärungskraft in Bezug auf Alltagsmobilität zu überprüfen (Choo & Mokhtarian, 2004). Darauf aufbauend entstanden Konzepte wie Mobilitäts- und Modalitätsstile, die verkehrsbezogene Orientierungen systematisch einbeziehen (Anable, 2005; Lanzendorf, 2002). Analog zur Marktforschung erlaubten diese Ansätze eine

präzise Zielgruppenanalyse und dienten als Grundlage zur Entwicklung weicher politischer Instrumente zur Förderung nachhaltiger Mobilität (Diana & Mokhtarian, 2009).

In neuerlichen Studien wird angesichts des neoliberalen Umbaus westlicher Gesellschaften – geprägt durch Deregulierung, Flexibilisierung, Privatisierung und den Abbau wohlfahrtsstaatlicher Sicherungssysteme – sowie multipler Krisen und damit verbundenen Antagonismen verstärkt über eine „Rückkehr der Klassen“ (Geiselberger, 2017) diskutiert. Dem von Beck beschriebenen „Fahrstuhleffekt“ der Nachkriegsjahrzehnte wird für die Gegenwart etwa von Nachtwey ein „Rolltreppeneffekt“ (Nachtwey, 2018) oder von Reckwitz ein „Paternostereffekt“ (Reckwitz, 2019) entgegengesetzt, wonach Menschen individualisiert Auf- und Abstiege erfahren und die innerhalb der Gen Z deutlich wirkmächtiger sind als in den älteren Generationen (Twenge, 2023). Parallel dazu entstehen neue gesellschaftliche Konfliktlinien, die ebenfalls innerhalb der Gen Z in verschiedenen gesellschaftlichen Feldern ausgetragen werden (Hurrelmann & Albrecht, 2021; Nagle, 2018; Deckman et al., 2020). Diese Konfliktlinien wirken hierbei auch direkt in das Feld der Alltagsmobilität hinein und werden innerhalb der jungen Gen Z zunehmend politisiert; einerseits etwa durch progressive Protestbewegungen wie „Fridays for Future“ oder „Extinction Rebellion“, die den Ausstieg aus fossilen Produktions- und Lebensweisen einfordern, andererseits durch konservative Gegenbewegungen wie „Fridays for Hubraum“ oder „Carfreitag“, die das Regime privater Automobilität verteidigen.

In Anlehnung an bisherige Studien der Verkehrs- und Mobilitätsforschung ist es denkbar, dass die sozialen Milieus in den mittleren und oberen sozialen Schichten mit progressiven Werteorientierungen eine stärkere Orientierung jenseits der privaten Automobilität hin zur Multimodalität erkennen lassen, die sozialen Milieus in den mittleren

und oberen sozialen Schichten mit traditionellen Wertorientierungen eine stärkere Pkw-Orientierung aufweisen und die unteren prekarierten Schichten sich stärker jenseits der Dichotomien zwischen Automobilität

und Multimodalität bewegen dürften und stärker von den neueren Entwicklungen einer Verkehrs- und Mobilitätsarmut betroffen sind (Hunecke et al., 2020; Groth et al., 2021).

2.4 Personelle Ebene

— Mit veränderten mobilitätspsychologischen Bewertungen

Abschließend sei auf eine personale Ebene der Alltagsmobilität verwiesen, die eng mit der sozialstrukturellen Dimension sowie Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen verflochten ist. In der Verkehrs- und Mobilitätsforschung kommt der Mobilitätspsychologie eine bedeutende Rolle zu, die insbesondere im Hinblick auf die jungen Generationen als essenziell erachtet wird. In welche Richtung die junge Gen Z im Hinblick auf eine vorherrschende Mobilitätspraxis steuert, hängt stark von übergeordneten mobilitätspsychologischen Bewertungsprozessen ab. Beispielsweise wurden hinsichtlich der Abkehrtendenzen von der privaten Automobilität hin zur Multimodalität innerhalb der jungen Generation Y Anfang der 2010er Jahre über eine „Ent-Emotionalisierung vom Automobil“, eine Verschiebung von Statusprojektionen hin zum Smartphone oder ganz einfach mehr Pragmatismus bei der Verkehrsmittelwahl spekuliert (vgl. Kapitel 2.1). Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob sich spezifische mobilitätspsychologische Bewertungsprozesse bei der jungen Gen Z (im Vergleich zu älteren Generationen) feststellen lassen, die auf eine Hinwendung zu bestimmten Mobilitätsformen hinweisen.

Um dies zu gewährleisten, bedarf es der Kenntnis und Differenzierung verschiedener mobilitätspsychologischer Dimensionen, welche die Nutzung von Verkehrsmitteln maßgeblich beeinflussen. In diesem Teilkapitel werden psychologische Prädiktoren praxistheoretisch vorweggenommen, die später Eingang in die standardisierte Befragung

finden sollen. In diesem Zusammenhang ist zunächst zu betonen, dass sich spätestens seit den 1990er Jahren mobilitätspsychologische Erklärungsmodelle etabliert haben, die mehrere Einflussfaktoren integrativ zusammenführen und simultan im Hinblick auf Verkehrsmittelnutzungen analysieren. Das ist einerseits die „Theory of Planned Behaviour (TPB)“ nach Ajzen (1991), andererseits das Norm-Aktivierungsmodell (NAM) nach Schwartz (1977). Beide Modelle wurden in der Mobilitätspsychologie umfangreich validiert und konnten erfolgreich dazu beitragen, spezifische Mobilitätspraktiken oder auch konkrete Verkehrsmittelnutzungen zu erklären (Harland et al., 1999; Bamber et al., 2003; Heath & Gifford, 2002). Gemeinsam ist beiden Modellen, dass sie bei der Erklärung umweltrelevanten Verhaltens den Fokus auf das Zusammenspiel komplexer mobilitätspsychologischer Bewertungs- und Entscheidungsprozesse legen. Darüber hinaus wurden zuletzt aber auch empirisch validierte Fragebögen zu zentralen mobilitätspsychologischen Einflussfaktoren veröffentlicht, die theoretisch fundiert Items zu verschiedenen psychologischen Dimensionierungen bereithalten (Hunecke et al., 2021). Diese gilt es für die vorliegende Studie zu kennen, um Aussagen für die junge Gen Z abzuleiten. Sie stehen nicht zuletzt im Kontrast zu verhaltensökonomischen Ansätzen, die vor allem externe Rahmenbedingungen (z. B. infrastrukturelle Zwänge) im Spiegel eines rationalen Abwägens und Entscheidens in den Blick nehmen und unterkomplex bleiben.

Für die nachfolgenden Analysen werden praxistheoretisch fundierte psychologische Einflussfaktoren ausgeführt, die im Spiegel der bisherigen Forschung zu generationenbezogenen Alltagsmobilitäten und der späteren Analysen von Bedeutung sind: Normen, symbolisch-emotionale Dimensionen der Alltagsmobilität, Kontrollüberzeugungen und mentale Multioptionalitäten.

Normen unterliegen der Empfindung von Verhaltensregeln und -anweisungen und erzeugen ein Gefühl der Verpflichtung, was als angemessenes bzw. unangemessenes Verhalten gilt (Hunecke, 2015). Auf das Feld der Alltagsmobilität bezogen haben sich in erster Linie soziale (ökologische) Normen und personale (ökologische) Normen als wichtige Prädiktoren für die Vorhersage von (nicht-)nachhaltigen Mobilitätsformen etabliert (Gardner & Abraham, 2008). Soziale (ökologische) Normen beziehen sich diesbezüglich auf empfundene Erwartungshaltungen – durchaus auch Druck – von der eine Person umgebenden sozialen Bubble. Personale (ökologische) Normen beschreiben demgegenüber ein persönliches moralisches Verpflichtungsempfinden, etwa gegenüber einer proökologischen Sache oder einer spezifisch umweltschonenden Verhaltenspraxis. Personale Normen grenzen sich folglich gegenüber sozialen Normen dadurch ab, dass man sich also persönlich zu einem spezifischen Verhaltensmuster hingezogen oder gar moralisch verpflichtet fühlen kann, selbst wenn dies von der sozialen Bezugsgruppe nicht so erwartet wird (ebd.). Gerade in Zeiten der o. g. Umweltbewegungen und auch der Gegenbewegungen, die von der jungen Gen Z vorangetrieben werden, wäre zu erwarten, dass sowohl soziale als auch personale (ökologische) Normen in dieser Generation eine signifikante Wirkung entfalten dürften.

Einstellungen beschreiben aus subjektiver und kollektiver Perspektive von Menschen und sozialen Gruppen eine erfahrungsbasierte wertende Disposition auf eine Sache, ein Objekt, eine Person oder auch eine Situation, wobei zwischen kognitiven, affektiven und behavioralen Einstellungen differenziert wird. In den letzten Jahren hat sich mit Blick auf junge Generationen innerhalb der Verkehrs- und Mobilitätsforschung eine stärkere

Perspektive auf affektive Dimensionen von Einstellungen gerichtet, etwa weil spätestens seit den 2010er Jahren vermehrt über eine „Ent-Emotionalisierung des privaten Pkw“ (Bratzel, 2011) spekuliert wird. Diese Perspektive ist von besonderem Interesse, weil etwa mit der „Liebe zum Automobil“ nach Sachs (1984) prominent und bis heute hochaktuell gezeigt werden konnte, dass die Dominanz des privaten Automobils im Alltag weit weniger durch seine Funktion als Transportmittel erklärt werden kann als vielmehr über die Befriedigung emotionaler Bedürfnisse und Wünsche. Das Auto wird dadurch zu einem kulturellen Symbol. Gleichzeitig existieren vielfältige symbolisch-emotionale Bedeutungszuschreibungen von anderen Verkehrsmitteln, die hierbei weitaus negativer ausfallen und entsprechend in eine autozentrierte Mobilitätspraxis münden (ebd.).

Einerseits lassen sich gerade mit Blick auf die o. g. Strukturmomente neuer Formen der Alltagsmobilität – z. B. neue Informations- und Kommunikationstechnologien, spezifische Sharing-Dienste oder auch mögliche zukünftige Formen der Fortbewegung im Rahmen des autonomen Fahrens – erste **Sympathien** oder auch **Antipathien** feststellen. Diese spielen als affektive Komponenten von Einstellungen eine Rolle bei (zukünftigen) Alltagsmobilitäten und lassen sich quantitativ messen. Andererseits haben sich in Bezug auf quantitative Analyseverfahren vier **symbolisch-emotionale Dimensionen der Alltagsmobilität** etabliert, über die in Studien häufig Zusammenhänge mit spezifischen Mobilitätspraktiken hergestellt werden konnten (Hunecke et al., 2007; Hunecke et al., 2020):

Autonomie, Erlebnis, Privatheit und Status:

1. Die **symbolisch-emotionale Autonomie-dimension** ist dadurch gekennzeichnet, dass jene mit alltäglichen Aktivitäten verbundenen Raumüberwindungspraktiken mit spezifischen Verkehrsmittelnutzungen verbunden werden.
2. Die **symbolisch-emotionale Dimension Erlebnis** bezieht sich auf den hedonischen Wert, mit dem die räumliche Fortbewegung im Spiegel der dabei genutzten Verkehrsmittel verbunden wird und

der stark davon abhängt, welche Erfahrungen dabei individuell als angenehm oder eben auch unangenehm bewertet werden.

3. Die **Statusdimension** beinhaltet Empfindungen gesellschaftlicher Anerkennung, die mit der Nutzung von spezifischen Verkehrsmitteln oder Formen der gelebten Alltagsmobilität einhergehen.
4. Schließlich kennzeichnet die **symbolisch-emotionale Dimension der Privatheit** das allgemeine Bedürfnis nach einer selbstbestimmten Privatsphäre, die etwa mit dem Vermeiden oder Zulassen von (un-)erwünschten sozialen Kontakten in Verkehrsmitteln korrespondiert.

Kontrollüberzeugungen unterliegen der subjektiven und kollektiven Einschätzung von Personen und sozialen Gruppen, vorgesehene Verhaltensweisen auch tatsächlich realisieren zu können. Auf die Verkehrsmittelnutzung übertragen bedeutet das, dass die praktische Umsetzung eigener Mobilitätsziele im Alltag oder in der jeweiligen Situation mit Blick auf spezifische Verkehrsmittel realisiert werden kann. In der Mobilitätspsychologie bezeichnet diesbezüglich etwa eine Fahrrad-Wetter-Resistenz einen psychologischen Bewertungsprozess, das Fahrrad auch unter Schlechtwetterbedingungen zu nutzen

(Haustein & Hunecke, 2007). Dies ist nicht trivial, weil Konzepte einer nachhaltigen Alltagsmobilität immer auch davon ausgehen, das Fahrrad zu nutzen, wenn es regnet, draußen kalt ist oder der Wind weht.

In neueren Studien, die die subjektive und kollektive Offenheit von Personen oder sozialen Gruppen für multimodale Verhaltenspraktiken im Alltag analytisch in den Blick nehmen, wird mitunter der Multioptionalitätsbegriff herangezogen (Deffner et al., 2013; Groth, 2019a). Hierbei gilt es jedoch zwischen materieller Multioptionalität und mentaler Multioptionalität zu differenzieren, die gleichermaßen Voraussetzungsdimensionen für multimodales Verhalten beschreiben. Materielle Multioptionalität beschreibt hierbei den materiellen Zugang zu Mobilitätsressourcen, die der Nutzung von mehr als einem Verkehrsmittel dienen (z. B. Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit + Zeitkarte für den ÖPNV und gute ÖPNV-Erreichbarkeit). Mentale Multioptionalität beschreibt demgegenüber die mentale Offenheit gegenüber der Nutzung von mehr als einem Verkehrsmittel. Auch das ist nicht trivial, weil Arbeiten zu den Mobilitätsstilen immer wieder auch zeigen, dass es in automobilen Gesellschaften eine starke mentale Fokussierung auf den privaten Pkw gibt.

2.5 Junge Mobilität im Fokus

— Weitere Beobachtungen und Ableitung eines Erkenntnisinteresses

Die aktuellen Ergebnisse der Studie Mobilität in Deutschland (MiD 2023) zeigen deutliche Veränderungen im Mobilitätsverhalten junger Menschen. Besonders hervorzuheben ist die zunehmende Multimodalität, die sich in einem stark durchmischten Mobilitätsmix junger Erwachsener manifestiert – stärker als bei allen anderen Generationen. Während die Autoverfügbarkeit insgesamt steigt, ist gleichzeitig eine rückläufige Pkw-Nutzung zu beobachten. Insbesondere junge Erwachsene

in urbanen Räumen orientieren sich weniger stark am Pkw als ihre Altersgenossen in den vergangenen Jahren. Stattdessen gewinnen Fahrrad und öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) in Städten an Bedeutung (Follmer, 2025).

Die wachsende Multimodalität junger Menschen ist nicht nur eine aktuelle Entwicklung. Eine Studie des Umweltbundesamtes aus dem Jahr 2019 (Kuhnimhof et al., 2019) weist

darauf hin, dass jüngere Generationen geringere Wegequoten haben, häufiger auf Fahrrad, ÖPNV oder andere Verkehrsalternativen zurückgreifen und der Pkw-Besitz abnimmt. Zudem verdeutlichen die MiD-2023-Ergebnisse deutliche Unterschiede bei der Verkehrsmittwahl nach dem Raumtyp: Während junge Menschen in ländlichen Regionen weiterhin stärker auf den Pkw angewiesen sind, fördern städtische Kontexte ein vielfältigeres, multimodales Mobilitätsverhalten. Auffällig ist die verstärkte Nutzung von Sharing-Angeboten durch junge Erwachsene, die damit ein spezifisches Segment digital gestützter Mobilität prägen. Diese Entwicklung wird durch eine ausgeprägte Digitalisierung ihres Alltags begünstigt: Homeoffice, Online-Shopping und weitere digitale Dienste verändern bestehende Mobilitätsmuster, während digitale Plattformen zur Organisation von Mobilität regelmäßig und intensiver genutzt werden als bei älteren Generationen.

Trotz des moderaten Rückgangs der Pkw-Nutzung in Städten bleibt der Führerschein eine zentrale Mobilitätsgrundvoraussetzung – das zeigt die zuletzt durchgeführte ADAC-Studie zur Zielgruppe der 15- bis 25-Jährigen (Chiellino, 2025). Die Studie verdeutlicht, dass der Pkw sowie der Führerschein – trotz hoher Anschaffungskosten – nach wie vor eine hohe Relevanz für junge Menschen besitzen. Für die Mehrheit repräsentiert das Automobil eine erstrebenswerte mobile Lebensweise, und der Führerschein wird von der Mehrheit als eine selbstverständliche Mobilitätsvoraussetzung betrachtet. Lediglich eine marginale Minderheit von etwa sechs Prozent der Befragten gibt an, bewusst auf den Führerschein zu verzichten. Gleichzeitig zeigen sich deutliche Unterschiede im Mobilitätsverhalten, differenziert nach Alter und Raumtyp. Mit zunehmendem Alter nimmt die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel ab, während die Relevanz des Pkw und der Führerscheinbesitz ansteigen. Besonders in ländlichen Regionen fungiert der Pkw weiterhin als zentrales Verkehrsmittel, wohingegen im städtischen Raum Mobilitätsoptionen wie der ÖPNV oder das Fahrrad eine größere Rolle in der Alltagsmobilität spielen. Die Studie unterstreicht damit, dass trotz wachsender Diskussionen um Nachhaltigkeit und Umweltgerechtigkeit der Pkw für junge Menschen nach wie vor

eine Schlüsselfunktion in ihrem Mobilitätsportfolio einnimmt. Für viele junge Menschen steht der Wunsch nach individueller Pkw-Nutzung im Vordergrund, während Klimaschutzaspekte bei der individuellen Mobilität nachrangig berücksichtigt werden.

Diese Ambivalenz knüpft an die Befunde der Sinus-Jugendstudie 2024 an, die das Lebensgefühl der 14- bis 17-Jährigen in Deutschland untersucht (Calmbach et al., 2024). Auch hier wird eine Jugend sichtbar, die zwischen Aufbruchsstimmung und Unsicherheit schwankt. Viele Jugendliche zeigen sich optimistisch und engagiert, gleichzeitig belasten globale Krisen wie der Klimawandel, geopolitische Konflikte oder soziale Ungleichheiten ihr Denken und Handeln. Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit gewinnen – insbesondere in bildungsnahen Milieus – an Bedeutung. Themen wie Klimawandel und Diversität sind fest in der Lebenswelt verankert, werden jedoch nicht einheitlich bewertet, sondern kontrovers diskutiert.

Neben den nationalen Befunden liefert die Mobilitätsstudie 2024 von Continental (Continental 2024) eine internationale Perspektive auf das Mobilitätsverhalten junger Erwachsener im Alter von 18 bis 34 Jahren. Befragt wurden Personen in Deutschland, China, Frankreich, Japan und den USA, wodurch ein grenzüberschreitender Vergleich ermöglicht wird. Die Ergebnisse bestätigen, dass junge Generationen den Pkw zunehmend bewusst in ihr Mobilitätsportfolio integrieren und es nicht mehr explizit als zentrales Hauptverkehrsmittel betrachten. Vielmehr wird der Pkw als eine von mehreren Mobilitätsoptionen gesehen, die situativ genutzt werden können.

Gleichzeitig manifestiert sich ein hoher Stellenwert des Pkw als Statussymbol bzw. Prestigeobjekt. Für eine Vielzahl junger Menschen erfüllt das Fahrzeug symbolische Funktionen und dient als Ausdruck von Individualität. Neben der praktischen Nutzung fungiert der Pkw als individueller Rückzugsraum, in dem junge Menschen persönliche Freiheit und Komfort erfahren.

Nachhaltigkeitsaspekte nehmen in der internationalen Betrachtung signifikant an Bedeutung zu. Gemäß den Ergebnissen der

Studie sind junge Erwachsene bereit, höhere Kosten für nachhaltige Mobilitätsoptionen zu akzeptieren, und zeigen eine größere Offenheit gegenüber regulatorischen Eingriffen in den motorisierten Individualverkehr als ältere Generationen. Auch die Elektrifizierung

des MIV wird von ihnen stärker unterstützt, ebenso wie die Integration von KI-gestützten Assistenzsystemen, die insbesondere jüngere Nutzende als Bereicherung ihrer Mobilität wahrnehmen, sowie ein umfassendes Infotainment.

Forschungslücke und Erkenntnisinteresse

Obwohl bereits eine Reihe von Einzelstudien durchgeführt wurden, mangelt es bislang an ganzheitlichen Forschungsansätzen, die die komplexen Wechselwirkungen zwischen Verkehrs- und Stadtstrukturen, individuellem Mobilitätsverhalten, sozialen Milieus, inter- und intragenerationalen Vergleichen sowie mobilitätspsychologischen Einstellungen systematisch zusammenführen. Insbesondere das Spannungsfeld zwischen subjektiven Einstellungen und tatsächlichem Verhalten bleibt weitgehend unerforscht. Die Mehrzahl bestehender Untersuchungen fokussiert sich auf einzelne dieser Dimensionen, was die Generierung fundierter Aussagen über deren Interaktion erheblich einschränkt. Es mangelt an interdisziplinären Konzepten mit konsistenter theoretischer Rahmung sowie an validen Messinstrumenten, die die Vielschichtigkeit heutiger Mobilitätsrealitäten – insbesondere aus Sicht junger Menschen – empirisch erfassen könnten.

Es stellt sich die Frage, inwieweit sich die Tendenzen zur Transformation hin zu multi-modalen Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen innerhalb der Gen Z in verschiedenen räumlichen oder auch sozialstrukturellen Zusammenhängen widerspiegeln und inwieweit sich die symbolisch-emotionalen Abkehrtenden-

zen von privater Automobilität durch eine mentale Multioptionalität auch in der Gen Z fortsetzen? Wie blicken sie als Digital Natives auf moderne Informations- und Kommunikationstechnologien und welche Rolle spielt der Umwelt- und Klimaschutz im Spiegel neuer Antagonismen?

Bislang gibt es aufgrund fehlender Datengrundlagen kaum Erkenntnisse darüber, wie soziale Milieukonstellationen Aktions- und Mobilitätsmuster determinieren und welche subjektiven und kollektiven Dispositionen die Verkehrsmittelwahl beeinflussen. Schließlich ist es von essentieller Bedeutung, inter- sowie intragenerationale Unterschiede hinsichtlich der Mobilitätsmuster in den Blick zu nehmen und spezielle Charakteristika der einzelnen Generationen zu identifizieren. Die vorliegende Studie verfolgt hierbei einen multiperspektivischen Ansatz, der soziodemographische, raumstrukturelle, sozioökonomische und milieutheoretische Perspektiven gleichermaßen in den Blick nimmt und auf Zusammenhangsexploration ausgerichtet ist. Dafür wurde ein quantitatives und qualitatives Befragungsdesign entwickelt, das im Nachfolgenden beschrieben wird.

Um die identifizierten Datenlücken und Forschungsdefizite gezielt zu adressieren, kommen qualitative und quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung zum Einsatz. In Anlehnung an die in Kapitel 2 skizzierten theoretisch-konzeptionellen Überlegungen soll die Studie dazu beitragen, die Gestaltung der Alltagsmobilität junger Menschen der Gen Z und ihre Abgrenzung von älteren Generationen besser zu verstehen. Dazu werden die Voraussetzungsdimensionen für das Mobilitätsverhalten von jungen Menschen in ein valides Messinstrument überführt. Die empirische Datengrundlage wurde auf Basis einer Kombination aus standardisierten Fragen, die aus bewährten Mobilitätserhebungen stammen, sowie validierten Item-Konstrukten erstellt. Darüber hinaus wurden neue Dimensionen, wie beispielsweise Sharing-Mobility oder Technikaffinität, integriert. Somit ist die Vergleichbarkeit mit anderen Mobilitätsstudien gewährleistet. Die Operationalisierung erfolgte durch eine bevölkerungsrepräsentative, standardisierte Befragung, die nachfolgend erläutert wird.

Das Kapitel 3.1 beinhaltet diesbezüglich eine Ausformulierung von Forschungsfragen, die zur Entwicklung des Fragebogendesigns und schließlich zur Annäherung an das formulierte Erkenntnisinteresse benötigt werden. Kapitel 3.2 beinhaltet daran anknüpfend eine Beschreibung des Fragebogendesigns. Im Kapitel 3.3 werden schließlich die Wege der Datenerhebung und Datenauswertung skizziert.

3.1 Forschungsfragen

Die Forschungsinhalte zielen darauf ab, ein tieferes Verständnis darüber zu erlangen, wie junge Menschen ihre vielfältigen individuellen Mobilitätsmöglichkeiten wahrnehmen und ihre Mobilität gestalten. Neben dem Mobilitätsverhalten und der Wahl der Verkehrsmittel in spezifischen Alltagssituationen soll untersucht werden, auf welche Weise und in welchem Ausmaß sich die untersuchte Gruppe bewusst oder unbewusst an alte

oder neue Mobilitätspraktiken bindet bzw. inwiefern sie sich generationsübergreifend von älteren Personengruppen abgrenzt. Zugleich soll die Studie die Lücke zwischen quantitativen Mobilitäts-Überblicksdaten und vertiefenden Einsichten in alltagsnahe Bedeutungszuschreibungen sowie in die psychosozialen Kontexte junger Mobilitätswelten schließen.

Dabei orientiert sich die qualitative und quantitative Studie an Leit-Forschungsfragen zur Alltagsmobilität, den mobilitätspsychologischen Dimensionen sowie den Zukunftsvisionen der Gen Z, wobei insbesondere die Segmentierungsmöglichkeiten nach Raumtypen und Milieus im Fokus stehen. Die zentralen Forschungsfragen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Mobilitätsressourcen

- Wie sind Mobilitätsressourcen innerhalb der jungen Generation verteilt?
- Inwieweit unterscheiden sich Personen innerhalb der Gen Z mit Blick auf soziodemographische, sozioökonomische, raumstrukturelle und milieubezogene Faktoren im Zugang zu Mobilitätsressourcen?

Alltagsmobilität

- Welche Faktoren beeinflussen die Verkehrsmittelwahl und das Mobilitätsverhalten?
- Inwieweit lassen sich verschiedene Multimodalitätspraktiken beobachten?
- Lassen sich Aktionsräume innerhalb der Gen Z und der älteren Generationen ausdifferenzieren?

Mobilitätspsychologische Dimensionierungen

- Welche spezifischen mobilitätspsychologischen Besonderheiten lassen sich bei jungen Menschen feststellen?
- Inwieweit lassen sich symbolisch-emotionale Dimensionen der Mobilität und multimodale Mobilitätsverhalten ausdifferenzieren?
- Welche Haltung haben junge Menschen zu technischen Innovationen und Digitalisierung?

Zukunftsvisionen

- Wie blicken junge Menschen auf zukünftige Mobilität und welche Wünsche und Erwartungen haben sie?
- Wie positionieren sich junge Menschen zu zukunftsorientierten Mobilitätsmaßnahmen?
- Wie bewertet die junge Generation ausgewählte Mobilitätsszenarien?

3.2 Fragebogendesign

Die Konstruktion des Messinstruments entspricht den etablierten methodischen Gütekriterien und Standards, sowohl in ihrer allgemeinen Ausprägung als auch in Bezug auf spezifische Fragestellungen. Hiernach wurde ein umfangreicher Fragebogen mit insgesamt zehn Themenblöcken und 48 geschlossenen Fragen konzipiert. Diese können überblicksartig der [Tabelle 1](#) entnommen werden.

Die Befragung wird mit Fragen zu soziodemographischen und -ökonomischen Merkmalen eröffnet (z. B. das Alter, die geschlechterbezogene Orientierung, die Haushaltsgröße, Einkommens- und Beschäftigungssituation), die zur analytischen Ausdifferenzierung der Gen Z benötigt werden (Fragenblock 1). Zum Auftakt in die inhaltliche Befragung folgt eine Abfrage der Top-of-Mind-Themen; also jene subjektiven Einschätzungen, welche öffentlich verhandelten Themen von den Befragten als wichtig und weniger wichtig eingeschätzt werden (Fragenblock 2). Anschließend geht es in die konkrete Befragung mobilitätsrelevanter Aspekte. Diesbezüglich werden zunächst Besitz, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit von externen und internen Mobilitätsressourcen abgefragt (Fragenblock 3); anschließend die Nutzung von verschiedenen Verkehrsmitteln, wobei hier sowohl Fragen zur alltäglichen Nutzung von Verkehrsmitteln als auch zur Nutzung in der Freizeit im Fragebogen platziert wurden (Fragenblock 4). Der mittlere Teil des Fragebogens nimmt schließlich mobilitätsbezogene Dispositionen in den Blick: Diesbezüglich werden zuerst allgemeine Mobilitätsbarrieren mit Blick auf nicht-genutzte Verkehrsmittel abgefragt (Fragenblock 5) und anschließend Kriterien, die im Rahmen von Alltagsmobilität als wichtig erachtet werden (Fragenblock 6). Die Spannungskurve wird dann durch eine Reihe von handlungstheoretisch fundierten Items zu mobilitätspsychologischen Bewertungsprozessen weiter gesteigert. Diese Items sind handlungstheoretisch u. a. bei symbolisch-emotionalen Dimensio-

nen der Mobilität, personellen und sozialen Normen, wahrgenommenen Verhaltenskontrollen und mentaler Multioptionalität verortet (Fragenblock 7). Der mittlere Fragenblock endet mit einer Reihe von Fragen zu neuen Formen der Alltagsmobilität. Hierbei steht zunächst die mobilitätsrelevante Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien im Mittelpunkt der Abfragen (Fragenblock 8), gefolgt von einer Reihe von Fragen zur Einschätzung über die zukünftige Alltagsmobilität (Fragenblock 9). Die Befragung endet mit wertebasierten Konstrukten, die zur Typologisierung der Sinus-Milieus benötigt werden (Fragenblock 10).

Dem Fragebogendesign gingen eine modellierte Erhebung innerhalb einer heterogen zusammengesetzten Online-Community voran, in der sich Befragte im Alter von 16- bis 27 Jahren in vielfältiger Weise offen zu mobilitätsbezogenen Themen äußern konnten. Die Erhebung umfasste hierbei Diskussionen zu Mobilitätsverständnis, Mobilitätserfahrungen und Motiven, eine knappe Dokumentation des eigenen Mobilitätsverhaltens sowie Kreativaufgaben. Diese wurden in Teilen individuell bearbeitet, aber auch innerhalb von Online-Foren diskutiert und sollten dazu beitragen, etablierte Konstrukte zu ergänzen und/oder zu korrigieren. Auf diese Weise lieferten die Ergebnisse dieser qualitativen Online-Community-Erhebung eine wichtige Grundlage für die Fragenkonstruktionen und Skalen des oben skizzierten standardisierten Fragebogens.

Struktur und Inhalt des Fragebogens

Fragenblock	Inhalt
1 Soziodemographie/ Sozioökonomie	Alter, Geschlechtsorientierung, Haushaltsgröße, Migrationshintergrund, Bildungsabschluss, Beschäftigungssituation, Finanzierung Lebensunterhalt, Beschäftigungszeit, monatliches Nettoeinkommen, Wohnstandort, Beschäftigungsstandort
2 Top-of-Mind-Themen	Benennung wichtiger gesellschaftlicher Themen
3 Mobilitätsressourcen	Besitz, Verfügbarkeit und/oder Erreichbarkeit verschiedener interner und externer Mobilitätsressourcen: I) klassische und neue Verkehrs- und Mobilitätsdienstleistungen II) Führerscheinbesitz für verschiedene Fahrzeugtypen III) Verkehrsmittelverfügbarkeiten IV) Sharing-Mitgliedschaften V) ÖV-Zeitkartenbesitz
4 Verkehrsmittelnutzung	Übliche Verkehrsmittelnutzung Verkehrsmittelnutzung nach Wegezwecken Fernreiseziele und Verkehrsmittelnutzungen
5 Wahrgenommene Mobilitätsbarrieren	Gründe gegen: I) das Fahrradfahren II) die ÖPNV-Nutzung III) die Pkw-Nutzung
6 Kriterien für die Verkehrsmittelwahl	Als bedeutsam eingeschätzte Kriterien für die Verkehrsmittelwahl
7 Mobilitätspsych. Bewertungsprozesse	Items zu: I) symbolisch-emotionalen Dimensionen der Mobilität II) personellen und sozialen Normen III) wahrgenommenen Verhaltenskontrollen IV) mentaler Multioptionalität V) IKT-Sympathien und IKT-Antipathien VI) Umweltbewusstsein und Umweltskepsis VII) Bewertungen von autonomen Fahrzeugen
8 Nutzung digitaler Mobilitätsservices	Nutzung mobilitätsrelevanter Applikationen
9 Zukunftsperspektiven auf Mobilität	Gewünschte mobilitätsrelevante Maßnahmen Bewertung verschiedener Verkehrs- und Mobilitätsstrategien Bewertung verschiedener mobilitätsrelevanter Zukunftsszenarien
10 Soziale Milieus	Abfrage zur Typisierung von Sinus-Milieus

Tabelle 1: Struktur und Inhalt des Fragebogens

3.3 Datenerhebung und -auswertung

Datenerhebung

Die nachfolgenden Analysen basieren auf einer vertiefenden Auswertung der Online-Befragung, an der insgesamt 3.615 Personen teilgenommen haben. Hierfür wurden zwei repräsentative Datensätze generiert, die unterschiedliche Vergleichsperspektiven ermöglichen:

Sample „Junge Menschen“ (Gen Z)

Dieses Teil-Sample umfasst 2.006 Personen im Alter von 16 bis 27 Jahren. Die Daten wurden für die Grundgesamtheit der deutschsprachigen Online-Bevölkerung dieser Altersgruppe gewichtet.

heruntergewichtet, um eine verzerrungsfreie Vergleichbarkeit zwischen den Altersgruppen zu gewährleisten. Die Gewichtung erfolgte nach soziodemographischen Merkmalen (Geschlecht, Alter, Bildung, Wohnort (BIK-Regionen und Nielsen-Gebiete)). Insgesamt zählen 1.609 Befragte aus diesem Sample zur Altersgruppe der 28- bis 74-Jährigen.

Gesamtsample (16–74 Jahre)

Das zweite Sample besteht aus 2.000 Befragten im Alter zwischen 16 und 74 Jahren. Dieses Sample umfasst auch die 16- bis 27-Jährigen aus dem 1. Sample. Diese werden auf ihren tatsächlichen Anteil an der deutschsprachigen Online-Bevölkerung

Die Stichprobenziehung erfolgte über ein Online-Access-Panel und orientierte sich an der soziodemographischen Struktur der deutschsprachigen Online-Bevölkerung im Alter von 16 bis 74 Jahren. Die Gewichtung nach zentralen demographischen Merkmalen gewährleistet die Generalisierbarkeit der Ergebnisse auf die entsprechende Grundgesamtheit.

Datenauswertung

Die Analysen erfolgen im Zeichen des verständlichen Zugangs zu den Ergebnissen via univariate Häufigkeitsverteilungen, bivariate Zusammenhangsanalysen und Varianzanalysen. Eine multivariate Analytik soll dazu beitragen, Verkehrsmittelnutzungen über mobilitätspsychologische Dispositionen, verfügbare Mobilitätsressourcen und spezifische Lebenslagen vorauszusagen.

Der Hauptschwerpunkt der Datenauswertung liegt auf der Gen Z. Um generationenübergreifende Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausstellen zu können, wurden vergleichende Betrachtungen zu den älteren Generationen durchgeführt. Grundlage für die Kategorisierung der Generationen sind altersbezogene Zuordnungen, die so gewählt

wurden, dass die Altersgruppe der Gen Z deckungsgleich mit dem Sample „Junge Menschen“ (16–27 Jahre) ist. Damit können die Altersgrenzen leicht von konventionellen Definitionen der Generationen abweichen:

- **Gen Z: 16–27 Jahre**
- **Gen Y: 28–45 Jahre**
- **Gen X: 46–60 Jahre**
- **Babyboomer: 61 Jahre und älter**

Für Analysen, die ausschließlich die Gen Z betreffen, wird das gewichtete Sample „Junge Menschen“ verwendet. Analysen, die den Vergleich zwischen der Gen Z und älteren Generationen (Y, X, Babyboomer) ermög-

lichen sollen, basieren auf dem gewichteten Gesamtsample.

Um eine potenzielle Vielfalt innerhalb der Gen Z zu untersuchen, wurden intragenerationelle Analysen innerhalb der Gen Z durchgeführt. Dafür wurde eine weitere Altersdifferenzierung vorgenommen, die die Gen Z in drei Altersgruppen unterteilt: 16- bis 18-Jährige, 19- bis 23-Jährige, 24- bis 27-Jährige). Die Einteilung in die Altersgruppen orientiert sich hierbei an den Lebensphasen, die junge Menschen im Schnitt durchlaufen. Zusätzlich zur Altersdifferenzierung wird die Gen Z, sofern eine theoretische inhaltliche Relevanz vorliegt, hinsichtlich ihrer Zugehörigkeit zum Sinus-Milieu, des Urbanitätsgrads (Stadt/Land oder nach BIK-Typologie), und soziodemographischer Merkmale wie z. B. Geschlecht, Migrationshintergrund, Bildungsstand gruppiert.

Die Befunde werden zur besseren analytischen Erfassung im vorliegenden Bericht entlang zentraler oder signifikanter Unterschiede strukturiert. Dies führt stellenweise zu einer Abweichung von einer strikt linearen Ergebnispräsentation, erlaubt jedoch eine differenziertere Darstellung und Interpretation zentraler Befunde. Wo keine explizite Differenzierung vorgenommen wurde, konnten keine signifikanten Abweichungen zu den anderen Generationen oder innerhalb der Gen Z festgestellt werden.

Zur Identifikation statistisch signifikanter Unterschiede zwischen Generationen, intragenerationellen soziodemographischen Subgruppen, Sinus-Milieus oder Raumgrößen

wurden je nach Variablentyp unterschiedliche statistische Verfahren eingesetzt. Zur Überprüfung signifikanter Zusammenhänge zwischen kategorialen Variablen wurde der Pearson-Chi-Quadrat-Test eingesetzt. Dieses Verfahren dient dazu, anhand von Kreuztabellen zu prüfen, ob ein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen zwei Variablen besteht. Das Signifikanzniveau wurde auf 5 Prozent ($p < 0,05$) festgelegt.

Für den Vergleich von Mittelwerten metrischer Variablen sowie von Likert-Skalen wurde je nach Voraussetzung der Varianzhomogenität entweder eine einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) oder – bei ungleichen Varianzen – die Welch-ANOVA durchgeführt. Signifikante Ergebnisse sind im Bericht gekennzeichnet; die Resultate der ANOVA werden mit dem F-Wert, die der Welch-ANOVA mit dem Welch-F-Wert dargestellt. Beide Verfahren prüfen, ob sich die Mittelwerte zwischen den betrachteten Gruppen statistisch signifikant unterscheiden.

Ergänzend zur beschriebenen Datenauswertung wurden auf Basis georeferenzierbarer Postleitzahldaten und Ortsangaben Aktionsraumanalysen für die Alltags- und Freizeitmobilität durchgeführt, um räumliche Muster sichtbar zu machen.

Darüber hinaus kamen inferenzstatistische Verfahren wie logistische Regressionsanalysen zur Anwendung, insbesondere zur vertiefenden Untersuchung von Einflussfaktoren auf das Mobilitätsverhalten innerhalb der Gen Z.

4

Wie junge Menschen unterwegs sind

Ergebnisse zum Mobilitätsverhalten junger Menschen

Das Kapitel 4 nimmt das Mobilitätsverhalten der Gen Z – auch im Spiegel der älteren Generationen – in den Fokus. Dabei wird insbesondere auf den Besitz eines Führerscheins, die Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln und die Erreichbarkeit von kollektiven Verkehrssystemen sowie mobilitätsrelevante Informations- und Kommunikationstechnologien eingegangen. In diesem Zusammenhang kann die Gen Z als hochgradig multioptional, durchdigitalisiert und mit Mobilitätsangeboten vernetzt charakterisiert werden (Kapitel 4.1). Anschließend werden Verkehrsmittelnutzungspraktiken aus verschiedenen Perspektiven in den Blick genommen, indem die Verkehrsmittelnutzung nach Wegezwecken sowie konkrete Aktionsräume im Rahmen der Alltags- und Freizeitmobilität analysiert werden. Das Kapitel 4.2 kommt zu dem Schluss, dass sich die neue Gen Z als hochmobil, flexibel in Bezug auf die Wahl der Verkehrsmittel und selbstbestimmt beschreiben lässt. Im weiteren Verlauf erfolgt eine Vertiefung der Verkehrsmittelnutzung mit Fokus auf Mono- und Multimodalitäten, wonach die Gen Z in begrifflicher Anlehnung an die vorherige Millennials-Generation (Gen Y) als „Next New Generation“ bezeichnet wird, die sich durch ausgeprägte Multimodalitätsorientierungen auszeichnet (Kapitel 4.3). Das Kapitel wird durch ein Zwischenfazit abgerundet, in dem die neuen Ausprägungsformen der Gen Z als Ausdruck einer mobilitätsbezogenen Resilienz und strukturellen Anpassung an neue Mobilitätsoptionen gedeutet werden (Kapitel 4.4).

4.1 Mobilitätsvoraussetzungen

— (Materiell) multioptional, digital und vernetzt

Die Mobilität von Individuen wird maßgeblich von den strukturellen Rahmenbedingungen und individuellen Voraussetzungen beeinflusst. Dazu zählen unter anderem der Besitz eines Führerscheins, Zeitkarten für den öffentlichen Nahverkehr oder Mitgliedschaften bei Sharing-Anbietern sowie der Zugang bzw. die Erreichbarkeit von Mobilitätsangeboten wie öffentlichen Verkehrsmitteln oder Sharing-Diensten. Diese strukturellen und infrastrukturellen Bedingungen bilden den Rahmen für das individuelle Mobilitätsportfolio, innerhalb dessen Mobilitätsentscheidungen getroffen oder auch Verkehrsmittel situationsspezifisch ausgeschlossen werden.

Um das Mobilitätsverhalten der Gen Z im gesellschaftlichen Kontext einordnen zu können, ist eine differenzierte Analyse ihrer Mobilitätsvoraussetzungen erforderlich. Im Folgenden werden zunächst die grundlegenden strukturellen Voraussetzungen für Mobilität betrachtet. Dabei erfolgt ein detaillierter Vergleich zwischen den Generationen. Ergänzend wird innerhalb der Gen Z eine Differenzierung zwischen Altersgruppen sowie städtischen und ländlichen Räumen vorgenommen. Ziel ist es, ein umfassendes Bild darüber zu erhalten, in welchem Maße Mobilitätsressourcen den verschiedenen Generationen zur Verfügung stehen, um als Grundlage für die spätere Interpretation des konkreten Mobilitätsverhaltens zu dienen.

Verkehrsmittelverfügbarkeit

Unter Verkehrsmittelverfügbarkeit wird in dieser Analyse der tatsächliche Zugang zu verschiedenen Verkehrsmitteln und Mobilitätsangeboten verstanden, unabhängig davon, ob man die Verkehrsmittel besitzt oder sie als Sharing-Angebot nutzt. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Verfügbarkeit der unterschiedlichen Verkehrsmittel zwischen den Generationen signifikant unterscheidet (vgl. Tabelle 2). Insbesondere die Gen Z weist eine vergleichsweise hohe Verfügbarkeit bzw. Multioptionalität auf. Ein fokussierter Blick auf die Unterschiede zwischen den Generationen verdeutlicht spezifische Verteilungsmuster in der Mobilitätsausstattung:

Fahrrad

Etwa 60 Prozent der Gen Z haben ein fahrfähiges Fahrrad zur Verfügung. Damit liegt die Gen Z beim Zugang zum Fahrrad auf einem höheren Niveau als die älteren Generationen, was zeigt, dass das Fahrrad weiterhin im Mobilitätsportfolio der Alltagsmobilität verankert ist.

E-Scooter/E-Tretroller

Besonders auffällig ist die hohe Verfügbarkeit bei der Gen Z (26,8 Prozent). Im Vergleich dazu haben nur 11,9 Prozent der Gen Y, 6,3 Prozent der Gen X und lediglich 1,2 Prozent der Babyboomer Zugang zu E-Scootern. Diese starke Generationendifferenz deutet auf eine größere Affinität der Jüngeren zu neuen, urban geprägten Mikromobilitätsformen hin.

Mofa/Moped/Motorrad

Auch hier zeigt sich eine erhöhte Verfügbarkeit innerhalb der Gen Z. Vermutlich fungiert dieses Verkehrsmittel für viele als Übergangslösung vor dem Erwerb eines Pkw oder als günstige Alternative im ländlichen Raum.

Unter den befragten Personen der Gen Z, die im Besitz eines Pkw-Führerscheins sind, verfügen 81,6 Prozent über Zugang zu einem Pkw, den sie eigenständig nutzen können. Damit liegt die Gen Z hinter den älteren Generationen – insbesondere der Generation X

Verkehrsmittelverfügbarkeit nach Generationen

	Gen Z (16–27 J.)	Gen Y (28–45 J.)	Gen X (46–60 J.)	Boomer (61+ J.)	Pearson-Chi-Quadrat
(fahrtüchtiges) Fahrrad	59,9 % (n=339)	54,4 % (n=620)	55,2 % (n=560)	41,6 % (n=481)	32,870; p<0,001
E-Bike/Pedelec	17,7 % (n=339)	20,2 % (n=620)	19,6 % (n=560)	14,3 % (n=482)	7,331; p=0,062
Lastenrad	2,9 % (n=339)	3,4 % (n=619)	0,9 % (n=560)	0,2 % (n=482)	20,357; p<0,001
E-Scooter/ E-Tretroller	26,8 % (n=339)	11,9 % (n=620)	6,3 % (n=560)	1,2 % (n=482)	155,006; p<0,001
Mofa, Moped	15,9 %* (n=214)	10,9 %* (n=448)	8,2 %* (n=461)	4,2 %* (n=401)	25,721; p<0,001
Motorrad	70,3 %* (n=37)	58,2 %* (n=98)	45,1 %* (n=102)	23,1 %* (n=91)	33,915; p<0,001
Pkw (als FahrerIn/ Fahrer)	81,6 %* (n=206)	83,7 %* (n=442)	91,0 %* (n=455)	85,4 %* (n=337)	14,890; p=0,002
Pkw (als MitfahrerIn/ Mitfahrer)	44,2 % (n=339)	23,6 % (n=619)	24,6 % (n=560)	26,3 % (n=482)	54,094; p<0,001
Sonstiges	7,7 % (n=339)	5,3 % (n=620)	3,9 % (n=560)	3,9 % (n=482)	7,715; p=0,052
Nichts davon	5,6 % (n=338)	8,1 % (n=620)	5,9 % (n=560)	11,6 % (n=481)	14,788; p=0,002

Tabelle 2: Verkehrsmittelverfügbarkeit nach Generationen

F: Welche Möglichkeiten zur Fortbewegung stehen Dir privat zur Verfügung (ohne Sharing-Angebote)? (Mehrfachnennungen möglich) | *Anteilig an Personen mit entsprechendem Führerschein (Die angegebenen Prozentwerte beziehen sich jeweils auf die Befragten der jeweiligen Generation, die die Frage beantwortet haben. Aufgrund von Item-Nonresponse und Filterfragen variiert die Basis (N).)

(91 Prozent) und den Boomern (85,4 Prozent), – bei denen die uneingeschränkte Verfügbarkeit eines eigenen Fahrzeugs deutlich häufiger gegeben ist. Die höhere Pkw-Verfügbarkeit in diesen Generationen lässt sich unter anderem durch ein höheres Einkommen, eine stärkere Fahrzeugbindung sowie eine größere Wohnraumnachfrage im suburbanen oder ländlichen Raum erklären.

Ein markanter Unterschied zeigt sich bei der Option, im Pkw mitzufahren. Diese Möglichkeit ist bei der Gen Z mit einem Anteil von 44,2 Prozent besonders ausgeprägt und übertrifft die Werte der älteren Generationen deutlich. Diese Form der Pkw-Nutzung – bei der das Fahrzeug nicht selbst geführt, aber regelmäßig gemeinsam genutzt wer-

den kann – spiegelt die Lebenssituation vieler junger Menschen wider, die häufig noch im Elternhaus wohnen oder innerhalb ihres sozialen Umfelds Fahrgemeinschaften (Ko-Mobilität) organisieren. Wird die uneingeschränkte und die gelegentliche Pkw-Verfügbarkeit zusammengefasst, so ergibt sich, dass die Gen Z mit 89,1 Prozent im Vergleich zu den anderen Generationen insgesamt den höchsten Zugriff auf eine private Autofahrt aufweist (vgl. Gen Y: 84,5 Prozent, Gen X: 86,6 Prozent, Boomer: 83,8 Prozent) (vgl. [Abbildung 1](#)).

Innerhalb der Gen Z zeigen sich zudem altersabhängige Unterschiede: Die Möglichkeit zur gelegentlichen Pkw-Nutzung – beispielsweise über Mitfahrgelegenheiten – ist

Generationenvergleich: Pkw-Verfügbarkeit

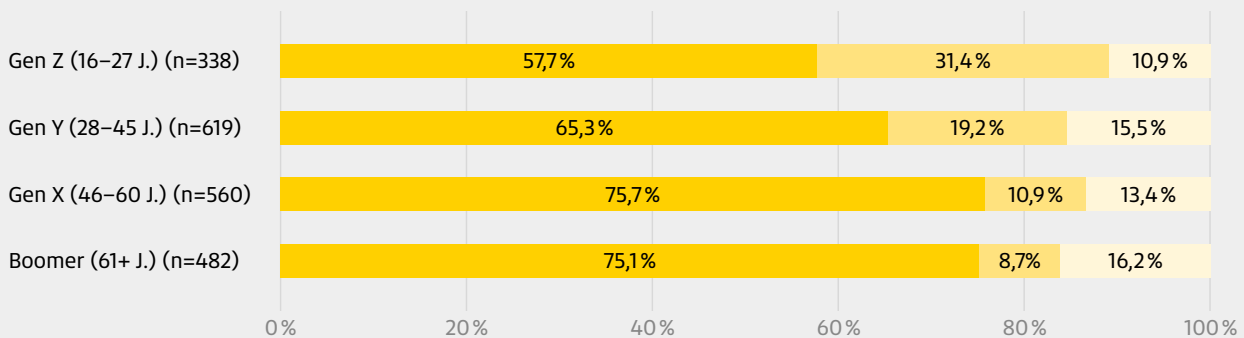


Abbildung 1: Pkw-Verfügbarkeit nach Generationen

F: Wie oft steht Dir ein privates Auto zur Verfügung egal ob Du selbst fährst oder gefahren wirst?
n=1999; Pearson-Chi-Quadrat: 95,323; $p < 0,001$

■ Jederzeit
■ Gelegentlich
■ Gar nicht

Altersgruppen innerhalb der Gen Z: Pkw-Verfügbarkeit

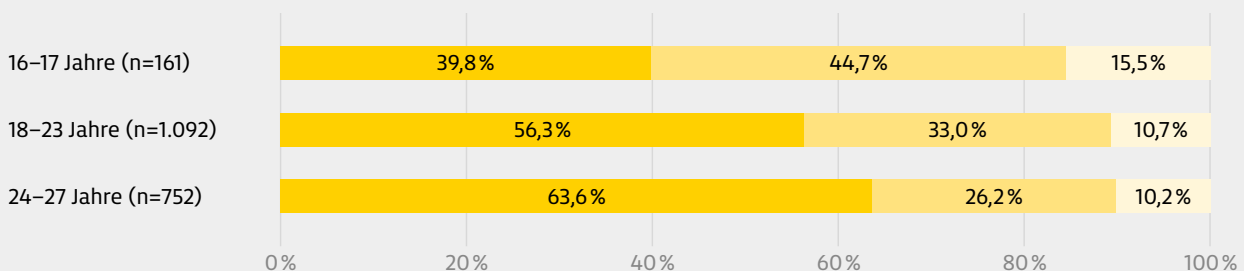


Abbildung 2: Pkw-Verfügbarkeit nach Altersgruppe innerhalb der Gen Z

F: Wie oft steht Dir ein privates Auto zur Verfügung egal ob Du selbst fährst oder gefahren wirst?
n=2005; Pearson-Chi-Quadrat: 33,771; $p < 0,01$

■ Jederzeit
■ Gelegentlich
■ Gar nicht

besonders bei den unter 18-Jährigen stark ausgeprägt (44,7 Prozent) und nimmt mit steigendem Alter jedoch stetig ab. Gleichzeitig steigt mit zunehmendem Alter der Anteil der Personen, denen dauerhaft ein Pkw zur Verfügung steht. Während rund 39,8 Prozent der 16- bis 17-Jährigen ein eigenes oder frei verfügbares Fahrzeug nutzen können, sind es bei den 24- bis 27-Jährigen bereits 63,6 Prozent (vgl. Abbildung 2). Dies deutet darauf hin, dass der Zugang zu einem dauerhaft verfügbaren Pkw mit zunehmender wirtschaftlicher Eigenständigkeit und mit Veränderungen in der Lebensphase innerhalb der Gen Z deutlich ansteigt.

Innerhalb der Gen Z zeigen sich keine signifikanten Unterschiede in der Verkehrsmittel-

verfügbarkeit zwischen städtischen und ländlichen Räumen. Sowohl in urbanen als auch in ländlichen Gebieten verfügen junge Menschen über einen vergleichbar breiten Zugang zu den abgefragten Verkehrsmitteln.

Dies verdeutlicht, dass die Anzahl der Mobilitätsoptionen derzeit so hoch ist wie nie zuvor und die Gen Z trotz ihrer geringeren finanziellen Möglichkeiten eine breite und vielfältige Auswahl an Verkehrsmitteln hat. Während für die älteren Generationen der eigene Pkw im Zentrum steht, zeigt sich bei der Gen Z ein stärkeres Maß an Flexibilität und Sharing-Affinität. Dies ist sowohl auf veränderte Mobilitätsansprüche als auch auf infrastrukturelle Entwicklungen sowie meist urbane Mobilitätsoptionen zurückzuführen.

Führerscheinbesitz

Der Pkw-Führerschein der Klasse B ist generationenübergreifend der am weitesten verbreitete Führscheintyp, wobei jüngere Personen sich noch stärker in der Erwerbsplanungsphase (27,5 Prozent) befinden (vgl. Abbildung 3). Alternative Führerscheinklassen wie AM (Höchstgeschwindigkeit bis 45 km/h) oder Mofa werden überwiegend von jüngeren Personen als Einstieg in die eigenständige Mobilität genutzt, verlieren jedoch mit zunehmendem Alter deutlich an Relevanz gegenüber dem dominierenden Autoführerschein. Der Motorradführerschein bleibt eine Nischenoption in beiden Altersgruppen.

Auffällig ist, dass der Anteil der über 27-Jährigen, die einen Führerschein besitzen oder zu erwerben planen, insgesamt geringer ist als der entsprechende Gesamtanteil der Gen Z (Besitz plus Erwerbsabsicht). Dies könnte darauf hindeuten, dass in der Gen Z eine stärkere Erwartungshaltung besteht, einen Führerschein zu besitzen oder zeitnah zu erwerben. Eine weitere Erklärung wäre auch, dass bei einem Teil der älteren Befragten der

Bedarf an oder Wunsch nach einem Führerschein mit der Zeit aufgrund veränderter Lebensumstände, Mobilitätsgewohnheiten oder bewusster Entscheidungen gegen den motorisierten Individualverkehr nachgelassen hat.

Bei differenzierter Betrachtung der Altersgruppen bis 27 Jahre zeigt sich: Für alle abgefragten Führerscheinklassen wird mit steigendem Alter der Anteil derjenigen größer, die entweder den Führerschein besitzen oder dessen Erwerb planen (vgl. Abbildung 4). Dies ist möglicherweise auf steigende Ansprüche an individuelle Mobilität und auf mehr finanzielle Ressourcen zurückzuführen.

Ein Vergleich von Stadt und Land zeigt innerhalb der Gen Z deutliche Unterschiede beim Besitz der Führerscheinklassen für Mofa/Moped und der Klasse AM (Fahrzeuge bis 45 km/h). In städtischen Räumen verfügen rund 22,5 Prozent über einen Mofa- oder Mopedführerschein, während es im ländlichen Raum 38,4 Prozent sind. Beim Führerschein der Klasse AM liegt der Besitzanteil

Führerscheinbesitz nach Führerscheinklasse

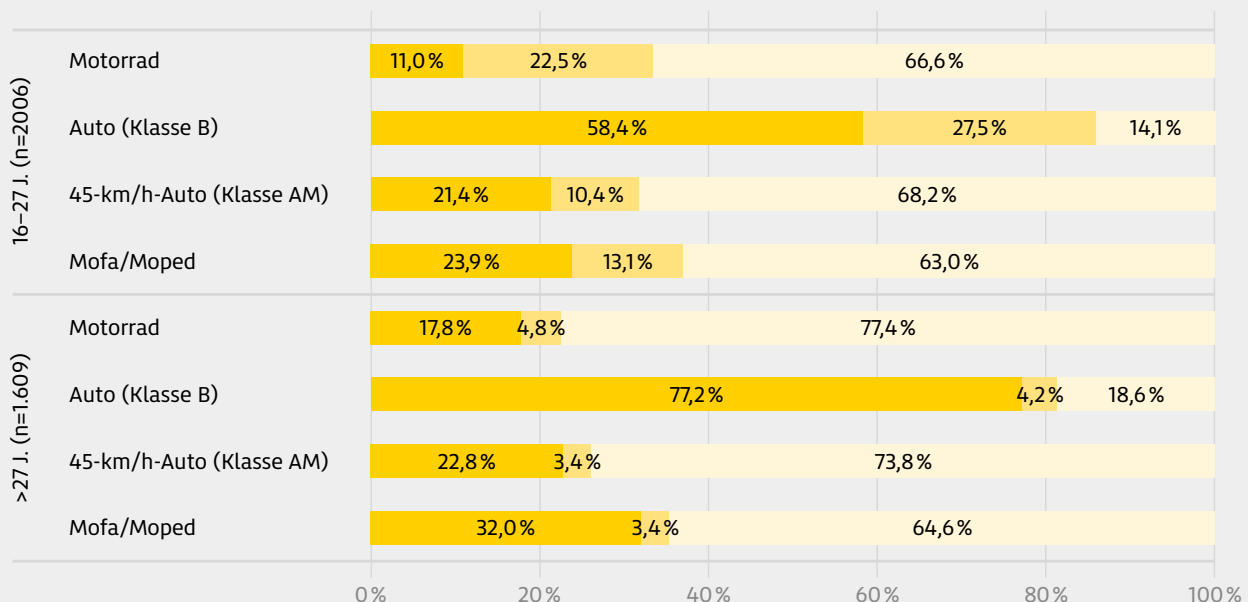


Abbildung 3: Führerscheinbesitz: Gen Z vs. Vergleichsgruppe

F: Welche der folgenden Führerscheinklassen besitzt Du oder möchtest Du erwerben?

- Besitze ich
- Erwerb geplant
- Kein Besitz und (vorerst) kein Erwerb geplant

Altersgruppen innerhalb der Gen Z: Führerscheinbesitz

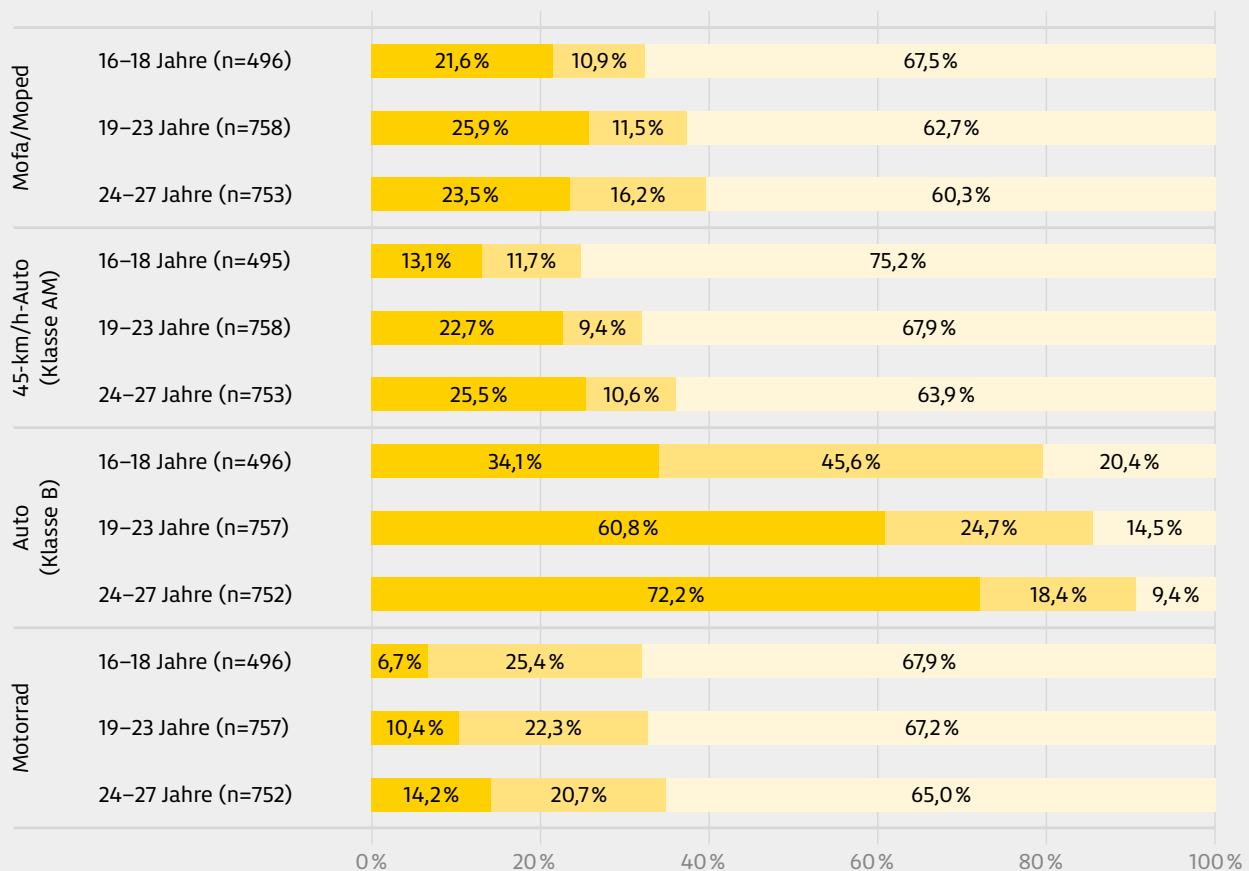


Abbildung 4: Führerscheinbesitz nach Altersgruppe innerhalb der Gen Z

F: Welche der folgenden Führerscheinklassen besitzt Du oder möchtest Du erwerben?

Pearson-Chi-Quadrat: Mofa/Moped: 13,805; $p=0,008$; 45-km/h-Auto: 29,544; $p<0,001$;

Auto (Klasse B): 184,959; $p<0,001$; Motorrad: 19,326; $p<0,001$

■ Besitze ich
■ Erwerb geplant
■ Kein Besitz und (vorerst) kein Erwerb geplant

in der Stadt bei 20,1 Prozent, auf dem Land dagegen bei 35,6 Prozent. Für den klassischen Pkw-Führerschein (Klasse B) sowie den

Motorradführerschein lassen sich hingegen keine signifikanten Unterschiede zwischen Stadt und Land feststellen.

Erreichbarkeiten von Kollektivverkehr

Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) und Sharing-Angebote spielen im Mobilitätsmix junger Menschen eine wichtige Rolle. Besonders für die Gen Z, die mit digitalen Technologien, Smartphones und Apps als virtueller Mobilitätszentrale sowie multimodalen Mobilitätsoptionen aufwächst, sind flexible und zugängliche Alternativen zum eigenen Pkw potenziell attraktiv. Um die strukturellen Voraussetzungen für eine entsprechende

Nutzung zu bewerten, wird im Folgenden untersucht, inwiefern die Gen Z Zugang zu ÖPNV- und Sharing-Optionen hat. Zentrale Indikatoren bilden dabei die Erreichbarkeit von ÖPNV-Stationen und Sharing-Optionen, der Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV sowie die Mitgliedschaft bei Sharing-Anbietern.

Insgesamt wird der ÖPNV von der Mehrheit der Befragten als gut erreichbar eingeschätzt

(vgl. Tabelle 3). Dies gilt weitgehend generationenübergreifend. Die hohe subjektive Erreichbarkeit des ÖPNV deutet darauf hin, dass dieses Angebot in vielen Wohnlagen als feste Mobilitätsinfrastruktur wahrgenommen wird. Im Gegensatz dazu schneiden Sharing-Angebote hinsichtlich ihrer Erreichbarkeit merklich schlechter ab. Insbesondere Angebote wie Carsharing oder Bikesharing werden nur als mittelmäßig erreichbar eingestuft. Die Gen Z bewertet die Erreichbarkeit von Sharing-Optionen im Durchschnitt trotzdem besser als ältere Generationen. Vor allem beim Scooter-Sharing schätzt die Gen Z die Erreichbarkeit deutlich besser ein als die übrigen Altersgruppen. Diese Differenz könnte auf unterschiedliche Wohnstandorte (z. B. größere Nähe zu urbanen Zonen), aber auch auf höhere Nutzungsaffinität sowie ein besseres individuelles Wissen um die Standorte der Sharing-Fahrzeuge zurückzuführen sein.

Innerhalb der Altersgruppen der Gen Z (16–18 Jahre, 19–23 Jahre, 24–27 Jahre) gibt es keine signifikanten Unterschiede in der

Erreichbarkeit von ÖPNV, Carsharing oder Bikesharing. Es besteht jedoch ein signifikanter Unterschied bei der subjektiven Erreichbarkeit von E-Scooter-Sharing (vgl. Tabelle 4). Die Befragten unter 18 Jahren bewerten die Erreichbarkeit mit 3,04 im Durchschnitt deutlich schlechter als die Gruppe der 19- bis 27-Jährigen (2,79 bzw. 2,75). Diese schlechtere Bewertung der Erreichbarkeit von E-Scooter-Sharing bei unter 18-Jährigen könnte auf Altersbeschränkungen und damit eingeschränkten Zugang zu den Angeboten zurückzuführen sein.

Die Erreichbarkeit von ÖPNV- und Sharing-Angeboten wird zudem maßgeblich durch die Größe des Ortes beeinflusst. In größeren Städten ist das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln sowie an Sharing-Diensten wie Carsharing, Bikesharing oder Scooter-Sharing erheblich umfangreicher als in kleinen Städten oder ländlichen Gemeinden. Dies spiegelt sich auch in der subjektiven Wahrnehmung der Erreichbarkeit wider: Je größer die Kommune, desto häufiger bewerten

Subjektive Erreichbarkeit von ÖPNV- und Sharing-Angeboten

Angebotsart	Gruppe	Bewertung*	Sehr gut	Eher gut	Mittelmäßig	Eher schlecht	Sehr schlecht
ÖPNV	16–27 J. (n=2.006)	2,0	43,3%	28,2%	19,2%	6,9%	2,5%
	>27 J. (n=1.609)	2,0	45,4%	25,6%	16,2%	6,8%	5,9%
Carsharing	16–27 J. (n=2.006)	3,1	12,4%	18,2%	29,5%	21,5%	18,3%
	>27 J. (n=1.609)	3,3	14,1%	18,0%	20,8%	18,3%	28,9%
Bikesharing	16–27 J. (n=2.006)	3,2	12,5%	17,8%	26,0%	22,2%	21,4%
	>27 J. (n=1.609)	3,4	13,5%	16,3%	21,3%	16,4%	32,6%
Scooter-Sharing	16–27 J. (n=2.006)	2,8	22,6%	23,6%	20,2%	15,0%	18,6%
	>27 J. (n=1.609)	3,3	16,7%	19,0%	17,4%	14,8%	32,1%
Sharing-Optionen (insgesamt)	16–27 J. (n=2.006)	3,1	15,8%	19,9%	25,3%	19,6%	19,4%
	>27 J. (n=1.609)	3,3	14,8%	17,7%	19,8%	16,5%	31,2%

Tabelle 3: Subjektive Erreichbarkeit von ÖPNV- und Sharing-Angeboten, Gen Z vs. Vergleichsgruppe

F: Wie gut erreichst Du folgende Nahverkehr-Angebote von Deiner Wohnung aus? | *Bewertung: sehr gut (1) - sehr schlecht (5)

Subjektive Erreichbarkeit von Scooter-Sharing innerhalb der Gen Z

Angebotsart	Gruppe	Bewertung*	Sehr gut	Eher gut	Mittel-mäßig	Eher schlecht	Sehr schlecht
Scooter-Sharing	16–18 J. (n=416)	3,04	19,2%	21,2%	20,4%	14,7%	24,5%
	19–23 J. (n=689)	2,79	24,1%	23,9%	19,3%	14,4%	18,3%
	24–27 J. (n=694)	2,75	23,1%	24,8%	21,0%	15,9%	15,3%
Signifikanz						F(2,1796)=12,032; p=0,002	

Tabelle 4: Subjektive Erreichbarkeit von Scooter-Sharing nach Altersgruppe innerhalb der Gen Z

F: Wie gut erreichst Du folgende Nahverkehr-Angebote von Deiner Wohnung aus? | *Bewertung: sehr gut (1) - sehr schlecht (5)

Befragte die ÖPNV- und Sharing-Angebote als gut erreichbar. Diese Bedingungen zeigen sich auch in der steigenden Relevanz von Sharing-Mitgliedschaften oder dem Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV, je städtischer der Wohnort ist.

Der Besitz einer Zeitkarte für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) variiert sowohl zwischen den Generationen als auch innerhalb der Gen Z deutlich. Generell zeigt sich ein klarer Trend: Je jünger die Befragten sind, desto häufiger verfügen sie über eine

Zeitkarte – sowohl im Vergleich zu älteren Generationen (vgl. Abbildung 5) als auch innerhalb der Altersgruppe der Gen Z selbst (vgl. Abbildung 6). Dies lässt sich unter anderem durch schulische oder universitäre Nutzungsmuster, etwa in Form von Schüler- oder Semestertickets, sowie durch eine geringere Pkw-Verfügbarkeit in jungen Lebensphasen erklären.

In größeren Städten ist der Anteil von Personen mit Zeitkarte signifikant höher als in kleineren Gemeinden oder ländlichen Re-

Generationenvergleich: Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV

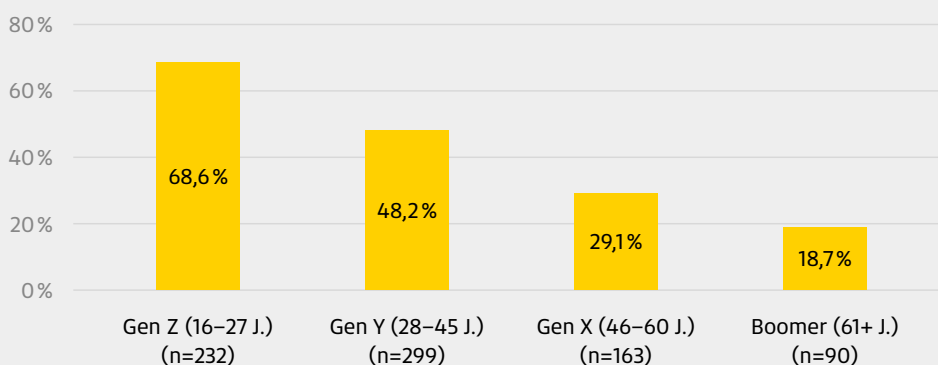


Abbildung 5: Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV je Generation

F: Besitzt Du eine Zeitkarte für den ÖPNV? | n=2001; Pearson-Chi-Quadrat: 253,588; p=0,003

Altersgruppe innerhalb der Gen Z: Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV

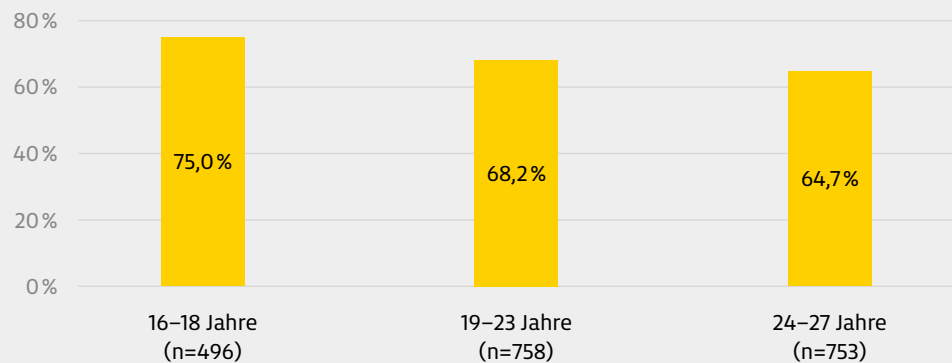


Abbildung 6: Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV nach Altersgruppe innerhalb der Gen Z

F: Besitzt Du eine Zeitkarte für den ÖPNV? | n=2007; Pearson-Chi-Quadrat: 14,861; $p < 0,001$

gionen (vgl. Abbildung 7). Dieser Unterschied steht in engem Zusammenhang mit der tatsächlichen und subjektiven Erreichbarkeit des ÖPNV: Je besser öffentliche Verkehrsmittel verfügbar und nutzbar sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich der Besitz einer Zeitkarte lohnt oder als notwendig empfunden wird.

Bezogen auf die Gen Z zeigt sich, dass die Mitgliedschaft bei Sharing-Anbietern mit dem Alter zunimmt: Ältere Personen innerhalb der Gen Z sind deutlich häufiger registriert als jüngere (vgl. Tabelle 5). Dies hängt vermutlich mit zunehmenden finanziellen Ressourcen, dem Erwerb des Führerscheins und einer höheren Selbstständigkeit zusammen.

Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV nach Wohnort (Gen Z)

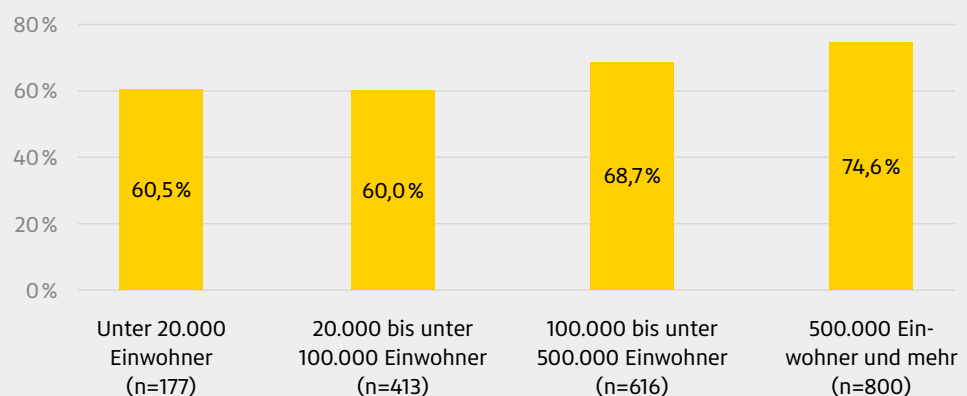


Abbildung 7: Besitz einer Zeitkarte für den ÖPNV nach BIK-Größe

F: Besitzt Du eine Zeitkarte für den ÖPNV? | n=2006; Pearson-Chi-Quadrat: 32,925; $p < 0,001$

men. Die Mitgliedschaft bei einem E-Scooter-/E-Tretroller-Sharing-Anbieter findet sich mit bis zu einem Viertel am häufigsten in der Gruppe der 24- bis 27-Jährigen (19- bis 23-Jährige: 22 Prozent, 16- bis 18-Jährige 12,9 Prozent).

Ein Vergleich der verschiedenen Generationen zeigt, dass die Mitgliedschaft bei E-Scooter-Sharing-Anbietern in der Gen Z mit Abstand am häufigsten vertreten ist (vgl.

Tabelle 6). Dies deutet auf eine hohe Affinität zur kurzfristigen, flexiblen Mikromobilität in urbanen Räumen hin. In den Bereichen Carsharing, Bikesharing und Ridesharing liegt hingegen die Generation Y vorne, gefolgt von der Gen Z. Die Generationen X und die Babyboomer weisen hingegen deutlich geringere Mitgliedschaftsraten bei allen Sharing-Formen auf, was auf generationenspezifische Nutzungsmuster und digitale Zugangsbarrieren hinweisen könnte.

Mitgliedschaft bei Sharing-Anbietern innerhalb Gen Z

	16–18 Jahre	19–23 Jahre	24–27 Jahre	Pearson-Chi-Quadrat
Carsharing	3,0 % (n=496)	10,6 % (n=758)	18,6 % (n=752)	71,848; p<0,001
Bikesharing/Fahrradverleihsystem	4,0 % (n=496)	8,0 % (n=758)	12,5 % (n=753)	27,524; p<0,001
E-Scooter/E-Tretroller-Sharing	12,9 % (n=496)	22,0 % (n=758)	25,8 % (n=752)	30,282; p<0,001
Ridesharing und Fahrgemeinschaften	3,2 % (n=495)	6,2 % (n=758)	9,2 % (n=752)	17,435; p<0,001
Nichts davon	79,4 % (n=495)	66,2 % (n=758)	57,4 % (n=752)	64,246; p<0,001

Tabelle 5: Mitgliedschaft bei Sharing-Anbietern nach Altersgruppe innerhalb der Gen Z

F: Bist Du Mitglied oder Kunde bei einem Sharing-Anbieter? (Multiple Choice)

Mitgliedschaft bei Sharing-Anbietern im Generationenvergleich

	Gen Z (16–27 J.)	Gen Y (28–45 J.)	Gen X (46–60 J.)	Boomer (61+ J.)	Pearson-Chi-Quadrat
Carsharing	11,8 % (n=339)	14,5 % (n=620)	3,8 % (n=560)	1,2 % (n=482)	87,520; p<0,001
Bikesharing/Fahrradverleihsystem	8,8 % (n=339)	11,6 % (n=620)	1,6 % (n=560)	0 % (n=482)	95,493; p<0,001
E-Scooter-/E-Tretroller-Sharing	21,2 % (n=339)	13,7 % (n=619)	4,3 % (n=560)	0,2 % (n=482)	138,212; p<0,001
Ridesharing und Fahrgemeinschaften	6,5 % (n=338)	7,4 % (n=619)	1,3 % (n=560)	0,4 % (n=482)	53,467; p<0,001
Nichts davon	66,1 % (n=339)	70,3 % (n=620)	92,3 % (n=560)	98,1 % (n=482)	245,559; p<0,001

Tabelle 6: Mitgliedschaft bei Sharing-Anbietern nach Generationen

F: Bist Du Mitglied oder Kunde bei einem Sharing-Anbieter? (Multiple Choice)

Nutzung digitaler Mobilitätsdienstleistungen

Digitale Mobilitätsdienstleistungen gewinnen zunehmend an Bedeutung, um Verkehrsmittel mit dem Smartphone als virtuelle Mobilitätszentrale flexibel und schnell zu koordinieren. Sie gehen jedoch mit spezifischen Anforderungen einher, wie etwa digitalen Kompetenzen oder technischer Ausstattung, die nicht allen Bevölkerungsgruppen in gleichem Maße zur Verfügung stehen (digital divide).

Im Rahmen dieser Studie wurden verschiedene digitale Mobilitätsdienstleistungen abgefragt, darunter die Nutzung digitaler Navigations- bzw. Routenplanungsdienste, die Fahrplanauskunft per App, der Ticketkauf über eine App sowie der Zugriff auf digitale Verkehrs- und Stauinformationen. Innerhalb der Gen Z zeigen sich altersspezifische Unterschiede: So greifen 16- bis 18-Jährige seltener

auf digitale Angebote zurück als die 19- bis 27-Jährigen (vgl. Abbildung 8).

Die Gen Z weist im Vergleich zu älteren Generationen insgesamt eine signifikant höhere Nutzung dieser digitalen Angebote auf (vgl. Abbildung 9). Über die Generationen hinweg lässt sich insgesamt ein altersabhängiger Rückgang in der Nutzung digitaler Mobilitätsdienstleistungen beobachten. Mit zunehmendem Alter sinkt die Inanspruchnahme dieser Dienstleistungen tendenziell.

Die Nutzungshäufigkeit variiert darüber hinaus in Abhängigkeit von der Art der Dienstleistung. So wird die digitale Navigation innerhalb der Gen Z über alle Altersgruppen hinweg in ähnlichem Maße verwendet, wobei die 16- bis 18-Jährigen diese etwas seltener in Anspruch nehmen (vgl. Abbildung 10).

Nutzung digitaler Mobilitätsdienstleistungen (Gen Z)

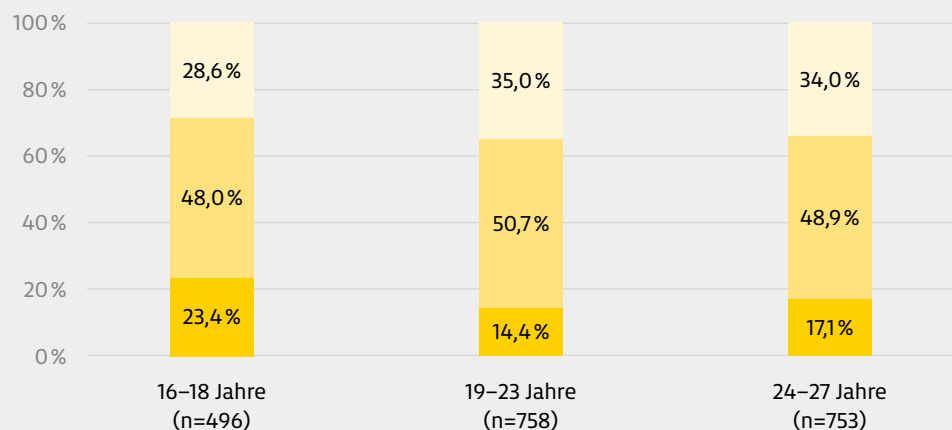


Abbildung 8: Nutzungsintensität digitaler Mobilitätsdienstleistungen nach Altersgruppe innerhalb der Gen Z

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt | n=2007; Pearson-Chi-Quadrat: 18,428; p=0,001

hoch
mittel
niedrig

Nutzung digitaler Mobilitätsdienstleistungen nach Generation

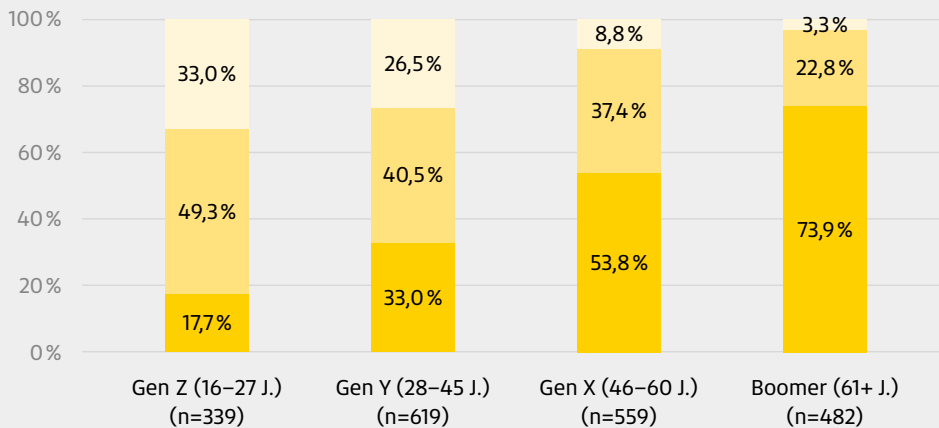


Abbildung 9: Nutzungsintensität digitaler Mobilitätsdienstleistungen nach Generation

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt | n=1999; Pearson-Chi-Quadrat: 371,614; p=0,001

hoch
mittel
niedrig

Nutzung digitaler Navigation/Routenplanung (Gen Z)

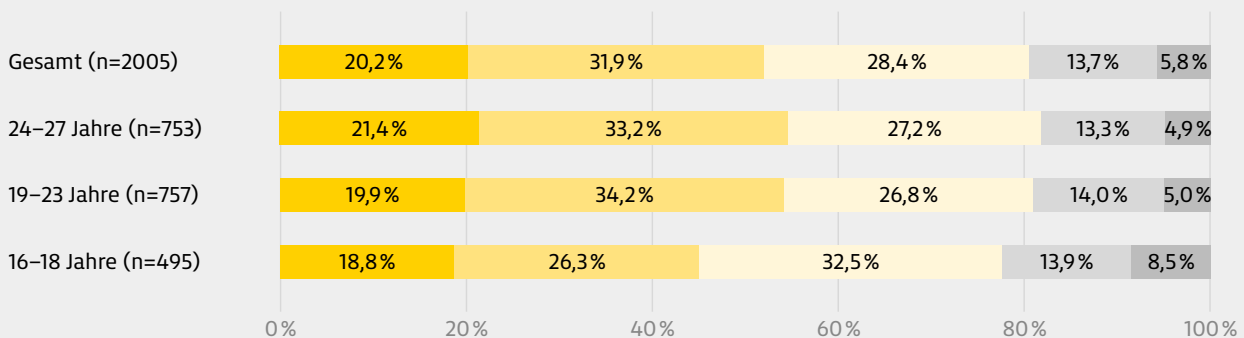


Abbildung 10: Nutzungshäufigkeit digitaler Navigation/Routenplanung in der Gen Z je Altersgruppe

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt | n=2005; Pearson-Chi-Quadrat: 19,725; p=0,011

Täglich bzw. fast täglich
An 1–3 Tagen pro Woche
An 1–3 Tagen pro Monat
Seltener als monatlich
Nie bzw. fast nie

Die Fahrplanauskunft per App hingegen wird insbesondere von dieser jüngeren Altersgruppe am häufigsten genutzt, was in Zusammenhang mit ihrer intensiven Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs stehen könnte (vgl. Abbildung 11). Der Ticketkauf per App wird etwas häufiger von den 19- bis 23-Jährigen genutzt, möglicherweise bedingt durch eine geringere Verfügbar-

keit von Zeitkarten in dieser Altersgruppe bei gleichzeitig häufigem Bedarf an Einzelfahrten (vgl. Abbildung 12). Digitale Verkehrs- und Stauinformationen gewinnen innerhalb der Gen Z mit steigendem Alter an Relevanz, was mit der zunehmenden Nutzung des privaten Pkw in Verbindung gebracht werden kann (vgl. Abbildung 13).

Nutzung digitaler Fahrplanauskunft über eine App (Gen Z)

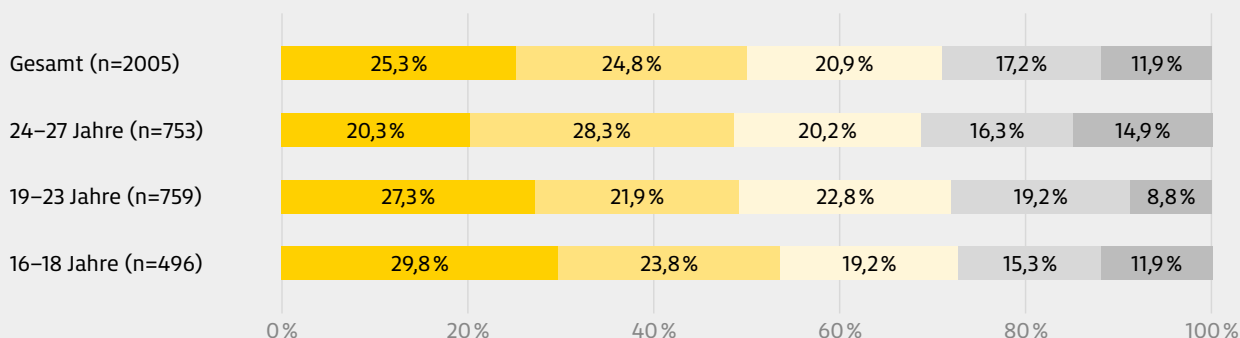
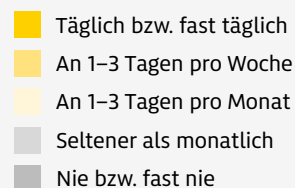


Abbildung 11: Nutzungshäufigkeit von Fahrplanauskunft per App in der Gen Z je Altersgruppe

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Mobilitätsdienste nutzt
n=2008; Pearson-Chi-Quadrat: 36,168; $p < 0,001$



Fahrschein- bzw. Ticketkauf über eine App (Gen Z)

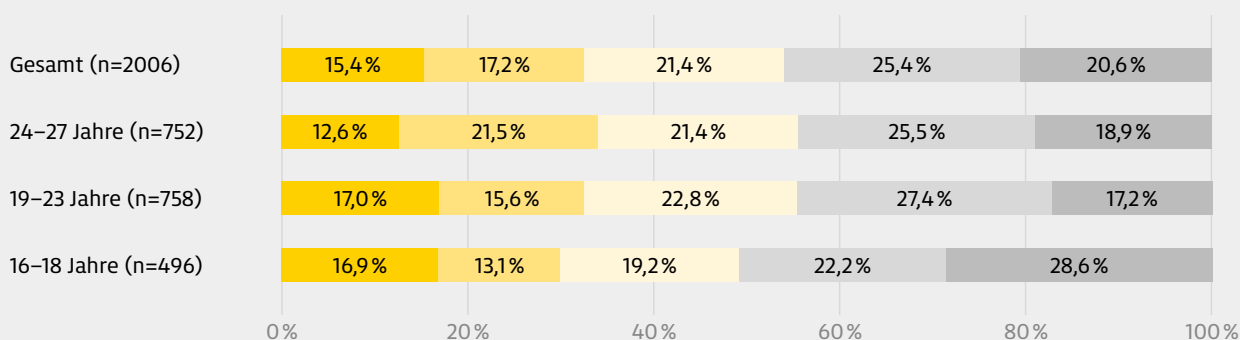
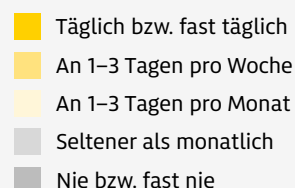


Abbildung 12: Nutzungshäufigkeit von Fahrschein- bzw. Ticketkauf über eine App in der Gen Z je Altersgruppe

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Mobilitätsdienste nutzt
n=2006; Pearson-Chi-Quadrat: 46,156; $p < 0,001$



Nutzung digitaler Verkehrs- und Stauinformation (Gen Z)

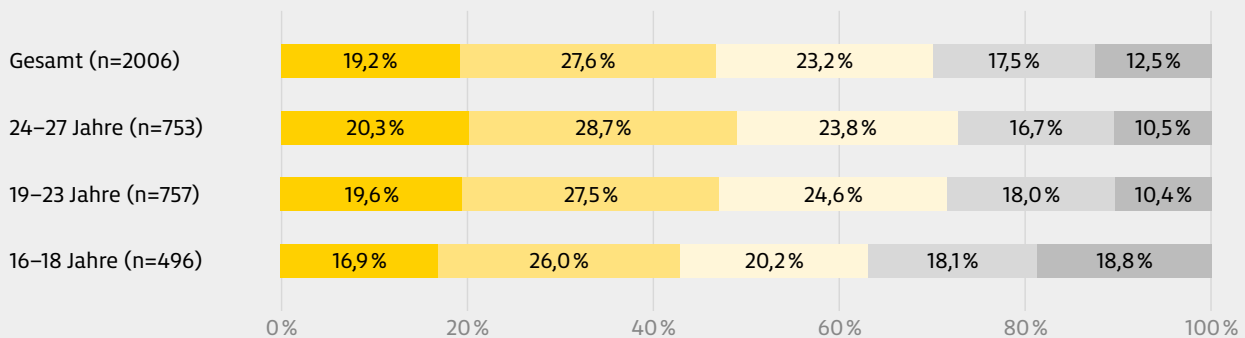


Abbildung 13: Nutzungshäufigkeit digitaler Verkehrs- und Stauinformation in der Gen Z je Altersgruppe

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Mobilitätsdienste nutzt
n=2006; Pearson-Chi-Quadrat: 26,292; $p < 0,001$

- Täglich bzw. fast täglich
- An 1-3 Tagen pro Woche
- An 1-3 Tagen pro Monat
- Seltener als monatlich
- Nie bzw. fast nie

Zwischenfazit

Die Analyse der Mobilitätsvoraussetzungen zeigt, dass die Gen Z über einen breiten Zugang zu verschiedenen Verkehrsmitteln verfügt, insbesondere zu Fahrrädern, E-Scootern und Mitfahrgelegenheiten. Obwohl die uneingeschränkte Pkw-Verfügbarkeit bei älteren Generationen signifikant höher ist, ergibt sich bei Berücksichtigung sowohl der gelegentlichen als auch der dauerhaften Verfügbarkeit ein Vorsprung der Gen Z. ÖPNV-Angebote werden generationenübergreifend als gut erreichbar wahrgenommen.

Insgesamt weist die Gen Z eine deutlich höhere Nutzung digitaler Mobilitätsdienstleistungen auf – insbesondere im Bereich der Routenplanung, der Fahrplanauskunft und des kontaktlosen Ticketkaufs über mobile Apps – im Vergleich zu älteren Altersgruppen. Insbesondere Sharing-Angebote, vor allem E-Scooter, sind von der Gen Z am stärksten genutzt und integriert. Deutliche Unterschiede zeigen sich zwischen Stadt und Land beim Führerschein für Mofa/Moped und Klasse AM sowie bei Sharing-Mitgliedschaften und dem Besitz von ÖPNV-Zeitkarten.

Die Ergebnisse belegen, dass die Gen Z über eine insgesamt gute strukturelle Basis für multimodale Mobilität verfügt. Entscheidende Einflussfaktoren hierfür sind das Alter, die Wohnortgröße und die jeweilige Lebensphase. Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung einer differenzierten, lebensphasen- und raumbezogenen Mobilitätspolitik, die die spezifischen Bedürfnisse und Nutzungsmuster der jüngeren Generation berücksichtigt.

4.2 Verkehrsmittelwahl im Alltag

— Multimodal, pragmatisch, selbstbestimmt

Die vielfältigen Mobilitätsvoraussetzungen der Gen Z – vom digitalen Zugang bis hin zur breiten Verfügbarkeit verschiedener Verkehrsmittel – schaffen die Grundlage für ein flexibles und situationsabhängiges Mobilitätsverhalten. Entsprechend multimodal und vielseitig gestaltet sich die Verkehrsmittelwahl im Alltag. In diesem Kapitel wird das tatsächliche Mobilitätsverhalten junger Menschen näher betrachtet. Im Zentrum stehen altersbezogene Unterschiede in der Nutzungshäufigkeit verschiedener Verkehrsmittel innerhalb der Gen Z sowie im Vergleich

zu älteren Generationen. Darüber hinaus wird analysiert, welche Verkehrsmittel je nach Wegezweck – etwa für Arbeits- und Schulwege oder für Freizeitaktivitäten – bevorzugt genutzt werden. Ziel ist es, zentrale Muster der Alltagsmobilität zu identifizieren und sie generationenübergreifend einzuordnen. Ergänzend fließen Analysen zur räumlichen Reichweite alltäglicher Wege (Aktionsräume) sowie zur Urlaubs- und Reisemobilität ein, um ein umfassendes Bild der Mobilität junger Menschen zu zeichnen.

Allgemeine Verkehrsmittelnutzung

Die Alltagsmobilität der Gen Z ist in hohem Maße durch eine ausgeprägte Präferenz für das Zufußgehen gekennzeichnet. Nahezu die Hälfte der Befragten legt (fast) täglich Wege ausschließlich zu Fuß zurück. Damit stellt das Gehen die am häufigsten praktizierte Fortbewegungsform dar. Der Pkw nimmt im Kontext der Mobilität junger Menschen eine signifikante Stellung ein. Eine detaillierte Analyse der Daten zeigt, dass das Automobil für die Gruppe der Fahrenden und Mitfahrenden eine hohe Relevanz aufweist, insbesondere im Alltag. An dritter Stelle steht der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV), der ebenfalls regelmäßig genutzt wird, jedoch hinter dem Pkw rangiert. Im intergenerationellen Vergleich zeigt sich, dass der ÖPNV für die Gen Z eine besonders zentrale Rolle spielt. Sechs von zehn Jugendlichen nutzen den ÖPNV mindestens einmal pro Woche. Das Fahrrad hingegen wird von rund 30 Prozent der Befragten als nicht relevant erachtet. Auch die Nutzung von E-Scootern bzw. E-Tretrollern ist im Vergleich zur Carsharing-Nutzung bei fast einem Drittel mindestens monatlich in Gebrauch. Dennoch verzichtet etwa die Hälfte der Befragten

vollständig auf die Nutzung dieses Verkehrsmittels (vgl. Tabelle 7).

Auch innerhalb der Gen Z zeigen sich signifikante altersbezogene Unterschiede in der Nutzungshäufigkeit von Verkehrsmitteln. In der Altersgruppe der 16- bis 18-Jährigen dominieren demnach das Zufußgehen (vgl. Abbildung 14) und die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs (vgl. Abbildung 15), was unter anderem auf begrenzte Alternativen und ein stärker schulisch geprägtes Mobilitätsverhalten zurückzuführen sein dürfte. Mit zunehmendem Alter ist eine Tendenz zur Reduktion der Nutzung dieser Verkehrsmittel zu verzeichnen, was mit einer wachsenden Verfügbarkeit und Auswahl alternativer Mobilitätsoptionen in Verbindung gebracht werden kann.

Insbesondere die Gruppe der 24- bis 27-Jährigen Personen zeigt eine signifikant erhöhte Nutzung von Fahrrädern und E-Bikes. Ein möglicher Erklärungsansatz für diese Entwicklung könnte in einem gestiegenen Einkommen dieser Gruppe und der Bedeutung hochwertiger Fahrräder sowie der aktiven Mobilität liegen. Die Pkw-Nutzung als Fah-

Verkehrsmittel Nutzungshäufigkeit der Gen Z

	Täglich bzw. fast täglich	An 1–3 Tagen pro Woche	An 1–3 Tagen pro Monat	Seltener als monatlich	Nie bzw. fast nie
Wege ausschließlich zu Fuß	47,6 %	30,4 %	10,5 %	8,4 %	3,1 %
Fahrrad	6,7 %	15,3 %	18,0 %	30,3 %	29,7 %
E-Bike/Pedelec	2,9 %	8,4 %	11,7 %	20,0 %	57,1 %
ÖPNV	37,0 %	21,9 %	15,9 %	14,9 %	10,3 %
Pkw (als FahrerIn/Fahrer)	32,4 %	15,8 %	5,3 %	3,8 %	42,7 %
Pkw (als MitfahrerIn/ Mitfahrer)	19,0 %	32,4 %	22,4 %	14,5 %	11,8 %
E-Scooter/E-Tretroller	4,8 %	11,0 %	13,6 %	19,5 %	51,1 %
Carsharing	1,6 %	4,7 %	8,4 %	14,8 %	70,6 %
Fernverkehr	4,5 %	9,9 %	18,1 %	36,2 %	31,2 %

Tabelle 7: Nutzungshäufigkeiten der Verkehrsmittel in der Gen Z

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt. | n=2006

Nutzungshäufigkeit: zu Fuß (Gen Z)

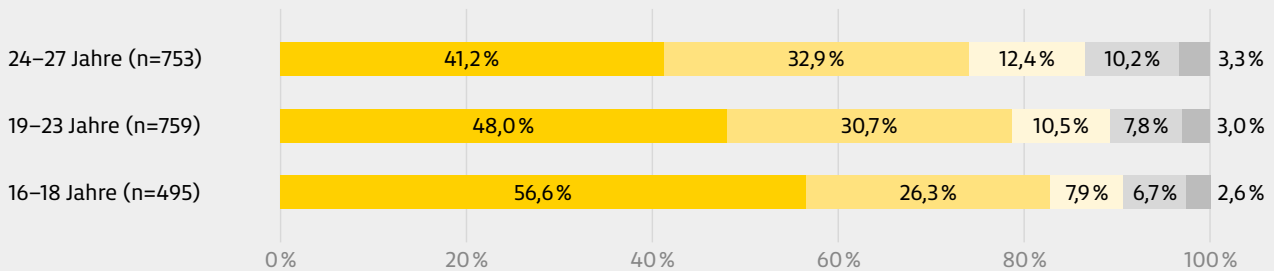
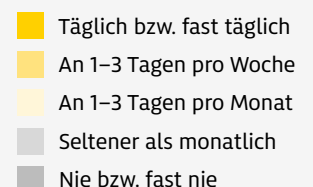


Abbildung 14: Nutzungshäufigkeit zu Fuß nach Altersgruppen innerhalb der Gen Z

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt
n=2007; Pearson-Chi-Quadrat: 30,563; p<0,001



rerin oder Fahrer nimmt mit zunehmendem Alter kontinuierlich zu, während die Nutzung von Mitfahrgelegenheiten, die in jüngeren Altersgruppen verbreiteter sind, entsprechend abnimmt. Auch die Nutzung von E-Scootern (vgl. Abbildung 16) und Carsharing-Angeboten (vgl. Abbildung 17) zeigt eine steigende

Tendenz mit zunehmendem Alter, was auf eine wachsende Mobilitätsfreiheit und zunehmende Integration solcher Angebote in den Alltag schließen lässt.

Hinsichtlich der Nutzungshäufigkeit diverser Verkehrsmittel manifestieren sich ebenfalls

Nutzungshäufigkeit: ÖPNV (Gen Z)

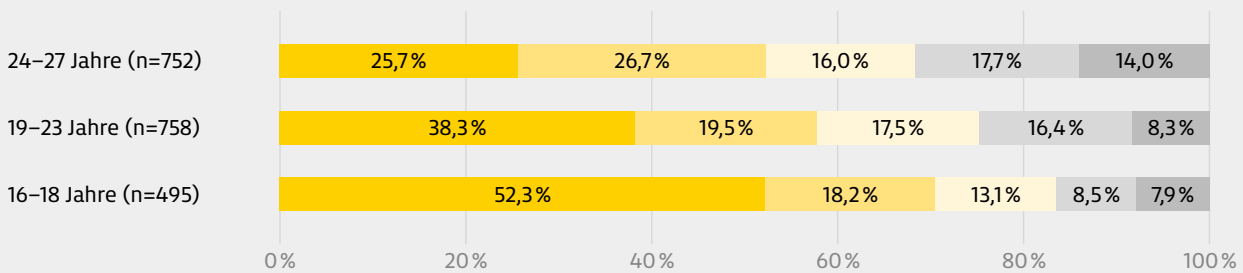


Abbildung 15: Nutzungshäufigkeit des ÖPNV nach Altersgruppen innerhalb der Gen Z

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt
n=2005; Pearson-Chi-Quadrat: 108,754; $p < 0,001$

- Täglich bzw. fast täglich
- An 1-3 Tagen pro Woche
- An 1-3 Tagen pro Monat
- Seltener als monatlich
- Nie bzw. fast nie

Nutzungshäufigkeit: E-Scooter/E-Tretroller (Gen Z)

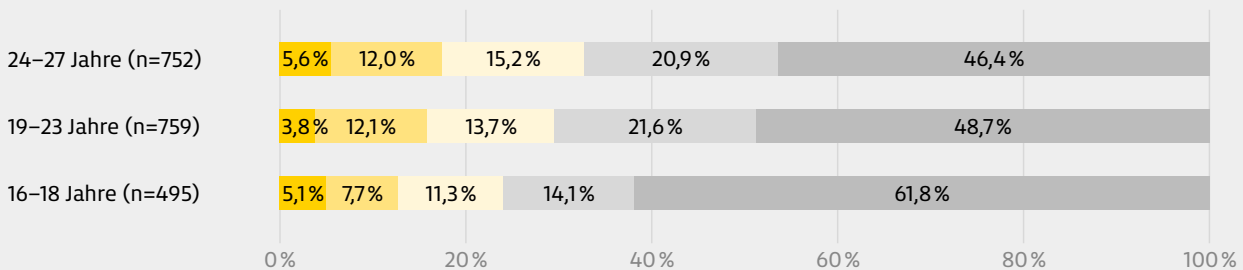


Abbildung 16: Nutzungshäufigkeit E-Scooter/E-Tretroller nach Altersgruppen innerhalb der Gen Z

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt
n=2006; Pearson-Chi-Quadrat: 37,226; $p < 0,001$

- Täglich bzw. fast täglich
- An 1-3 Tagen pro Woche
- An 1-3 Tagen pro Monat
- Seltener als monatlich
- Nie bzw. fast nie

signifikante generationale Diskrepanzen. Die Gen Z und die Generation Y weisen eine ähnliche Häufigkeit beim Zurücklegen von Wegen zu Fuß auf. Die Generationen X und Boomer legen ihre Wege signifikant seltener zu Fuß zurück als die beiden jüngeren Generationen. In der Gruppe der Gen Z legen etwa 47,5 Prozent der Befragten täglich Wege zu Fuß zurück, während dieser Anteil in der Generation X bei 41,3 Prozent liegt. Die Nutzung von Fahrrädern und E-Bikes erreicht in der Generation Y ihren Höchststand (ca. ein Drittel der Personen fährt mindestens einmal pro Woche mit dem Fahrrad), während sie in der

Gen Z bereits etwas geringer ausfällt (ca. ein Fünftel fährt mindestens einmal die Woche mit dem Fahrrad) und in der Generation X und der Babyboomer-Generation nochmals deutlich zurückgeht.

Die Pkw-Nutzung als FahrerIn ist in der Gen Z vergleichsweise schwach ausgeprägt und liegt deutlich unter den Werten der Generationen Y und X. Dennoch nutzt rund ein Drittel der Angehörigen der Gen Z den Pkw (fast) täglich als aktive Fahrende. Gleichzeitig gibt ein signifikanter Anteil von etwa 42,6 Prozent an, niemals selbst mit dem

Auto zu fahren – der mit Abstand höchste Wert im Vergleich der betrachteten Generationen (Gen Y: 32,4 Prozent, Gen X: 23,7 Prozent, Boomer: 27,8 Prozent).

Ein umgekehrtes Muster zeigt sich bei der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel sowie von E-Scootern. Die vorliegenden Nutzungsraten der Gen Z erreichen hier ihre höchsten Werte, während sie mit zunehmendem Alter kontinuierlich abnehmen (vgl. Abbildung 18 und Abbildung 19). Die Nutzungshäufig-

keit von Carsharing-Angeboten sowie des Fernverkehrs (z. B. Bahnreisen) ist in der Gen Z und der Generation Y auf vergleichbarem Niveau, nimmt jedoch in den älteren Generationen ebenfalls spürbar ab (vgl. Abbildung 20).

Diese Befunde unterstreichen die signifikanten Unterschiede im Mobilitätsverhalten, die sich entlang der Generationenzugehörigkeit differenzieren.

Nutzungshäufigkeit: Carsharing (Gen Z)

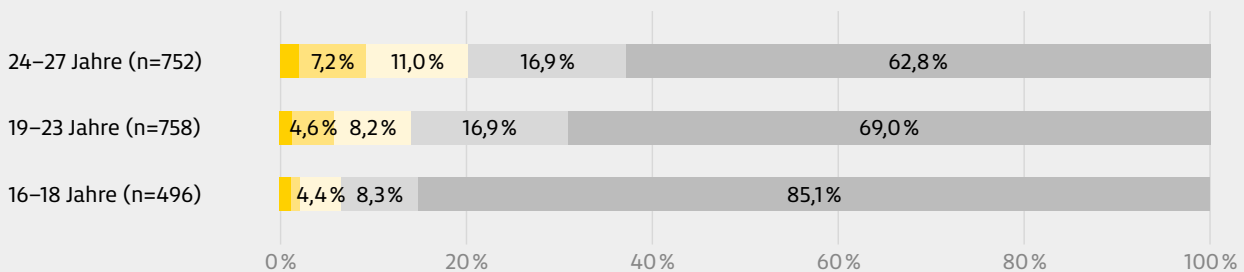
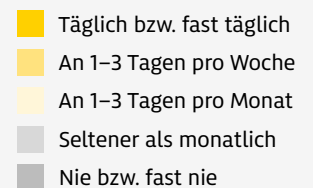


Abbildung 17: Nutzungshäufigkeit von Carsharing nach Altersgruppen innerhalb der Gen Z

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt
n=2006; Pearson-Chi-Quadrat: 82,492; $p < 0,001$

Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Nutzungshäufigkeit: ÖPNV

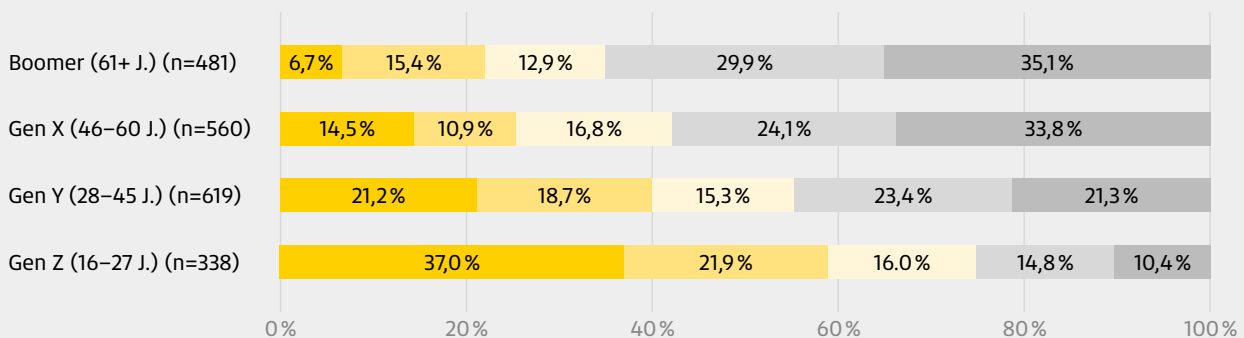
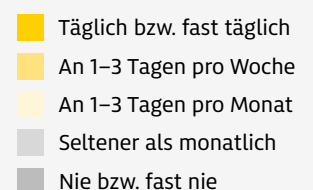


Abbildung 18: Nutzungshäufigkeit des ÖPNV nach Generationen

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt
n=1998; Pearson-Chi-Quadrat: 212,108; $p < 0,001$



Nutzungshäufigkeit: E-Scooter/E-Tretroller

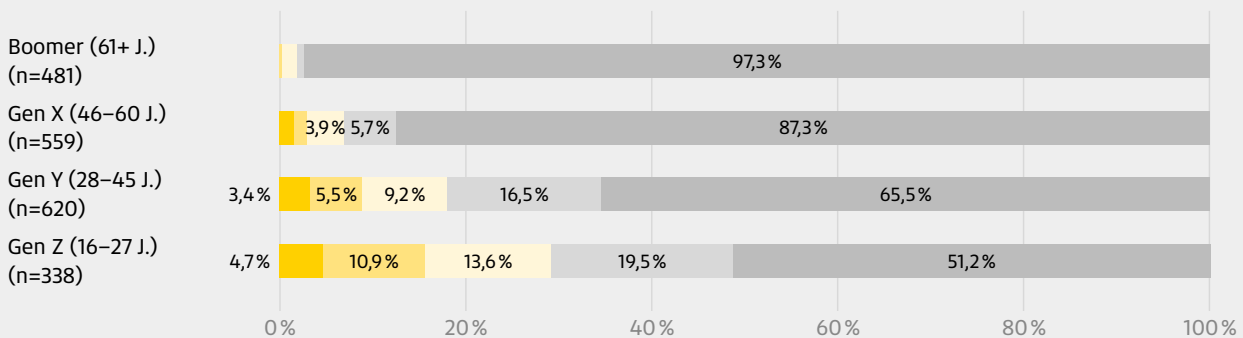
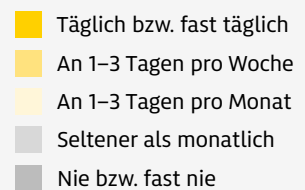


Abbildung 19: Nutzungshäufigkeit E-Scooter/E-Tretroller nach Generationen

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt
n=1998; Pearson-Chi-Quadrat: 327,109; $p < 0,001$

Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Nutzungshäufigkeit: Carsharing

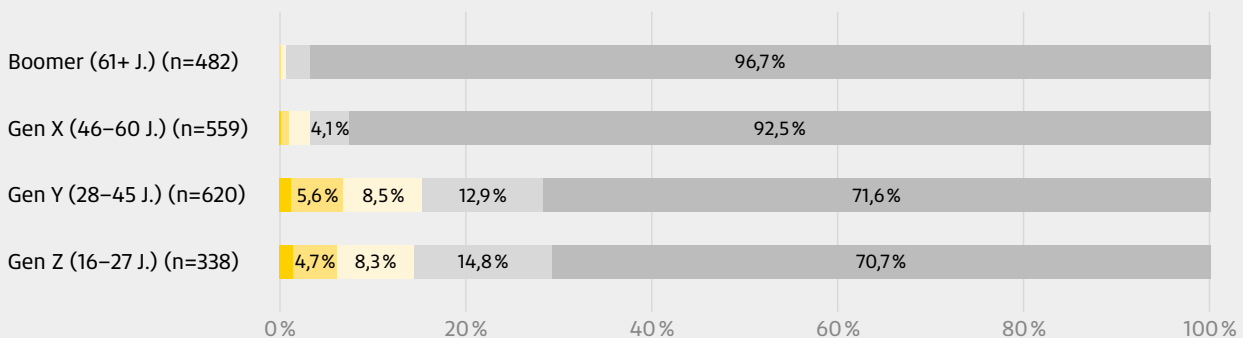
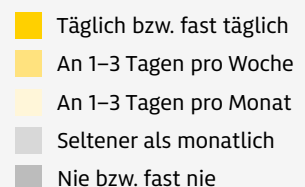


Abbildung 20: Nutzungshäufigkeit Carsharing nach Generationen

F: Bitte gib an, wie häufig Du üblicherweise die folgenden Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsdienste nutzt
n=1999; Pearson-Chi-Quadrat: 200,193; $p < 0,001$

Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Hauptverkehrsmittelwahl nach Wegezweck

Für eine differenzierte Analyse der Verkehrsmittelwahl ist eine Unterscheidung nach dem jeweiligen Wegezweck erforderlich, da Mobilitätsentscheidungen in hohem Maße vom situativen Kontext der Fortbewegung abhängen. Insbesondere unterscheiden sich Alltagswege im Rahmen von Arbeit, Ausbildung oder Schule (Pflichtmobilität) deutlich von Freizeitwegen hinsichtlich zeitlicher Flexibilität, Routinen, Anforderungen

und verfügbaren Alternativen. Die separate Analyse der beiden Wegetypen erlaubt die Identifizierung divergierender Nutzungsmuster und Entscheidungslogiken und generiert dadurch ein detailliertes Verständnis alltäglicher Mobilitätspraktiken.

Für die Analyse wurde aus den genutzten Verkehrsmitteln innerhalb eines Weges (Mehrfachauswahl möglich) jeweils das

Hauptverkehrsmittel für einen spezifischen Wegezweck bestimmt. Die Selektion erfolgte unter der Prämisse, dass das Verkehrsmittel, mit dem die längste Distanz zurückgelegt wird, als Hauptverkehrsmittel klassifiziert wird.

Die Unterschiede zwischen den jüngeren und älteren Kohorten manifestieren sich insbesondere in der Nutzung von MIV und ÖPNV. In der Gen Z dominiert der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) als Hauptverkehrsmittel – sowohl auf dem Weg zur Arbeit, Schule oder Universität als auch in der Freizeit. In den älteren Generationen (über 27 Jahre) hingegen überwiegt der motorisierte Individualverkehr (MIV) (vgl. Abbildung 21). Während die Gruppe der jungen Erwachsenen, der Gen Z, für Ausbildungs- und Arbeitswege stärker auf den

ÖPNV zurückgreift als in der Freizeit, ist bei der älteren Kohorte der MIV auf dem Arbeitsweg ausgeprägter als in der Freizeit. Aktive Mobilitätsformen wie das Fahrradfahren oder Zu Fuß gehen sind in beiden Altersgruppen unterrepräsentiert und treten seltener auf dem Weg zur Arbeit oder Bildungseinrichtung auf (vgl. Abbildung 22).

Die Unterschiede zwischen der Freizeitmobilität tagsüber und in den Abendstunden fallen insgesamt gering aus. Es zeigen sich nur marginale Verschiebungen: Mitfahrgelegenheiten im Pkw nehmen abends etwas zu, während die Nutzung von Fahrrad und E-Bike geringfügig zurückgeht.

Ein differenzierter Blick auf die Altersstruktur innerhalb der jungen Bevölkerungsgruppe verdeutlicht die Heterogenität in der Wahl

Hauptverkehrsmittel zum Arbeits- oder Ausbildungsort

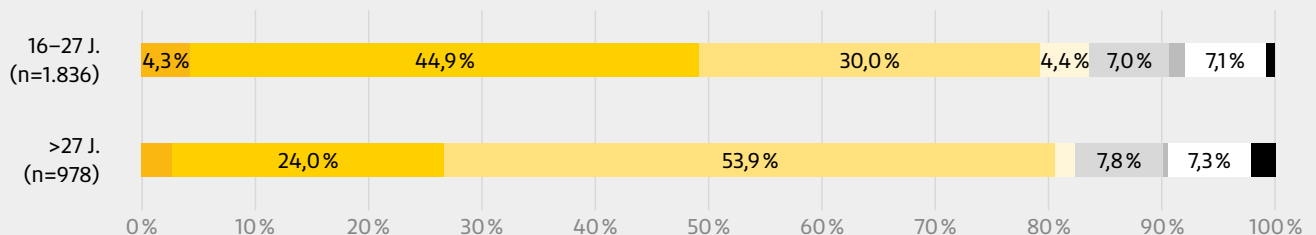


Abbildung 21: Hauptverkehrsmittel zum Arbeits- oder Ausbildungsort

F: Mit welchen Verkehrsmitteln gelangst Du hauptsächlich zur Arbeit/Schule/Berufsschule/Uni; exkl. Personen, die nicht zur Schule/Hochschule/Arbeit gehen

Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Hauptverkehrsmittel in der Freizeit tagsüber

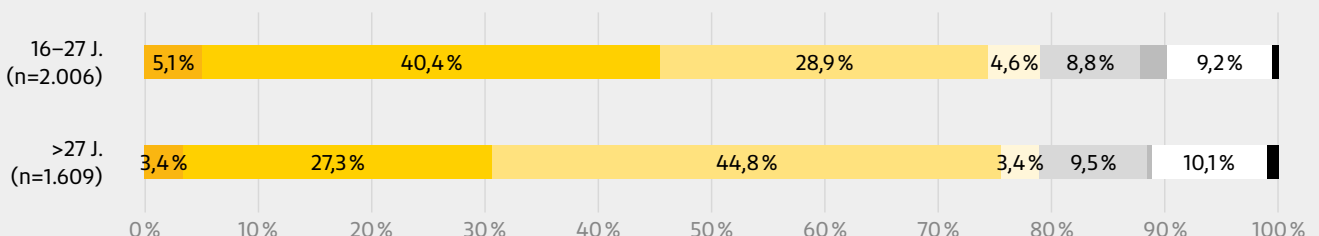


Abbildung 22: Hauptverkehrsmittel in der Freizeit

F: Wie bist Du in deiner Freizeit tagsüber hauptsächlich unterwegs, wenn Du Dich z. B. mit Freundinnen und Freunde triffst, zum Sport oder in ein Café oder Restaurant gehst?

Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



des Hauptverkehrsmittels. Sowohl im Kontext des Arbeits- bzw. Ausbildungswegs als auch bei Freizeitwegen zeigen sich vergleichbare Muster (vgl. Abbildung 23 und Abbildung 24). Mit zunehmendem Alter nimmt der Anteil derjenigen, die den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) als Hauptverkehrsmittel nutzen, sukzessive ab. Parallel dazu ist ein signifikanter Anstieg der Nutzung des motorisierten Individualverkehrs (MIV) – insbesondere in Form der eigenen Pkw-Nutzung – zu verzeichnen. Gleichzeitig verlieren MIV-Mitfahrten, die vor allem bei jüngeren Jugendlichen eine zentrale Rolle

spielen – etwa durch das Mitfahren bei Eltern oder Bekannten – mit zunehmendem Alter an Relevanz. Diese Entwicklung lässt sich unter anderem mit dem zunehmenden Erwerb des Führerscheins sowie wachsender finanzieller und organisatorischer Unabhängigkeit im jungen Erwachsenenalter erklären.

Das Fahrrad spielt insbesondere bei 19- bis 23-Jährigen eine untergeordnete Rolle als Hauptverkehrsmittel. In der Freizeit zeigt sich eine verstärkte Verbreitung, insbesondere bei den unter 18-Jährigen sowie den ab 24-Jährigen. Die Nutzung des Fahrrads

Hauptverkehrsmittel der Gen Z auf Arbeits- oder Ausbildungswegen

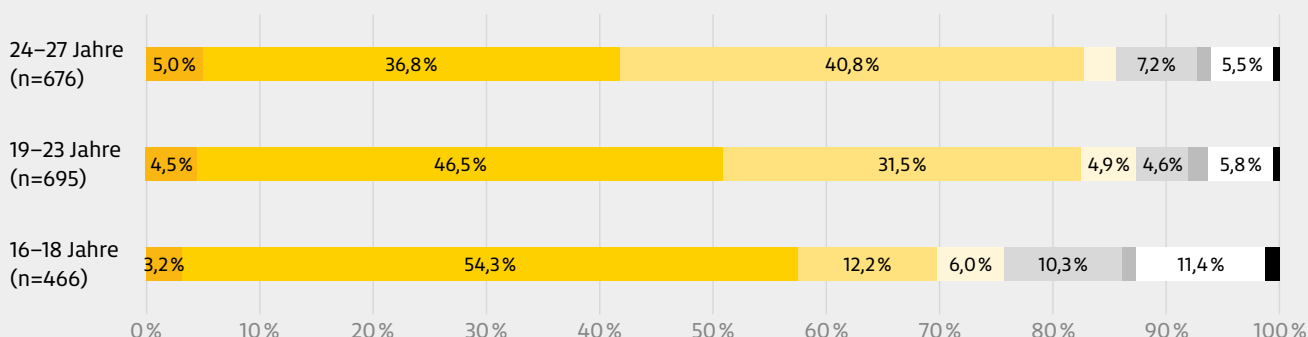


Abbildung 23: Hauptverkehrsmittel auf Arbeits- oder Ausbildungswegen nach Altersgruppe innerhalb der Gen Z

F: Mit welchen Verkehrsmitteln gelangst Du hauptsächlich zur Arbeit/zur Schule/Berufsschule/Uni; exkl. Personen, die nicht zur Schule/Hochschule/Arbeit gehen | n=1837; Pearson-Chi-Quadrat: 136,631; $p < 0,001$ | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Hauptverkehrsmittel der Gen Z in der Freizeit

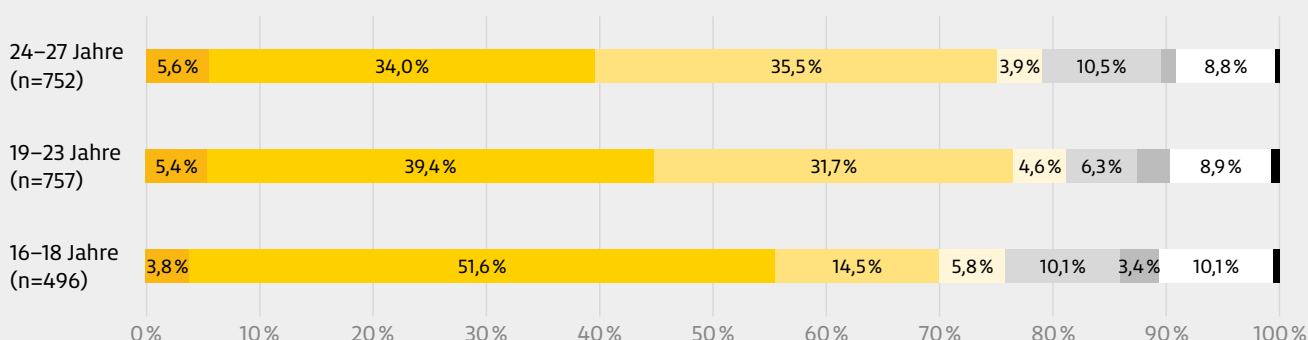


Abbildung 24: Hauptverkehrsmittel der Gen Z in der Freizeit je Altersgruppe

F: Wie bist Du in deiner Freizeit tagsüber hauptsächlich unterwegs, wenn Du Dich zum Beispiel mit Freundinnen und Freunden triffst, zum Sport oder in ein Café oder Restaurant gehst? | n=2006; Pearson-Chi-Quadrat: 93,402; $p < 0,001$ | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



ist in der Regel auf Jugendliche bis 18 Jahre beschränkt, was vermutlich auf die kürzeren Distanzen zur Schule oder zum Ausbildungs-ort zurückzuführen ist.

Für die Wahl des Verkehrsmittels sind sowohl das Alter als auch der Raumtyp von Relevanz,

sowohl auf dem Weg zur Arbeit oder Aus-bildung als auch in der Freizeit. Je ländlicher der Wohnort, desto geringer ist der Anteil an Personen, die ihren Weg mit dem ÖPNV zurücklegen und entsprechend steigt um-gekehrt der Anteil an MIV-Fahrenden (vgl. Abbildung 25 und Abbildung 26).

Hauptverkehrsmittel zur Arbeit/Schule/Uni nach Wohnortgröße (Gen Z)

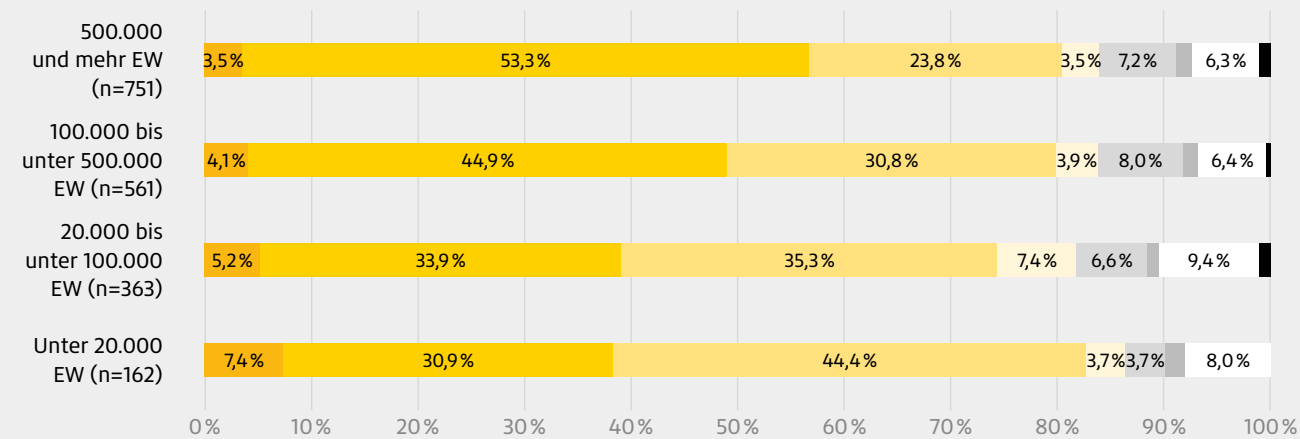


Abbildung 25: Hauptverkehrsmittel auf Ausbildungs- und Arbeitswegen nach BIK-Typ innerhalb der Gen Z

F: Mit welchen Verkehrsmitteln gelangst Du hauptsächlich zur Arbeit/Schule/Berufsschule/Uni | n=1837; exkl. Personen, die nicht zur Schule/Hochschule/Arbeit gehen; Pearson-Chi-Quadrat: 79,755; p<0,001 | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.

- Fernverkehr
- ÖPNV
- MIV-Fahrt
- MIV-Mitfahrt
- Fahrrad/E-Bike
- E-Scooter/E-Tretroller
- zu Fuß
- Sonstiges

Hauptverkehrsmittel in der Freizeit nach Wohnortgröße (Gen Z)

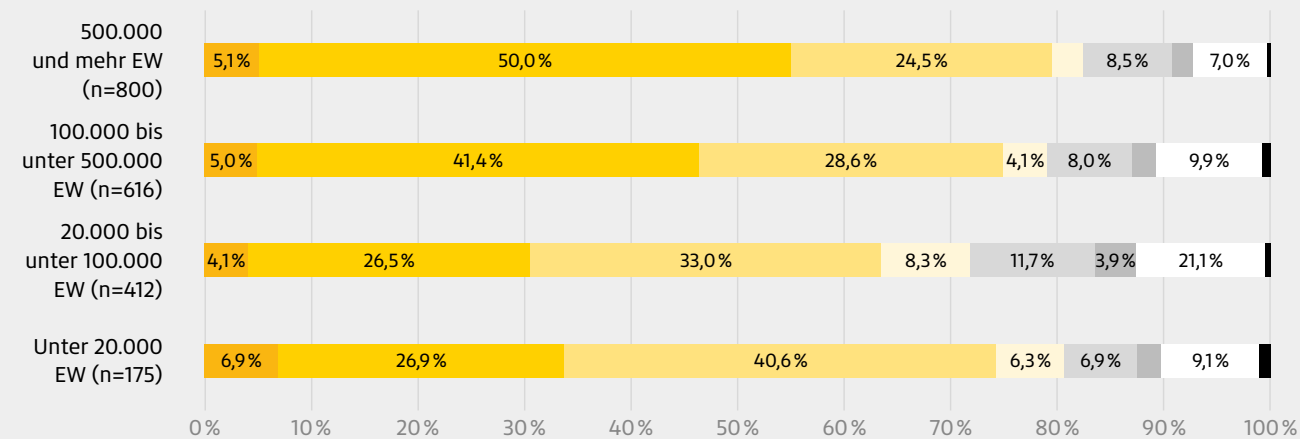


Abbildung 26: Hauptverkehrsmittel auf Freizeitwegen nach BIK-Typ (Gen Z)

F: Wie bist Du in deiner Freizeit tagsüber hauptsächlich unterwegs, wenn Du Dich zum Beispiel mit Freundinnen und Freunde triffst, zum Sport oder in ein Café oder Restaurant gehst? | n=2003; Pearson-Chi-Quadrat: 104,778; p<0,001 | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.

- Fernverkehr
- ÖPNV
- MIV-Fahrt
- MIV-Mitfahrt
- Fahrrad/E-Bike
- E-Scooter/E-Tretroller
- zu Fuß
- Sonstiges

In der Freizeit zeigen sich signifikante Unterschiede in der Wahl des Hauptverkehrsmittels, die in Zusammenhang mit den Sinus-Milieus stehen (vgl. Abbildung 27). Junge Menschen aus dem Postmateriellen, Konservativ-Gehobenen und Neo-Ökologischen Milieu nutzen am häufigsten den ÖPNV als Hauptverkehrsmittel. Fast die Hälfte dieser Gruppen gibt an, Bus und Bahn für Freizeitwege zu bevorzugen (Postmateriell: 48,9 Prozent, Konservativ-Gehoben: 47,4 Prozent, Neo-Ökologisch: 46,6 Prozent). Im Gegensatz dazu weist die Adaptiv-Pragmatische Mitte

mit nur 31,4 Prozent den geringsten Anteil in der ÖPNV-Nutzung auf.

Unterschiede zeigen sich zudem in der Nutzung des Pkw. Am häufigsten wird der Pkw von jungen Menschen aus dem Nostalgisch-Bürgerlichen Milieu genutzt (36,7 Prozent), das oft traditionellere Lebensentwürfe bevorzugt. Diese Gruppe zeichnet sich häufig durch traditionelle Lebensentwürfe aus, bei denen ein hoher Stellenwert auf Sicherheit und Besitz gelegt wird. Demgegenüber nutzen insbesondere das Traditionelle

Hauptverkehrsmittel in der Freizeit nach Sinus-Milieus® (Gen Z)

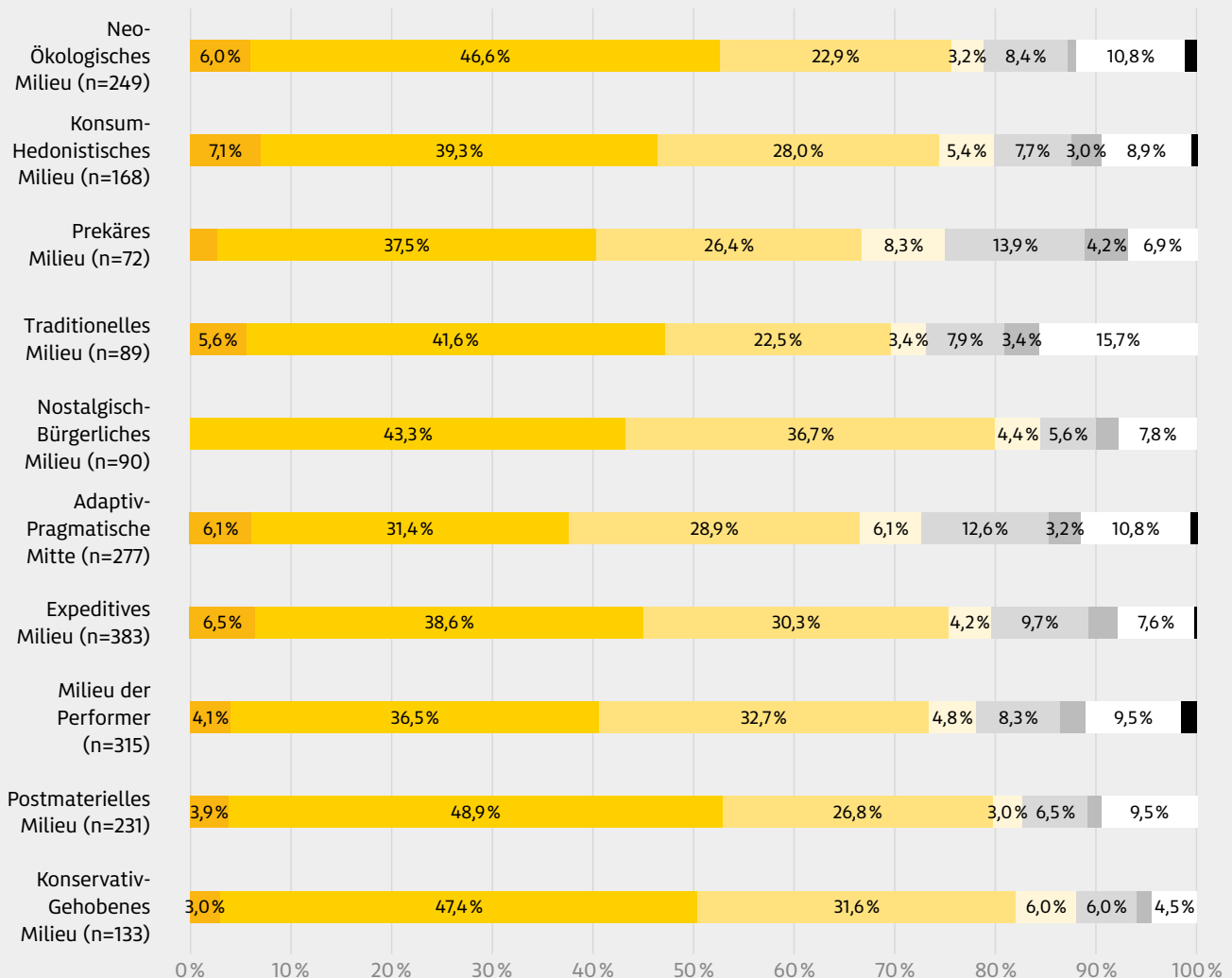


Abbildung 27: Hauptverkehrsmittel in der Freizeit nach Sinus-Milieus (Gen Z)

F: Wie bist Du in deiner Freizeit tagsüber hauptsächlich unterwegs, wenn Du Dich zum Beispiel mit Freundinnen und Freunde triffst, zum Sport oder in ein Café oder Restaurant gehst? | n=2007; Pearson-Chi-Quadrat: 83,249; p<0,045 | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.

Fernverkehr
 ÖPNV
 MIV-Fahrt
 MIV-Mitfahrt
 Fahrrad/E-Bike
 E-Scooter/E-Tretroller
 zu Fuß
 Sonstiges

Milieu (22,5 Prozent) und das Neo-Ökologische Milieu (22,9 Prozent) den Pkw als Hauptverkehrsmittel am seltensten. Dies ist vermutlich auf eingeschränkte Zugangsmöglichkeiten, insbesondere aus finanziellen Gründen im Traditionellen Milieu, oder auf eine bewusste Entscheidung gegen das Auto im Neo-Ökologischen Milieu zurückzuführen. Den höchsten Anteil an aktiver Mobilität verzeichnen das Traditionelle Milieu und die Adaptiv-Pragmatische Mitte. Beim Hauptverkehrsmittel auf dem Arbeits- oder Ausbildungsweg gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Sinus-Milieus (Pearson-Chi-Quadrat: 75,951; $p < 0,127$). Bei der Analyse des Hauptverkehrsmittels in der Gen Z zeigen sich zudem geschlechtsspezifische Unterschiede: Weibliche Personen nutzen den ÖPNV häufiger als männliche. Rund

die Hälfte der Frauen geben an, den ÖPNV regelmäßig für Arbeits- oder Ausbildungswegen zu nutzen, während dies nur auf 40,5 Prozent der Männer zutrifft (vgl. Abbildung 28). Auch in der Freizeit zeigt sich ein ähnliches Muster. Hier nutzen 44,5 Prozent der Frauen, aber nur 36,3 Prozent der Männer öffentliche Verkehrsmittel (vgl. Abbildung 29). Auffällig sind zudem geschlechterspezifische Unterschiede in der Fahrradnutzung. Männer nutzen – unabhängig vom Wegezweck – fast doppelt so häufig das Fahrrad als Hauptverkehrsmittel wie Frauen. Diese Befunde deuten auf geschlechterspezifische Unterschiede in der Verkehrsmittelwahl innerhalb der Gen Z hin. Möglicherweise spielen dabei Sicherheitsaspekte, Verfügbarkeit oder persönliche Präferenzen eine Rolle.

Hauptverkehrsmittel zur Arbeit/Schule/Uni nach Geschlecht (Gen Z)

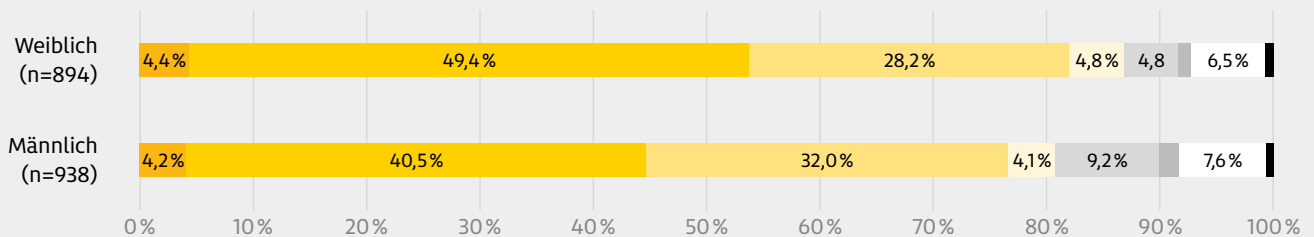


Abbildung 28: Hauptverkehrsmittel auf Ausbildungs- und Arbeitswegen nach Geschlecht innerhalb der Gen Z

F: Mit welchen Verkehrsmitteln gelangst Du hauptsächlich zur Arbeit/Schule/Berufsschule/Uni | n=1837; exkl. Personen, die nicht zur Schule/Hochschule/Arbeit gehen, n=1334; Pearson-Chi-Quadrat: 25,575; $p < 0,001$ | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Hauptverkehrsmittel in der Freizeit nach Geschlecht (Gen Z)

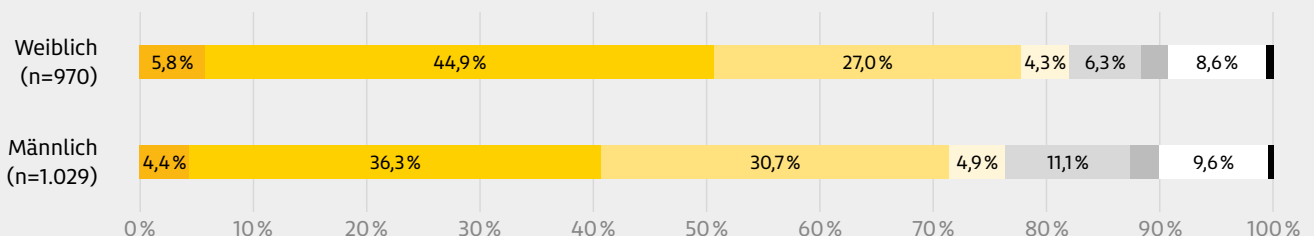
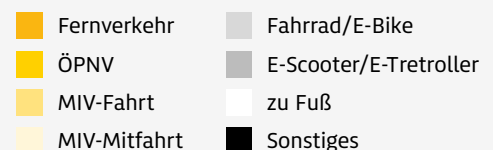


Abbildung 29: Hauptverkehrsmittel in der Freizeit nach Geschlecht (Gen Z)

F: Wie bist Du in deiner Freizeit tagsüber hauptsächlich unterwegs, wenn Du Dich zum Beispiel mit Freundinnen und Freunde triffst, zum Sport oder in ein Café oder Restaurant gehst? | n=1999; exkl. „Divers“; Pearson-Chi-Quadrat: 27,942; $p < 0,001$ | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Aktionsräume

Die Analyse individueller Aktionsräume ist ein wesentliches Instrument, um Mobilitätsverhalten differenziert zu verstehen und zielgerichtete Maßnahmen für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung zu gestalten. Aktionsräume beschreiben den Bereich, in dem sich Menschen regelmäßig bewegen – etwa für den Weg zur Arbeit, zur Ausbildung oder zu Freizeitaktivitäten. Die Größe und Struktur dieses Raums sind eng verknüpft mit der Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln, der Infrastruktur am Wohnort oder Arbeits-/Ausbildungsort als Aktivitätspole sowie mit individuellen Lebensphasen. Die Erfassung der Bewegungsgewohnheiten von Personen ermöglicht eine präzisere Einschätzung der Mobilitätsbedarfe und -muster, was die Entwicklung zielgerichteter Mobilitätsangebote und infrastruktureller Voraussetzungen maßgeblich unterstützt.

Die Auswertung der Aktionsräume für die Arbeits- bzw. Ausbildungsorte zeigt, dass rund 60 Prozent der Befragten der Gen Z im selben PLZ-Bereich arbeiten oder zur Schule, Universität bzw. Ausbildungseinrichtung gehen, in dem sie auch wohnen. Jedoch variiert die Postleitzahlgröße stark nach städtischem und ländlichem Raum. Unter der Annahme, dass wenn beide Aktivitätspole – Wohnen und Arbeiten/Ausbildung – im selben

Postleitzahlbereich liegen, durchschnittlich 2,6 km auf diesem Weg zurückgelegt werden, ergibt sich für die gesamte Gen Z eine durchschnittliche Entfernung zwischen Wohn- und Ausbildungs- bzw. Arbeitsort von 9,8 km.

Ein relevanter Faktor für die Größe des Aktionsraums ist der Grad der Verstädterung. Innerhalb der Gen Z legen Personen auf dem Land mit durchschnittlich 16,7 km fast doppelt so weite Strecken zum Ausbildungs- oder Arbeitsplatz zurück wie ihre Altersgenossen in der Stadt (9,1 km) (vgl. Tabelle 8).

Die vorliegende Differenz veranschaulicht die Herausforderungen, mit denen junge Menschen in ländlichen Regionen in ihrer Mobilität konfrontiert sind. Die eingeschränkten Mobilitätsoptionen der Betroffenen sind in hohem Maße durch zwei Faktoren bedingt. Einerseits bestehen diese in nicht bedürfnisorientierten oder wenig flexiblen Angeboten des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV), andererseits in großen Entfernungen und damit verbundenen großen Reisezeiten.

Bei den über 27-Jährigen ist der überwiegende Anteil der Arbeits- bzw. Ausbildungsorte im selben PLZ-Bereich wie der Wohnort zu verzeichnen. Insgesamt weist die Gen Z nach der Gen Y (10 km) den größten Aktionsraum

Entfernung zwischen Wohnort und Arbeits- bzw. Ausbildungsort im Stadt/Land-Vergleich (Gen Z)

Wohnort	Entfernung Mittelwert	n*
Land	16,7 km	161
Stadt	9,1 km	1.675
Gesamt	9,8 km	1.836
Signifikanz	Welch-F(1, 169,073)=3,206, p=0,075	

Tabelle 8: Durchschnittliche Entfernung zwischen Wohnort und Arbeits- bzw. Ausbildungsort nach Stadt/Land innerhalb der Gen Z

F: Wo befindet sich Dein Arbeits-, Ausbildungs- oder Studienort?

*ausgenommen Personen ohne Arbeits-/Ausbildungstätigkeit

Entfernung zwischen Wohnort und Arbeits- bzw. Ausbildungsort nach Generationen

Generation	Entfernung Mittelwert	n*
Gen Z (16–27 J.)	9,8 km	310
Gen Y (28–45 J.)	10,0 km	510
Gen X (46–60 J.)	8,3 km	399
Boomer (61+ J.)	5,8 km	117
Gesamt	9,1 km	1.337
Signifikanz	Welch-F(3, 586,906)=3,573, p=0,014	

Tabelle 9: Durchschnittliche Entfernung zwischen Wohnort und Arbeits- bzw. Ausbildungsort nach Generationen

F: Wo befindet sich Dein Arbeits-, Ausbildungs- oder Studienort?

*ausgenommen Personen ohne Arbeits-/Ausbildungstätigkeit

auf (vgl. Tabelle 9). Die sogenannte Boomer-Generation legt mit durchschnittlich 5,8 km die geringsten Entfernungen zurück. Der vergleichsweise große Aktionsraum der Gen Z

deutet auf einen hohen Mobilitätsanspruch und den Bedarf an flexiblen, gut vernetzten Mobilitätslösungen hin.

Reisemobilität der Gen Z – Aktionsräume über den Alltag hinaus

Während im vorherigen Abschnitt der Fokus auf den alltäglichen Aktionsräumen – also dem geografischen Radius rund um Wohn-, Ausbildungs- oder Arbeitsort – lag, wird im Folgenden die reisebezogene Fernmobilität betrachtet. Es lassen sich ebenfalls signifikante Rückschlüsse auf das Mobilitätsverhalten der Gen Z ziehen, insbesondere in Bezug auf die Verkehrsmittelpräferenzen und die zurückgelegten Distanzen bei Reisen über 100 km. Urlaubsreisen lassen sich dabei als temporäre Ausweitung des Aktionsraums interpretieren, die zusätzlich aufzeigt, wie mobilitätsaffin und klimabewusst sich unterschiedliche Gruppen in ihrer Freizeit verhalten. Es wird untersucht, welche Verkehrsmittel von der Gen Z auf ihrer letzten Reise genutzt wurden und welche durch-

schnittlichen Entfernungen dabei zwischen Wohn- und Urlaubsort zurückgelegt wurden. Die Ergebnisse liefern Erkenntnisse zum Mobilitätsverhalten der jungen Generation abseits des Alltags und in einem stärker selbstgewählten Mobilitätskontext.

Innerhalb der Gen Z zeigen sich signifikante Unterschiede in den durchschnittlich zurückgelegten Reiseentfernungen in Abhängigkeit vom Alter (vgl. Tabelle 10). Es lässt sich ein eindeutiger Trend feststellen: Mit zunehmendem Alter der Befragten steigt die Bereitschaft, längere Reisen zu unternehmen. So beträgt die durchschnittliche Reiseentfernung bei den 16- bis 18-Jährigen 1212,9 km (Mittelwert), während die 24- bis 27-Jährigen im Schnitt 2272,3 km (Mittelwert) zurückle-

gen, also rund 1000 km mehr. Eine mögliche Erklärung liegt in der zunehmenden Autonomie und finanziellen Unabhängigkeit mit steigendem Alter. Ältere Personen innerhalb der Gen Z verfügen oft über eigenes Einkommen, flexiblere Mobilitätsoptionen und mehr Entscheidungsspielraum bei der Urlaubsplanung. Dies lässt die Wahrscheinlichkeit für weitere individuell gestaltete Reisen steigen.

Zwar zeigt sich im Vergleich der Reiseentfernungen zwischen den Sinus-Milieus kein signifikanter Unterschied auf Basis der Mittelwerte, doch der Blick auf die Medianwerte – die weniger anfällig für Ausreißer sind – offenbart deutliche Unterschiede im Reiseverhalten (vgl. Tabelle 11).

Das Traditionelle Milieu unternimmt mit durchschnittlich 538 km die kürzesten Urlaubsreisen, dicht gefolgt vom Nostalgisch-Bürgerlichen Milieu mit 559,7 km. Diese Milieus zeichnen sich durch eine höhere Alltagsorientierung und eine stärkere Verankerung im vertrauten Umfeld aus. Fernreisen oder internationale Urlaube sind in diesem Kontext von untergeordneter Relevanz, was möglicherweise auf finanzielle oder sicherheitsbezogene Erwägungen zurückzuführen ist.

Am anderen Ende des Spektrums befindet sich das Konservativ-Gehobene Milieu, das mit einer mittleren Reiseentfernung von 973,3 km die weitesten Reisen unternimmt. Dieses Milieu verfügt häufig über ein höheres Einkommen und legt Wert auf hochwertige, oft auch exklusive Reiseerlebnisse, die mit längeren Distanzen verbunden sind. Auch das Adaptiv-Pragmatische Milieu und das Konsum-Hedonistische Milieu weisen mit jeweils rund 913 km hohe Medianwerte auf. Beide Milieus sind stärker auf Erlebnis, Abwechslung und Spaß ausgerichtet und zeigen eine höhere Reisebereitschaft, auch über größere Entfernungen hinweg. Diese Gruppen verbinden Reisen häufig mit sozialem Status, Selbstverwirklichung oder Belohnung, was Fernreisen besonders attraktiv macht.

Die zurückgelegten Entfernungen spiegeln sich zudem in der Wahl der Urlaubsdestinationen der verschiedenen Milieus wider (vgl. Abbildung 30). So unternimmt das Konservativ-Gehobene Milieu, welches die im Median weitesten Entfernungen zurücklegt, überdurchschnittlich häufig Fernreisen und zeigt insgesamt eine hohe Reiseaktivität – sowohl innerhalb Europas als auch darüber hinaus. Im Gegensatz dazu ist die Reiseintensität im Traditionellen Milieu, welches im Median die kürzesten Reisetrecken zurücklegt, insge-

Entfernung zum letzten Urlaubsort nach Altersgruppen (Gen Z*)

	Mittelwert	Median
16–18 Jahre (n=359)	1.212,9 km	648,6 km
19–23 Jahre (n=596)	1.666,8 km	738,4 km
24–27 Jahre (n=579)	2.272,3 km	755,2 km
Signifikanz	Welch-F(2, 992,051)=20,020, p<0,001	

Tabelle 10: Durchschnittlich zurückgelegte Reiseentfernung nach Altersgruppen (Gen Z)

F: Denk bitte nun an Deine letzten längeren Reisen mit Übernachtung. Wohin ging die weiteste Fernreise (Reise über 100 km, z. B. Urlaub, Event, Konzert, Freunde treffen), die Du in den letzten 12 Monaten unternommen hast? | *ausgenommen Personen ohne Reise

Durchschnittlich zurückgelegte Reiseentfernung nach Milieu (Gen Z*)

	Mittelwert	Median
Konservativ-Gehobenes Milieu (n=110)	1.871,8 km	973,3 km
Postmaterielles Milieu (n=196)	2.036,5 km	649,5 km
Milieu der Performer (n=239)	1.806,1 km	755,8 km
Expeditives Milieu (n=312)	1.596,6 km	611,5 km
Adaptiv-Pragmatische Mitte (n=190)	2.076,8 km	912,6 km
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu (n=69)	1.257,2 km	559,7 km
Traditionelles Milieu (n=59)	1.540,2 km	538,0 km
Prekäres Milieu (n=46)	1.430,6 km	606,7 km
Konsum-Hedonistisches Milieu (n=120)	2.232,0 km	913,1 km
Neo-Ökologisches Milieu (n=193)	1.575,7 km	723,3 km
Signifikanz	Welch-F(9, 406,247)= 1,468, p=0,158	

Tabelle 11: Durchschnittlich zurückgelegte Reiseentfernung nach Milieu innerhalb der Gen Z

F: Denk bitte nun an Deine letzten längeren Reisen mit Übernachtung. Wohin ging die weiteste Fernreise (Reise über 100 km, z. B. Urlaub, Event, Konzert, Freunde treffen), die Du in den letzten 12 Monaten unternommen hast? | *ausgenommen Personen ohne Reise

Urlaubsziele im Konservativ-Gehobenen Milieu und im Traditionellen Milieu

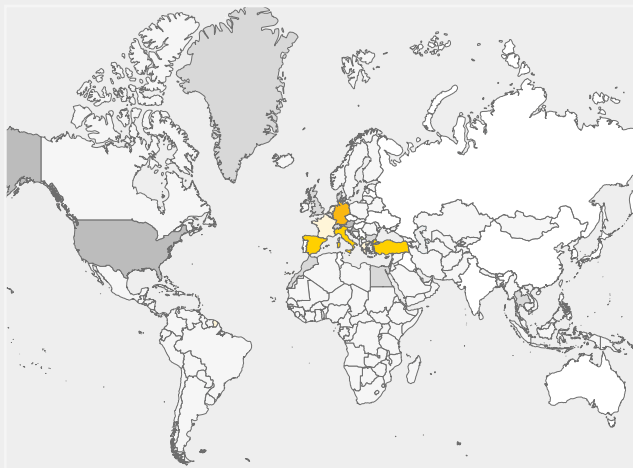
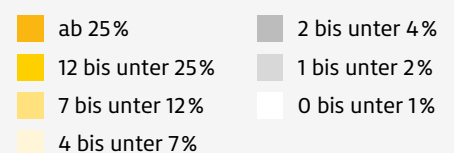


Abbildung 30: Urlaubsziele im Konservativ-Gehobenen Milieu (links) und im Traditionellen Milieu (rechts) innerhalb der Gen Z

Karten: Esri, TomTom, FAO, NOAA, USGS



samt geringer, und Fernreisen sind seltener. Dennoch stellen Inlandsreiseziele in beiden Milieus die am häufigsten gewählte Urlaubsdestination dar.

Obwohl sich in der statistischen Auswertung keine signifikanten Unterschiede zwischen den Generationen hinsichtlich der durchschnittlich zurückgelegten Distanz zum letzten Urlaubsort zeigen, deutet sich ein Trend an: Die Gen Z unternimmt im Schnitt die weitesten Reisen – mit durchschnittlich 1789,2 km (vgl. Tabelle 12). Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass junge Erwachsene häufiger Fernreisen unternehmen, etwa im Rahmen von Auslandssemestern, Work-and-Travel-Programmen oder Urlaubsformen mit hohem Erlebniswert. Auch der Wunsch nach Internationalität und neuen Eindrücken könnte bei der Gen Z stärker ausgeprägt sein als bei älteren Generationen.

Im Generationenvergleich zeigt sich, dass die Gen Z insgesamt eine höhere Reisetätigkeit aufweist als die über 27-Jährigen: Während 21,5 Prozent der Gen Z angaben, im letzten Jahr keine Urlaubsreise unternommen zu haben, trifft dies auf ein Drittel der älteren Befragten zu.

Neben der Reiseentfernung ist auch die Verkehrsmittelwahl für die letzte Urlaubs-

reise von signifikanter Relevanz. Die Art der genutzten Mobilitätsform steht in engem Zusammenhang mit der Reisefrequenz und ermöglicht zudem Rückschlüsse auf die ökologischen Auswirkungen sowie die Präferenzen unterschiedlicher Gruppen. Es zeigt sich, dass die Gen Z häufiger mit dem Flugzeug als die über 27-Jährigen (37,1 Prozent gegenüber 32,4 Prozent) reist (vgl. Abbildung 31). Darüber hinaus nutzt sie häufiger den Fernbus oder Reisebus (9,5 Prozent, fast doppelt so häufig wie die Vergleichsgruppe). Mit dem Zug legt etwa jede/r Fünfte der Gen Z Reise-strecken zurück. Der Pkw-Anteil wird bei den über 27-Jährigen deutlich häufiger als Fahrer/in genutzt (32,9 Prozent), während die Gen Z häufiger als Mitfahrer/in unterwegs ist (15,4 Prozent vs. 10,6 Prozent). Urlaubsreisen werden in der Gen Z fast genauso häufig als Mitfahrerin oder Mitfahrer (15,4 Prozent) absolviert wie als Pkw-Fahrerin oder -Fahrer (16,2 Prozent).

Innerhalb der Gen Z zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Die 16- bis 18-Jährigen heben sich dabei stark von den älteren Gruppen (19–23 und 24–27 Jahre) ab, zwischen denen kaum Differenzen erkennbar sind (vgl. Abbildung 32). So steigt die Nutzung des Flugzeugs ab der Altersgruppe 19–23 Jahre deutlich an, was vermutlich mit der veränderten Lebensphase

Durchschnittlich zurückgelegte Reiseentfernung nach Generationen*

	Mittelwert	Median
Gen Z (16–27 J.) (n=259)	1.789,2 km	729 km
Gen Y (28–45 J.) (n=413)	1.358,8 km	486 km
Gen X (46–60 J.) (n=382)	1.716,1 km	591 km
Boomer (61+ J.) (n=285)	1.579,2 km	531 km
Signifikanz	Welch-F(3, 678,569)=2,015, p=0,111	

Tabelle 12: Durchschnittlich zurückgelegte Reiseentfernung nach Generationen

F: Denk bitte nun an Deine letzten längeren Reisen mit Übernachtung. Wohin ging die weiteste Fernreise (Reise über 100 km, z. B. Urlaub, Event, Konzert, Freunde treffen), die Du in den letzten 12 Monaten unternommen hast | *ausgenommen Personen ohne Reise

und einem höheren Einkommen zusammenhängt. Die Nutzung von Fernbus und Reisebus ist bei den Jüngsten mit 15,8 Prozent etwa doppelt so hoch wie bei den älteren Gruppen. Hier könnten geringere Ansprüche an Komfort oder geringere finanzielle Mittel eine Rolle spielen. Besonders auffällig ist zudem die Pkw-Nutzung: Rund 27,6 Prozent der 16- bis 18-Jährigen werden als Mitfahrer im Pkw befördert, während dieser Anteil bei den älteren Gen Z-Mitgliedern nur bei etwa 12 Prozent liegt. Gleichzeitig ist der Anteil der Pkw-Selbstfahrenden bei den älteren Grup-

pen etwa 10 Prozent höher, was sich durch Führerscheinbesitz und eigene Fahrzeuge erklären lässt.

Im Vergleich zwischen Männern und Frauen zeigt sich, dass Frauen das Flugzeug signifikant häufiger für ihre Urlaubsreisen nutzen als Männer (40,3 Prozent vs. 34,1 Prozent) (vgl. Abbildung 33). Dies korrespondiert auch mit der Beobachtung, dass Frauen im Durchschnitt längere Entfernungen zum Urlaubsort zurücklegen. Männer hingegen fahren häufiger selbst mit dem Pkw als

Hauptverkehrsmittel der letzten (Urlaubs-)Reise

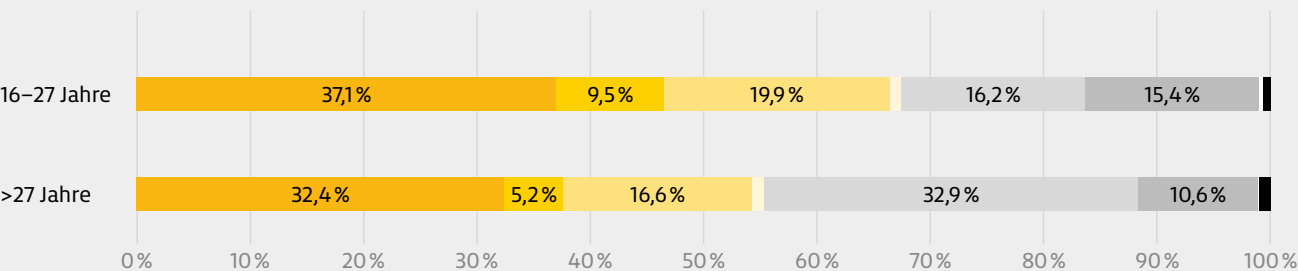


Abbildung 31: Hauptverkehrsmittel der letzten längeren Reise mit Übernachtung (weiteste Fernreise (Reise über 100 km), z. B. Urlaub, Event, Konzert, Freunde treffen), die in den letzten 12 Monaten unternommen wurde, ausgenommen Personen ohne Reise

F: Welche(s) Verkehrsmittel hast Du für diese Reise genutzt? | 16–27 Jahre (n=1575); >27 Jahre (n=1072) | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.

- Flugzeug
- Fernbus/Reisebus
- Zug
- Schiff/Boot
- MIV-Fahrt
- MIV-Mitfahrt
- Fahrrad/E-Bike
- Sonstiges

Hauptverkehrsmittel der letzten (Urlaubs-)Reise (Gen Z)

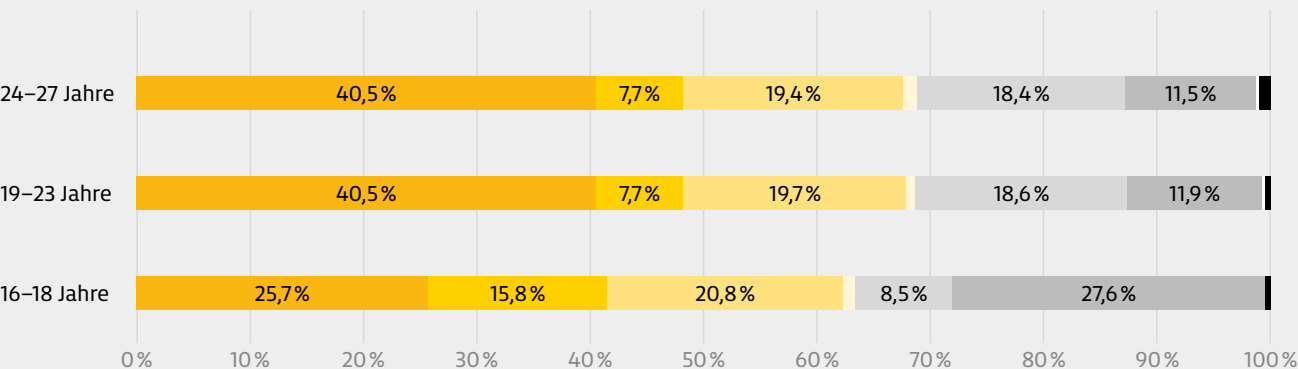


Abbildung 32: Hauptverkehrsmittel der letzten (Urlaubs-)reise nach Altersgruppen innerhalb der Gen Z, ausgenommen Personen ohne Reise

F: Welche(s) Verkehrsmittel hast Du für diese Reise genutzt? | n=1577; Pearson-Chi-Quadrat: 102,742; p<0,001 | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.

- Flugzeug
- Fernbus/Reisebus
- Zug
- Schiff/Boot
- Auto-Fahrt
- Auto-Mitfahrt
- Fahrrad/E-Bike
- Sonstiges

Fahrer (20,2 Prozent gegenüber 12,1 Prozent bei Frauen), während Frauen öfter als Beifahrer unterwegs sind (18,8 Prozent vs. 12,1 Prozent bei Männern). Diese Unterschiede spiegeln unterschiedliche Mobilitätsmuster und Reisegewohnheiten zwischen den Geschlechtern wider.

Im differenzierten Generationenvergleich ist zudem erkennbar, dass die Nutzung des öffentlichen Fernverkehrs (Fernbus, Reise-

bus, Zug) mit steigendem Alter tendenziell abnimmt (vgl. Abbildung 34).

Die Analyse der Reisetätigkeiten der Gen Z offenbart ein überdurchschnittliches Maß an Mobilität im Freizeitkontext. Im Vergleich zu älteren Generationen zeichnet sich die Gen Z durch eine höhere Reisetätigkeit aus. Zudem sind die durchschnittlichen Entfernungen der zurückgelegten Reisen bei der Gen Z am

Hauptverkehrsmittel der letzten (Urlaubs-)Reise nach Geschlecht (Gen Z)

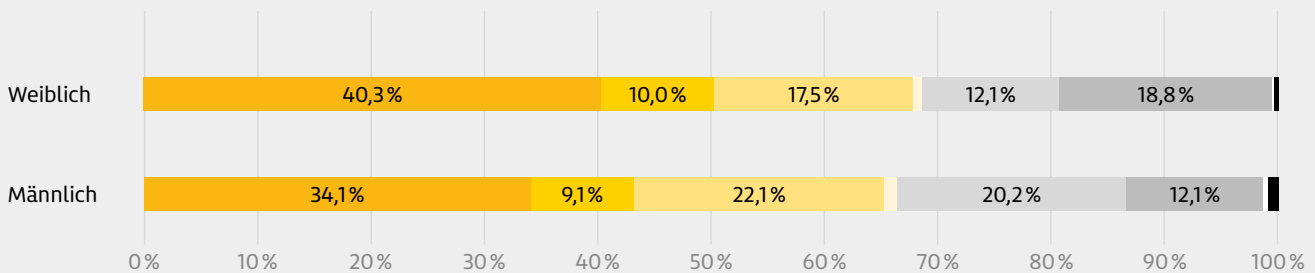
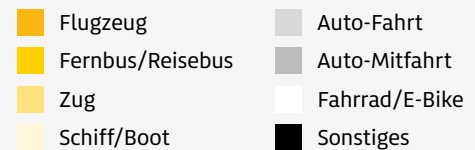


Abbildung 33: Hauptverkehrsmittel der letzten (Urlaubs-)Reise nach Geschlecht innerhalb der Gen Z, ausgenommen Personen ohne Reise

F: Welche(s) Verkehrsmittel hast Du für diese Reise genutzt? | n=1571; Pearson-Chi-Quadrat: 38,903; p<0,001 | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



Hauptverkehrsmittel der letzten (Urlaubs-)Reise nach Generationen

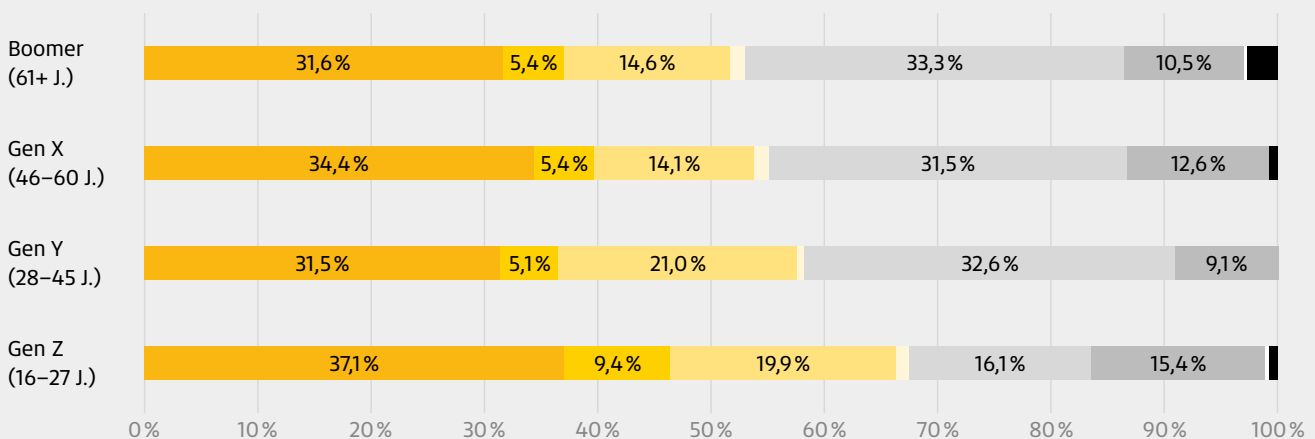
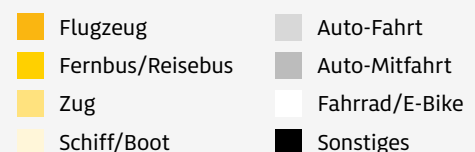


Abbildung 34: Hauptverkehrsmittel der letzten (Urlaubs-)Reise nach Generationen, ausgenommen Personen ohne Reise

F: Welche(s) Verkehrsmittel hast Du für diese Reise genutzt? | n=1380; Pearson-Chi-Quadrat: 91,170; p<0,001 | Werte unter 3% werden hier nicht ausgewiesen.



größten, was auf eine hohe Reiselust und internationale Orientierung hindeutet.

In Bezug auf die Verkehrsmittelwahl zeichnet sich die Gen Z durch Flexibilität, Preissensitivität und eine vergleichsweise ausgeprägte Klimasensitivität aus, wobei jedoch auch Widersprüche erkennbar sind. Das Flugzeug nimmt für sie die Funktion des meistgenutzten Verkehrsmittels für Urlaubsreisen ein und wird in höherem Maße genutzt als bei älteren Generationen. Gleichzeitig ist die Nutzung von Fern- und Reisebussen in der Gen Z doppelt so hoch wie bei den älteren. Dies könnte ein Indikator für ein stärkeres Kostenbewusstsein sein. Obwohl das Automobil auch für den individuellen Transport genutzt wird, wird es in erster Linie als Mitfahrgelegenheit genutzt. Diese Tendenz lässt sich durch die noch geringere Anzahl an Führerscheininhabenden und Autos erklären.

Innerhalb der Gen Z zeigen sich Unterschiede nach Altersgruppen: Jüngere (16–18 Jahre) legen kürzere Strecken zurück, reisen häufiger als Beifahrerinnen und Beifahrer im Auto und nutzen überdurchschnittlich häufig

den Fernbus. In der Altersgruppe der 19- bis 23-Jährigen ist ein signifikanter Anstieg der Flugreisenden zu verzeichnen.

Milieu- und Geschlechterunterschiede vervollständigen die bestehende Analyse. So ergibt sich, dass Frauen im Durchschnitt größere Strecken zurücklegen und dabei häufiger das Flugzeug als Verkehrsmittel nutzen, während Männer öfter das Automobil als Transportmittel wählen. Es lassen sich signifikante Unterschiede zwischen den Sinus-Milieus in Bezug auf die durchschnittlichen Entfernungen sowie die Präferenzen hinsichtlich der Urlaubsziele beobachten. Es konnte festgestellt werden, dass Personen aus höher situierten Milieus (beispielsweise Konservativ-Gehoben) eine höhere Fernreiseaktivität aufweisen. Demgegenüber verreisen Personen aus traditionelleren oder sozial benachteiligten Milieus tendenziell seltener und kürzer. Insgesamt verdeutlicht die Analyse, das Reisen in der Gen Z ein zentraler Bestandteil individueller Lebensgestaltung ist, geprägt von vielfältigen Mobilitätsmustern, die stark durch Alter, soziales Milieu und Lebenssituation beeinflusst sind.

4.3 Multimodalität: Next „New Generation“

In diesem Kapitel liegt der Fokus auf der Analyse mono- und multimodaler Verkehrsmittelnutzungen innerhalb der jungen Gen Z, wobei ein besonderes Augenmerk auf den Einbezug des Pkw gelegt wird. Des Weiteren erfolgt die Analyse stets unter Berücksichtigung der älteren Generationen, um Diskrepanzen und Abweichungen zu identifizieren. Die Analysen zu mono- und multimodalen Verhaltensweisen unter Berücksichtigung der (Nicht-)Nutzung des Automobils sind von besonderer Relevanz, da die vorherige junge Generation Y Anfang der 2010er Jahre bereits prominent als „New Generation“ (Kuhnimhof et al., 2011) charakterisiert wurde. In dieser

jungen Alterskohorte konnte somit eine historisch einmalige Abkehr von der nahezu exklusiven/monomodalen Nutzung des Automobils in dieser jungen Alterskohorte festgestellt werden (vgl. auch Kapitel 2). Die vorliegenden Befunde, die auf Auswertungen repräsentativer Verkehrsdatensätze basieren, löste eine intensiv geführte Debatte über einen möglichen Übergang von der automobilen hin zur multimodalen Gesellschaft aus (siehe hierzu auch ifmo, 2011; Kuhnimhof et al., 2012; Schönduwe et al., 2012), weshalb nun entlang der Gen Z die Frage aufgeworfen wird, ob sich der Shift hin zur Multimodalität in der jungen Generation fortsetzt.

In den nachfolgenden Berechnungen werden vor dem Hintergrund der theoretisch-konzeptionellen Vorüberlegungen in Kap. 2 (nicht-)multimodale Verhaltensweisen mit Blick auf den Einbezug und den Nicht-Einbezug der Pkw-Nutzung vorgenommen. Daraus ergeben sich vier Verkehrsmittelnutzungstypen:

autobasierte Monomodalität, die die exklusive Nutzung des Automobils beinhaltet

nicht-autobasierte Monomodalität, die den Rückgriff ausschließlich Verkehrsmittel, aber nicht Auto umfasst

autobasierte Multimodalität, die neben der Nutzung des Automobils die Nutzung von mindestens einem weiteren Verkehrsmittel umschreibt

nicht-autobasierte Multimodalität, die die flexible Nutzung von zwei oder mehr Verkehrsmitteln aus dem Umweltverbund beschreibt und das Auto außen vor lässt. Hierbei handelt es sich um eine etablierte

Multimodalitätstypologie (ähnlich in Hunecke et al., 2021; Mehdizadeh et al., 2019).

Als Beobachtungszeitraum wurde ein Wochenzyklus festgelegt, indem sich in westlichen Lebensweisen spezifische Aktivitätenmuster zyklisch wiederholen. Um Unterschiede zwischen den Mono- und Multimodalitätsgruppen im Hinblick auf soziodemographische, räumliche, sozioökonomische sowie milieuspezifische Merkmalsausprägungen herauszustellen, werden Kontingenzanalysen als statistisches Verfahren herangezogen. Über dieses Verfahren werden Zusammenhänge zwischen den Variablen im Hinblick auf erwartete und tatsächliche Häufigkeitsverteilungen in Kreuztabellierungen ermittelt.

Generationenvergleich

Die Gen Z stellt sich in dreierlei Hinsicht als hochgradig multimodale Alterskohorte dar (vgl. Tabelle 13): Die erste besonders hervorzuhebende Eigenschaft betrifft den Umfang multimodaler Alltagsmobilität, wonach mehr als zwei Drittel der Gen Z multimodal unterwegs sind (68,1 Prozent). Die zweite besondere Eigenschaft multimodalen Verhaltens in der Gen Z betrifft die starke Orientierung hin zur erhöhten Nutzung des Umweltverbundes, wonach rund drei von zehn Personen der jungen Gen Z nicht-autobasierte multimodale Verhaltensweisen erkennen lassen (29,5 Prozent). Schließlich ist als dritte besondere Eigenschaft die spezifische Verwendung des Pkw hervorzuheben, wonach innerhalb der Gen Z die Pkw-Nutzung deutlich häufiger multimodal (38,6 Prozent) als monomodal stattfindet (9,7 Prozent).

Damit unterscheidet sich die junge Gen Z im Vergleich zu anderen Generationen in hochsignifikanter Weise. Die junge Gen Z repräsentiert im generationalen Vergleich mit zwei Dritteln multimodalen Personen die größte Multimodalitätsgruppe, gefolgt von der Generation Y, in der etwas mehr als jeder Zweite multimodal ist (54,2 Prozent),

während die beiden ältesten Generationen unterdurchschnittlich abschneiden (Generation X: 44,6 Prozent; Boomer: 36,4 Prozent).

Auch hinsichtlich der Nutzung des Umweltverbunds nimmt die Gen Z eine führende Position ein. So nutzen innerhalb der Gen Z drei von zehn Personen den Umweltverbund multimodal, während es bei den älteren Generationen nur die Generation Y ist, die die Zehnprozentmarke übersteigt (13,4 Prozent). Die beiden älteren Generationen Gen X und Boomer setzen demgegenüber nur in geringem Maße auf den Umweltverbund (5,7 Prozent bzw. 5,8 Prozent). Auch der hohe Anteil multimodaler Pkw-Nutzungen ist im Vergleich zu den anderen Generationen hervorzuheben. Obwohl die Generationen Y und X ähnlich hohe autobasierte Multimodalitätswerte aufweisen (40,8 Prozent bzw. 38,9 Prozent), ist der Anteil an monomodaler Autonutzung in diesen Generationen höher (17,7 Prozent bzw. 31,6 Prozent). In der Generation der Boomer ist die monomodale Autonutzung gegenüber der multimodalen sogar vorherrschend.

Mono- und Multimodalitäten nach Generationen

	Autobasierte Monomodale	Nicht-autobasierte Monomodale	Autobasierte Multimodale	Nicht-autobasierte Multimodale	Gesamt
Gesamt (n=1999)	23,6 %	26,8 %	37,5 %	12,2 %	100 %
Generationen ($\chi^2=202,587$; $p=0,000$):					
Gen Z (16–27 J.) (n=339)	9,7 %	22,1 %	38,6 %	29,5 %	100 %
Gen Y (28–45 J.) (n=620)	17,7 %	28,1 %	40,8 %	13,4 %	100 %
Gen X (46–60 J.) (n=560)	31,6 %	23,8 %	38,9 %	5,7 %	100 %
Boomer (61+ J.) (n=480)	31,7 %	31,9 %	30,6 %	5,8 %	100 %

Tabelle 13: Mono- und Multimodalitäten nach Generationen

Gesamtsample; gewichtet

Diese Generationsunterschiede hinsichtlich der spezifischen (nicht-)autobasierten mono- und multimodalen Verhaltensweisen sind im Hinblick auf die zugrundeliegende Kontingenzanalytik hochsignifikant. Zusammenfassend lässt sich folgendes Muster konstatieren: Je älter Personen werden, desto automobiler werden sie. Das trifft insbesondere auf monomodale Orientierungen zu. Und je älter Personen werden, desto weniger multimodal sind sie. Das trifft insbesondere auf die multimodalen Verhaltensweisen im Umweltverbund (d. h. ohne Pkw) zu.

Wie stabil die Multimodalitätsorientierungen innerhalb der jungen Gen Z sind, bleibt abzuwarten. Unter Berücksichtigung der sogenannten „Trichter-These“¹ (z. B. Franke & Maertins, 2005; Nobis, 2007) lässt sich die Hypothese aufstellen, dass mit steigenden

Alltagsanforderungen im Zuge von späteren Lebensumbruchphasen die Notwendigkeit eines Pkw dringlich erscheint und Personen der heutigen Gen Z ihre Alltagsmobilität stärker in automobilen Verhaltensweisen einrichten (z. B. mit dem Eintritt ins fähigkeitsfähige Alter, dem Übergang von Studium/Ausbildung ins Berufsleben oder der Familiengründung). Diese Entwicklung konnte bereits innerhalb der Generation Y beobachtet werden (Busch-Geertsema & Lanzendorf, 2018).

Im Spiegel der hohen Multimodalitätspraxis der Gen Z, gilt es nachfolgend zu prüfen, welche Trends innerhalb der Gen Z und auch im Hinblick auf soziodemographische, räumliche, sozioökonomische und milieubezogene Kenngrößen im Vergleich zu älteren Generationen herausgearbeitet werden können.

¹ Die Trichter-These der Mobilitätsforschung besagt, dass mit zunehmender Lebenskomplexität – etwa durch mehr Verantwortung im Beruf, die Familiengründung, Verpflichtungen im Feld der Freizeitaktivitäten usw. – die Abhängigkeit vom Auto steigt, während alternative Verkehrsmittel wie Fahrrad oder ÖPNV weniger genutzt werden. Der Begriff „Trichter“ kommt daher, dass viele Menschen in jungen Jahren relativ flexibel in der Wahl der Verkehrsmittel sind (breite Basis), sich mit wachsender Lebenskomplexität jedoch die Wahl auf das Auto verengt (enger werdende Spitze).

Soziodemographischer Blick

Trotz klarer Tendenzen bei der Nutzung mono- und multimodaler Verkehrsmittel zeigt sich, dass sich die junge Gen Z in vielen Punkten signifikant bei soziodemographischen Merkmalen unterscheidet (vgl. Tabelle 14). Eine Ausdifferenzierung nach Altersgruppen offenbart, dass Hypothesen über die Wirkungseffekte des oben genannten „Trichter-Effekts“ (z. B. Franke & Maertins, 2005; Nobis, 2007) auch bei der jungen Gen Z berechtigt sind. Der Übergang ins fähigkeitsfähige Alter ab 17 bzw. 18 Jahren markiert einen ersten Schritt zur Automobilität junger Menschen, was sich sowohl in einem Anstieg monomodaler als auch multimodaler Pkw-Nutzung zeigt. Des Weiteren ist festzustellen, dass sich ältere Altersgruppen innerhalb der Gen Z multimodal verhalten, wobei eine Verschiebung hin zur autobasierten Multimodalität zu beobachten ist.

Auch leichtere geschlechterbezogene Unterschiede in der mono- und multimodalen Verkehrsmittelnutzung lassen sich bei der Gen Z feststellen. Zunächst zeigen sich keine Unterschiede im Verhalten zwischen den Geschlechtern bezüglich monomodaler und multimodaler Nutzung, jedoch zeigt sich bei Männern eine kleinere Tendenz zur monomodalen Autonutzung und bei Frauen eine zur nicht-autobasierten Monomodalität. Dieses Ungleichgewicht sollte jedoch nicht als spezifischer Trend der Gen Z fehlinterpretiert werden, sondern vielmehr ist es eine Fortsetzung gesamtgesellschaftlicher Entwicklungen, bei denen geschlechterspezifische Unterschiede in der Alltagsmobilität bis heute bestehen, wenngleich in schwächerer Ausprägung (siehe hierzu z. B. Beckmann et al., 2006; Nobis, 2007; Diana & Mokhtarian, 2009; Vij et al., 2013; Heinen & Chatterjee, 2015).

Mono- und Multimodalitäten nach soziodemograph. Merkmalen (Gen Z)

	Autobasierte Monomodale	Nicht- autobasierte Monomodale	Autobasierte Multimodale	Nicht- autobasierte Multimodale	Gesamt
Gesamt (n=2007)	9,6 %	22,2 %	38,6 %	29,6 %	100 %
Altersgruppen ($\chi^2=204,903$; $p=0,000$):					
16 bis 18 Jahre (n=495)	2,8 %	26,9 %	21,2 %	49,1 %	100 %
19 bis 23 Jahre (n=758)	10,4 %	23,9 %	39,8 %	25,9 %	100 %
24 bis 27 Jahre (n=753)	13,3 %	17,3 %	48,7 %	20,7 %	100 %
Geschlecht ($\chi^2=10,281$; $p=0,000$):					
Männlich (n=1.030)	11,6 %	20,8 %	38,7 %	28,9 %	100 %
Weiblich (n=971)	7,6 %	23,8 %	38,5 %	30,1 %	100 %
Geburtsort ($\chi^2=45,776$; $p=0,000$):					
In Deutschland geboren (n=1.786)	10,1 %	20,5 %	40,6 %	28,7 %	100 %
Nicht in Deutschland geboren (n=221)	5,4 %	35,3 %	22,2 %	37,1 %	100 %

Tabelle 14: Mono- und Multimodalitäten in der Gen Z nach soziodemographischen Merkmalen, 16 bis 27 Jahre

Teilsample; gewichtet

Abschließend lässt sich eine hochsignifikante Unterscheidung der Gen Z bei soziodemographischen Merkmalen auch bei Personen mit Migrationshintergrund beobachten. Junge Menschen in der Gen Z, die nicht in Deutschland geboren wurden, zeigen im Vergleich zu in Deutschland Geborenen eine deutlich stärkere Tendenz zu nicht-autobasierten mono- und multimodalen Verkehrsmittelnutzungen.

Die verstärkten Migrationsbewegungen aus Ländern mit einer weniger ausgeprägten Automobilkultur in den letzten zehn Jahren (z. B. Syrien, Afghanistan) könnten ein Erklärungsansatz für diese Entwicklung sein. Aus mobilitätskultureller Perspektive sind mittelfristige Anpassungstendenzen zur autozentrierten Mobilitätskultur zu erwarten.

Raumstruktureller Blick

Die Ausdifferenzierung der Generationen nach raumstrukturellen Merkmalen zeigt eine einheitliche Tendenz, wenngleich sie nur innerhalb der jungen Gen Z hochsignifikant ist (vgl. Tabelle 15 und Tabelle 16). Es konnte festgestellt werden, dass in kleineren Gemeindetypen eine höhere autobasierte Monomodalität vorherrschte. Dies steht im Zusammenhang mit spezifischen Erklärungsmustern, welche eine raumstrukturelle Ausdifferenzierung der Erreichbarkeitsmuster entsprechend der Gemeindegrößen antizipieren. Zudem wird die monomodale Autonutzung durch entfernungsintensive Wegezwecke in weniger verdichteten, dispersen Räumen wahrscheinlicher, während monomodale Pkw-Alternativen erst in hoch-

verdichteten, multifunktionalen Räumen denkbar werden. Darüber hinaus konnte ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Größe eines Gemeindetyps und dem Auftreten nicht-autobasierter Monomodalitäten festgestellt werden. Die monomodale Autonutzung wird durch entfernungsintensive Wegezwecke in weniger verdichteten, dispersen Räumen wahrscheinlicher, während monomodale Pkw-Alternativen erst in hochverdichteten, multifunktionalen Räumen denkbar werden.

Interessant ist bei der Gen Z, dass gerade die räumlichen Unterschiede bei multimodalen Verkehrsmittelnutzungen nicht explizit ausdifferenzieren. Multimodalität scheint

Mono- und Multimodalitäten nach siedlungstypischen Merkmalen (Gen Z)

	Autobasierte Monomodale	Nicht- autobasierte Monomodale	Autobasierte Multimodale	Nicht- autobasierte Multimodale	Gesamt
Gesamt (n=1.837)	9,6 %	21,0 %	39,8 %	29,7 %	100 %
Gemeindegrößen (BIK 1–4) ($\chi^2=29,812$; $p=0,000$):					
Unter 20.000 EW (n=122)	16,4 %	12,3 %	37,7 %	33,6 %	100 %
20.000 bis unter 100.000 EW (n=351)	14,2 %	21,9 %	39,3 %	24,5 %	100 %
100.000 bis unter 500.000 EW (n=601)	7,8 %	20,6 %	38,9 %	32,6 %	100 %
500.000 und mehr EW (n=763)	7,7 %	22,1 %	41,0 %	29,1 %	100 %

Tabelle 15: Mono- und Multimodalitäten in der Gen Z nach siedlungstypischen Merkmalen

Die BIK-Kategorisierung geht auf das Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH“ zurück und schließt jene Gemeinden ein, deren Pendlerpriorität auf eine gemeinsame Kernstadt gerichtet ist. | Teilsample; gewichtet

Mono- und Multimodalitäten in älteren Generationen über 27 Jahre nach siedlungstypischen Merkmalen

	Autobasierte Monomodale	Nicht- autobasierte Monomodale	Autobasierte Multimodale	Nicht- autobasierte Multimodale	Gesamt
Gesamt (n=1.027)	27,7%	17,2%	45,9%	9,3%	100 %
Gemeindegrößen (BIK 1–4) ($\chi^2=15,819$; $p=0,071$):					
Unter 20.000 EW (n=98)	33,7%	11,2%	51,0%	4,1%	100 %
20.000 bis unter 100.000 EW (n=192)	28,1%	18,2%	44,8%	8,9%	100 %
100.000 bis unter 500.000 EW (n=309)	31,7%	15,5%	44,3%	8,4%	100 %
500.000 und mehr EW (n=428)	23,1%	19,4%	46,3%	11,2%	100 %

Tabelle 16: Mono- und Multimodalitäten in älteren Generationen über 27 Jahre nach siedlungstypischen Merkmalen

Die BIK-Kategorisierung geht auf das Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH“ zurück und schließt jene Gemeinden ein, deren Pendlerpriorität auf eine gemeinsame Kernstadt gerichtet ist. | Teilsample; nicht-gewichtet

sowohl in den hochverdichteten als auch in weniger stark verdichteten Siedlungsräumen von der Gen Z erprobt zu werden. Sie dürfte daher ein aufschlussreicher Forschungsge-

genstand sein, wie multimodale Verkehrsmittelnutzungen auch in den weniger verdichteten Siedlungsräumen langfristig im Alltag verankert werden können.

Sozioökonomischer Blick

Ein sozioökonomischer Blick auf mono- und multimodale Mobilitätsverhaltensweisen ermöglicht es, die Nutzung bzw. Nichtnutzung des Autos nicht nur als individuelle Entscheidung, sondern als Ausdruck sozialer Ungleichheit zu verstehen. Diese Perspektive integriert die Verkehrsmittelwahl in den Kontext vertikal gerichteter Entwicklungsdynamiken, die durch unterschiedliche Zugänge zu Mobilitätsressourcen geprägt sind. In diesem Zusammenhang gewinnt das Thema der Verkehrs- und Mobilitätsarmut an Bedeutung. Obwohl es in den angelsächsischen Ländern bereits theoretisch und empirisch etabliert ist (Lucas, 2012), wird es in Deutschland bislang kaum als Gegenwartsproblematik ernst genommen. Dabei lassen sich die Bedingungen für Mobilitätsarmut in Deutschland durchaus analytisch fassen: Sie sind eingebettet in Prozesse der Deregulierung und Liberalisierung sowie in den Abbau sozialstaatlicher Prinzipien. Gleichzeitig haben sich die Kosten für Mobilität – etwa durch

steigende Preise für ÖPNV, Energie oder Fahrzeuge – in den letzten zwei Jahrzehnten deutlich erhöht. Diese Entwicklungen sind Teil umfassender gesellschaftlicher Transformationsprozesse.

Mit Blick auf die [Tabelle 17](#) und [Tabelle 18](#) lässt sich herausstellen, dass vor allem autobasierte Mono- und Multimodalitäten in einem hochsignifikanten Zusammenhang mit sozioökonomisch privilegierten Gruppen stehen (d. h. formell hohe Bildung, Einbettung in reguläre Beschäftigungsverhältnisse), während die nicht-autobasierten Mono- und Multimodalitäten vor allem mit sozioökonomisch marginalisierten Gruppen verbunden sind (d. h. solche mit formell niedriger Bildung und ohne Einbettung in reguläre Beschäftigungsverhältnisse). Ähnliche Beobachtungen wurden auch in neueren Verkehrs- und Mobilitätsstudien im deutschen Kontext gemacht (z. B. Groth, 2019b; Groth et al., 2021; Hunecke, 2020), die jedoch nicht

Mono- und Multimodalitäten nach sozioökonomischen Merkmalen (Gen Z)

	Autobasierte Monomodale	Nicht- autobasierte Monomodale	Autobasierte Multimodale	Nicht- autobasierte Multimodale	Gesamt
Gesamt (n=2007)	9,6 %	22,2 %	38,5 %	29,7 %	100 %
Formale Schulbildung ($X^2=374,512$; $p=0,000$):					
Gehe noch zur Schule (n=375)	1,6 %	30,9 %	15,5 %	52,0 %	100 %
Ohne Schulabschluss (n=30)	3,3 %	43,3 %	16,7 %	36,7 %	100 %
Hauptschule (n=185)	6,5 %	42,7 %	13,5 %	37,3 %	100 %
Mittlere Reife (n=442)	11,3 %	22,9 %	36,7 %	29,2 %	100 %
Abitur/Fachabitur (n=755)	12,6 %	15,1 %	52,3 %	20,0 %	100 %
(Fach-) Hochschulabschluss (n=220)	13,2 %	9,5 %	59,1 %	18,2 %	100 %
Einkommenssituation ($X^2=278,392$; $p=0,000$):					
Lohnempfänger (n=1.196)	12,9 %	15,9 %	50,5 %	20,7 %	100 %
Kein Lohnempfänger (n=810)	4,7 %	31,5 %	20,9 %	43,0 %	100 %

Tabelle 17: Mono- und Multimodalitäten in der Gen Z nach sozioökonomischen Merkmalen

Teilsample; gewichtet

Mono- und Multimodalitäten in älteren Generationen über 27 Jahre nach sozioökonomischen Merkmalen

	Autobasierte Monomodale	Nicht- autobasierte Monomodale	Autobasierte Multimodale	Nicht- autobasierte Multimodale	Gesamt
Gesamt (n=1.663)	26,5 %	27,7 %	37,2 %	8,7 %	100 %
Formale Schulbildung ($X^2=122,474$; $p=0,000$):					
Ohne Schulabschluss (n=40)	7,5 %	50,0 %	12,5 %	30,0 %	100 %
Hauptschule (n=440)	25,9 %	41,6 %	25,0 %	7,5 %	100 %
Mittlere Reife (n=545)	29,9 %	23,9 %	39,1 %	7,2 %	100 %
Abitur/Fachabitur (n=300)	26,0 %	20,3 %	45,0 %	8,7 %	100 %
(Fach-) Hochschulabschluss (n=336)	24,4 %	19,9 %	45,8 %	9,8 %	100 %
Einkommenssituation ($X^2=169,734$; $p=0,000$):					
Lohnempfänger (n=936)	28,7 %	15,8 %	47,0 %	8,4 %	100 %
Kein Lohnempfänger (n=727)	23,5 %	43,1 %	24,5 %	8,9 %	100 %

Tabelle 18: Mono- und Multimodalitäten in älteren Generationen über 27 Jahre nach sozioökonomischen Merkmalen

Teilsample; nicht-gewichtet

allein innerhalb der Gen Z wirken, sondern gesamtgesellschaftlich problematisiert werden müssen.

Die Problematik erhält jedoch mit Blick auf die junge Gen Z eine explizitere Bedeutung,

da die Unterschiede hier stärker ausgeprägt sind als in den älteren Generationen. Die Gen Z wächst direkt in die neuerlichen Bedingungen sozioökonomischer Unsicherheiten hinein.

Sinus-Milieus®

Die junge Gen Z lässt sich – ebenso wie die älteren Generationen – mit Blick auf (nicht-) autobasierte mono- und multimodale Verkehrsmittelnutzungen in hochsignifikanter Weise nach milieubezogenen Merkmalen ausdifferenzieren. Die Tabelle 19 zeigt unter Bezugnahme auf die Sinus-Milieus ein dreischichtiges Muster:

- Es sind die progressiven Sinus-Milieus in den mittleren und oberen sozialen Lagen (z. B. Neo-Ökologisches Milieu, Expeditives Milieu, Milieu der Performer), die in einer Grundhaltung der Neuorientierung sozial verortet werden können und stark ausgeprägte ausdifferenzierte Formen der Multimodalität in ihrer Alltagsmobilität integrieren.
- Es sind dann die traditionell orientierten Sinus-Milieus in mittleren und oberen Lagen (z. B. Nostalgisch-Bürgerliches Milieu, Konservativ-Gehobenes Milieu, Adaptiv-Pragmatische Mitte), die ihre Alltagsmobilität mono- und manchmal auch multimodal in erster Linie auf Basis des privaten Pkw organisieren.
- Schließlich sind es die Milieus in den unteren sozialen Lagen (z. B. Prekäres Milieu, Konsum-Hedonistisches Milieu,

Traditionelles Milieu), die überdurchschnittlich häufig mit nicht-autobasierten monomodalen Verkehrsmittelnutzungen assoziiert werden können. Diese entsprechen theoretisch und konzeptionell den oben skizzierten Problematiken einer Verkehrs- und Mobilitätsarmut. Eine besondere Form der Verkehrs- und Mobilitätsarmut kann hierbei auch in Gestalt eines „Forced Car Ownerships“ (Curl et al., 2018) in unteren Lagen wie der traditionellen Mitte zum Ausdruck kommen, etwa wenn ein eigentlich begrenzt verfügbares finanzielles Budget in einen teuer zu unterhaltenden Pkw investiert wird, um an der Gesellschaft partizipieren zu können.

Ähnliche Beobachtungen wurden in kürzlich veröffentlichten Studien gemacht (Groth et al., 2021; Hunecke et al., 2020). Diese zeigen, dass die Mobilitätspraktiken sozialer Milieus politische Transformationsprozesse wie die Verkehrs- und Mobilitätswende erschweren dürften. Dies gilt insbesondere dann, wenn konservative Milieus den Status quo autozentrierter Routinen verteidigen oder sozial marginalisierte Gruppen strukturell von einer aktiven Teilhabe an einer Mobilitätswende ausgeschlossen bleiben.

Mono- und Multimodalitäten nach Sinus-Milieus® (Gen Z)

	Autobasierte Monomodale	Nicht- autobasierte Monomodale	Autobasierte Multimodale	Nicht- autobasierte Multimodale	Gesamt
Gesamt (n=2008)	9,6 %	22,2 %	38,6 %	29,6 %	100 %
Sinus-Milieus ($\chi^2=29,812$; $p=0,000$):					
Konservativ-Gehobenes Milieu (n=131)	8,4 %	12,2 %	38,9 %	40,5 %	100 %
Postmaterielles Milieu (n=233)	11,6 %	22,7 %	41,6 %	24,0 %	100 %
Milieu der Performer (n=314)	9,9 %	22,9 %	41,7 %	25,5 %	100 %
Expeditives Milieu (n=383)	9,7 %	19,8 %	41,0 %	29,5 %	100 %
Adaptiv-Pragmatische Mitte (n=276)	9,4 %	22,5 %	36,6 %	31,5 %	100 %
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu (n=90)	16,7 %	16,7 %	37,8 %	28,9 %	100 %
Traditionelles Milieu (n=90)	6,7 %	26,7 %	31,1 %	35,6 %	100 %
Prekäres Milieu (n=72)	11,1 %	37,5 %	25,0 %	26,4 %	100 %
Konsum-Hedonistisches Milieu (n=170)	6,5 %	29,4 %	38,2 %	25,9 %	100 %
Neo-Ökologisches Milieu (n=249)	8,0 %	20,5 %	37,3 %	34,1 %	100 %

Tabelle 19: Mono- und Multimodalitäten in der Gen Z nach Sinus-Milieus

Teilsample; gewichtet

4.4 Multimodalität als Ausdruck mobilitätsbezogener Resilienz und Anpassung

— Zwischen Freiheit und Notwendigkeit

Im vorliegenden Kapitel wurden die alltägliche Verkehrsmittelnutzung und materielle Voraussetzungen zur Gestaltung in den Fokus genommen. Es lässt sich die These aufstellen, dass es sich bei der jungen Gen Z um eine „Next New Generation“ handelt. Damit wird eine begriffliche Anlehnung an die Überlegungen von Kuhnimhof et al. (2011) vorgenommen, wonach die Multimodalitätstendenzen, die bereits in der jungen Generation Y historisch einmalig beobachtet werden konnten, sich in der Gen Z nun fortzusetzen scheinen. Jedoch sollte die Gen Z nicht als Blaupause der Gen Y fehlinterpretiert werden. Es haben sich in den vergangenen Jahren vielfältige neue Verkehrs- und Mobilitätsoptionen herausgebildet. Das gilt vor allem für die urbanen Kontexte, weshalb die Gen Z deutlich mehr multimodale Optionen zur Verfügung hat und sich anzupassen scheint. Dieser Wandel markiert darüber hinaus nicht nur eine Veränderung des Verkehrs- und Mobilitätsverhaltens, sondern auch eine Form der Resilienz, die es der Gen Z ermöglicht, flexibel auf die Herausforderungen einer zunehmend komplexen Mobilitätslandschaft zu reagieren. Die These der „Next New Generation“ lässt sich über drei zentrale Beobachtungen bekräftigen:

Erstens zeigt sich eine Anpassungsfähigkeit in der hohen Rate multimodaler Nutzung innerhalb der Gen Z, indem mehr als zwei Drittel in der Alltagsmobilität multimodal unterwegs sind, was sie deutlich von den älteren Generationen (und auch von der Generation Y) abhebt. Diese Flexibilität im Zeichen ihrer Alltagsmobilität lässt sich als ein Ausdruck von Resilienz interpretieren, da die junge Gen Z überhaupt in der Lage ist, eine Vielzahl von Verkehrsmitteln je nach Bedarf zu kombinieren, und so ihre Alltags-

mobilität an verschiedene Lebensrealitäten anzupassen vermag.

Zweitens ist die starke Neigung zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel bemerkenswert, wonach rund drei von zehn Personen innerhalb der Gen Z auf nicht-autobasierte multimodale Verhaltensweisen setzen, was in den älteren Generationen deutlich seltener zu beobachten ist. Diese Präferenz reflektiert mutmaßlich eine bewusste oder unbewusste Entscheidung für eine nachhaltige Alltagsmobilität. Sie ist zugleich Ausdruck einer Anpassung an die wachsende Vielfalt neuer Mobilitätsoptionen, die durch neue Mobilitätsdienstleistungen und eine flexible Wahlfreiheit durch digitale Technologien ermöglicht wird.

Drittens ist die Nutzung des Pkw innerhalb der Gen Z kaum mehr monomodaler Natur, sondern häufig multimodal ausgerichtet. Diese differenzierte Herangehensweise deutet darauf hin, dass der Pkw nach wie vor eine Rolle spielt, jedoch zunehmend als ein Bestandteil des Mobilitätsmixes „degradiert“ wird. Die Gen Z ist somit in der Lage, sowohl die Freiheit der automobilen Mobilität in Anspruch zu nehmen als auch die Notwendigkeit einer nachhaltigen und effizienten Nutzung von Ressourcen zu erkennen.

Allerdings bleibt die Frage offen, ob diese Flexibilität und Anpassung an multimodale Strukturen in der Gen Z langfristig stabil bleiben wird. Die sogenannte „Trichter-These“ (z. B. Franke & Maertins, 2005) postuliert, dass mit dem Übergang in spätere Lebensphasen, insbesondere im Hinblick auf Studium, Beruf und Familiengründung, eine Rückkehr zur Automobilität durch komplexere Lebenslagen wahrscheinlicher wird. Es

lässt sich ein leichter Trend erkennen, der sich bereits in den Daten mit Blick auf die älteren Gruppen der jungen Gen Z andeutet.

Darüber hinaus ist zu problematisieren, dass das Verkehrs- und Mobilitätsverhalten der Gen Z stark von sozialen, räumlichen und sozioökonomischen Faktoren beeinflusst wird. Besonders auffällig ist die starke Ausdifferenzierung von multimodalem Verhalten in städtischen und ländlichen Gebieten. In urbanen Räumen setzt die Gen Z vermehrt auf multimodale Mobilität, während in weniger dicht besiedelten Gebieten das Auto nach wie vor eine dominierende Rolle spielt. Unterschiede spiegeln sich zudem in der sozioökonomischen Schichtung wider, wobei privilegierte Gruppen stärker in autobasierten multimodalen Verhaltensmustern verortet werden können, während sozioökonomisch marginalisierte Gruppen häufiger auf nicht-autobasierte monomodale Verkehrsmittelnutzungen praktizieren und in Assoziation einer „Verkehrs- und Mobilitätsarmut“ (Daubitz et al., 2023; Naumann,

2024) stehen. Schließlich ist auf unterschiedliche milieubezogene Tendenzen hinzuweisen. Diese zeigen, dass „grüne“ multimodale Mobilität vor allem in progressiv orientierten Sinus-Milieus verankert ist, während autozentrierte Mobilität in traditionellen Milieus dominiert. Milieus in unteren sozialen Lagen hingegen partizipieren an keiner der beiden Entwicklungen, was die Verkehrs- und Mobilitätswende zunehmend zu einem umkämpften gesellschaftlichen Feld machen dürfte (siehe ähnlich Reckwitz 2019).

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass die junge Gen Z eine „Next New Generation“ der Alltagsmobilität repräsentiert. Ihre Mobilitätsmuster sind dabei nicht nur Ausdruck individueller Präferenzen, sondern auch von größeren gesellschaftlichen und strukturellen Veränderungen geprägt. Die Frage, wie stabil diese Trends in den kommenden Jahren bleiben werden, bleibt offen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Gen Z in ihrer Mobilität den Weg der Generation Y fortsetzt.

5

Was Mobilität für junge Menschen bedeutet

Symbolisch-emotionale
Mobilitätsorientierungen,
mobilitätsbezogene Normen
und Offenheit für neue
Formen der Alltagsmobilität

Im fünften Kapitel, das sich den Perspektiven der jungen Generation auf die Nutzung alltäglicher Verkehrsmittel widmet, werden verschiedene mobilitätspsychologische Dimensionen analysiert und hinsichtlich räumlicher, sozioökonomischer und milieuspezifischer Kennzahlen differenziert. Zu diesem Zweck erfolgt zunächst eine Gegenüberstellung des gesellschaftspolitischen Themenfeldes „Verkehr und Mobilität“ mit anderen gesellschaftspolitischen Themenfeldern. Dabei zeigt sich, dass vor allem die Gen Z diesem Thema mehr Bedeutung beimisst als ältere Generationen (Kapitel 5.1). Anschließend werden allgemeine Entscheidungskriterien der Verkehrsmittelwahl in den Blick genommen, die die befragten Personen verhaltensökonomisch rational für sich beanspruchen (Kapitel 5.2). Kapitel 5.3 richtet den Fokus auf innerpsychische Prozesse der Informationsverarbeitung und -bewertung im Kontext von Mobilität. Dabei werden symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen analysiert, die in der Gen Z besonders ausgeprägt erscheinen und auf eine starke Mensch-Auto-Beziehungen hinweisen. Darauf aufbauend folgt eine Analytik weiterer symbolisch-emotionaler Mensch-Verkehrsmittel-Beziehung, wonach deutlich wird, dass der Pkw nicht das einzige Verkehrsmittel ist, das in der Gen Z in positiver Weise aufgeladen ist (Kapitel 5.4). Das darauffolgende Kapitel 5.5 nimmt ökologische Dimensionen der Mobilitätspsychologie in den Blick und verdeutlicht, dass auch hier die junge Gen Z gegenüber den anderen Generationen hochgradig sensibel für Umweltaspekte ist (Kapitel 5.5). Das Kapitel 5.6 widmet sich schließlich noch den Möglichkeiten zukünftiger Mobilitäten und mobilitätsbezogener Strukturmomente und verdeutlicht ein beträchtliches Offenheitspotenzial gegenüber Neuerungen in der jungen Generation (Kapitel 5.6). Abschließend werden die verschiedenen mobilitätspsychologischen Dimensionen im Hinblick auf die in Kap. 4 festgestellten multimodalen Verkehrsmittelnutzungen hin analysiert. Dabei zeigt sich, dass die starken symbolisch-emotionalen Pkw-Orientierungen auch einen zentralen Prädiktor für die Autonutzung darstellen (Kapitel 5.7). Abschließend wird ein Zwischenfazit aus den mobilitätspsychologischen Auswertungen gezogen (Kapitel 5.8).

5.1 Wachsender gesellschaftspolitischer Stellenwert von Verkehr und Mobilität unter jungen Leuten

Junge Menschen stehen in einer Lebensphase voller Umbrüche, Entscheidungen und neuer Freiheiten. Ihr Alltag ist geprägt von einem ständigen Aushandeln zwischen persönlichen Zielen, sozialen Beziehungen und äußeren Anforderungen. Zeitgleich wächst die Gen Z in einer Zeit multipler Krisen auf. Klimawandel, soziale Ungleichheit, politische Instabilität, globale Konflikte und wirtschaftlicher Druck gehören für viele zum Alltag und beeinflussen ihr Denken und Handeln. Trotz dieser Herausforderungen stehen für die Gen Z in erster Linie die ganz persönlichen, nahbaren Themen im Vordergrund: Familie und Freundschaften sind mit Abstand das wichtigste Thema (56,6 Prozent). Darauf folgt die politische Lage (45,7 Prozent) und die Sorge um bezahlbaren Wohnraum (42,8 Prozent). Auch Social Media (39,3 Prozent), mentale Gesundheit (36 Prozent) und die wirtschaftliche Lage (35,1 Prozent) prägen den Alltag vieler junger Menschen. (vgl. Abbildung 35).

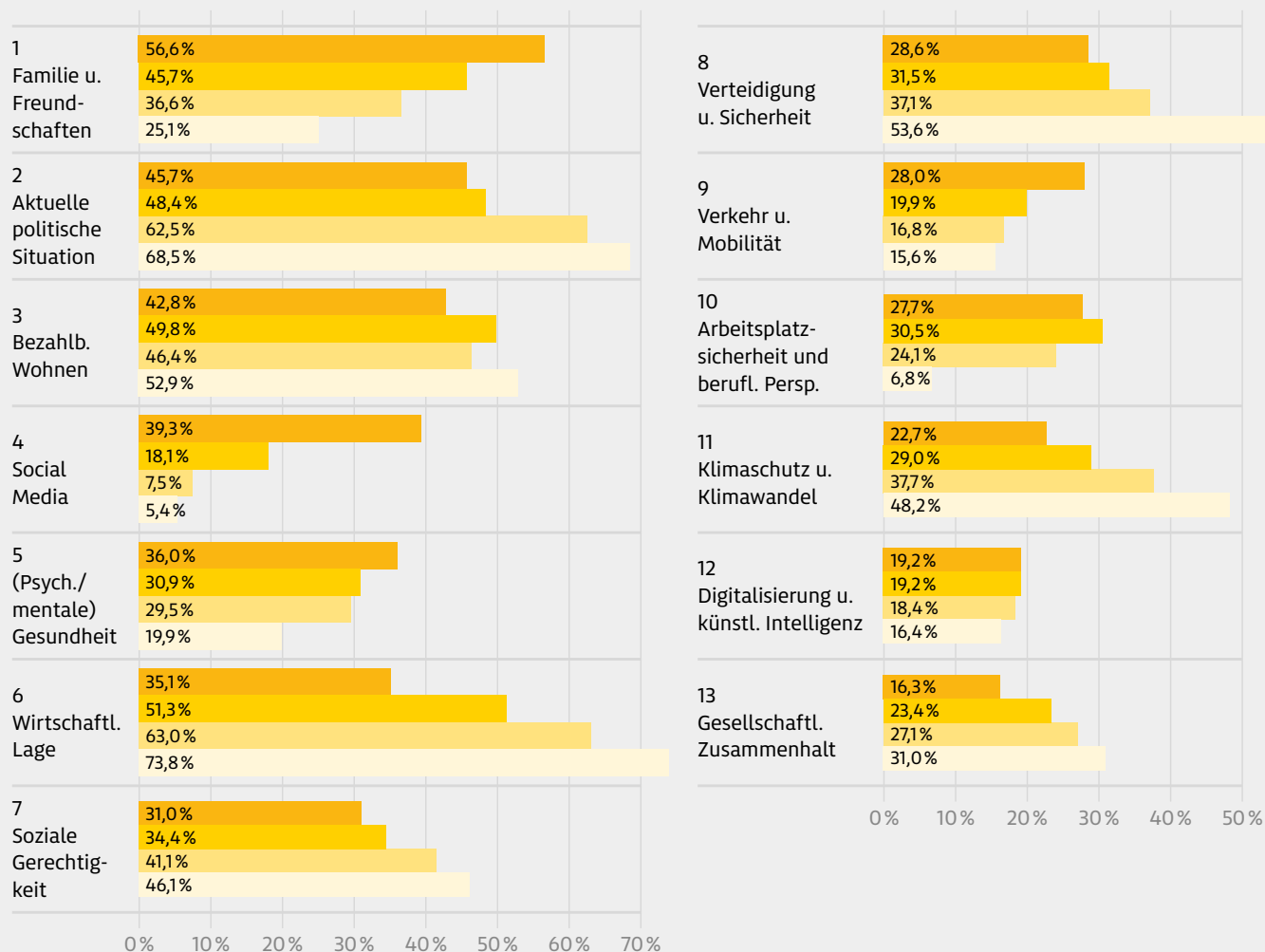
Themen wie Verkehr und Mobilität oder Klimaschutz und Klimawandel rangieren hingegen weiter hinten. Mobilität liegt mit 28 Prozent auf Platz 9 von 13, Klimaschutz sogar nur auf Platz 11 (22,7 Prozent). Es ist bemerkenswert, dass Mobilität in allen Generationen als eher nachrangig betrachtet wird, wobei sie in der Gen Z noch am stärksten ausgeprägt ist (Gen Y: 19,9 Prozent, Gen X: 16,8 Prozent, Boomer: 15,6 Prozent). Klimaschutz und Klimawandel hingegen gewinnen

mit zunehmendem Alter an Bedeutung – bei der Gen X und den Boomern nimmt dieses Thema einen höheren Stellenwert ein als bei den Jüngsten (Gen Y: 29 Prozent, Gen X: 37,7 Prozent, Boomer: 48,2 Prozent).

Generell unterscheiden sich fast alle Themen signifikant im Ranking der Generationen. Hinsichtlich der Thematik der Digitalisierung und künstlichen Intelligenz besteht unter den Generationen weitestgehend Konsens, wobei diese Themen von den meisten als eher irrelevant erachtet werden. Auffällig ist zudem, dass Social Media in der Gen Z mit ca. 40 Prozent als eines der relevantesten Alltagsthemen gilt, während dieses Thema in allen älteren Generationen an letzter Stelle steht (Gen Y: 18,1 Prozent, Gen X: 7,5 Prozent, Boomer: 5,4 Prozent).

Auch innerhalb der Altersgruppen in der Gen Z variieren die Alltagsthemen. Die Relevanz des Klimaschutzes nimmt mit zunehmendem Alter zu (16–18 Jahre: 18,8 Prozent, 24–27 Jahre: 27,7 Prozent). Verkehr und Mobilität spielen insbesondere für die 16- bis 18-Jährigen eine größere Rolle (33,5 Prozent) – bei den 19- bis 23-Jährigen hingegen fällt die Bedeutung mit 25,5 Prozent wieder ab. Diese Erkenntnis verdeutlicht, dass auch innerhalb einer Generation Themenwahrnehmungen nicht homogen sind, sondern stark vom individuellen Lebensabschnitt geprägt sind.

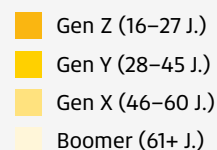
Relevante Themen im Generationenvergleich



Top Themen	n Gen Z	n Gen Y	n Gen X	n Boomer	Pearson-Chi-Quadrat
1	339	619	560	482	94,742; p<0,001
2	339	620	560	482	68,944; p<0,001
3	339	620	560	482	9,599; p=0,022
4	338	620	560	482	213,128; p<0,001
5	339	619	560	482	28,536; p<0,001
6	339	620	560	481	138,455; p<0,001
7	339	620	560	482	25,807; p<0,001
8	339	620	560	481	74,132; p<0,001
9	339	619	560	482	23,246; p<0,001
10	339	619	560	482	96,627; p<0,001
11	339	620	560	481	70,988; p<0,001
12	338	620	560	482	1,706; p=0,636
13	338	620	560	481	25,082; p<0,001

Abbildung 35: Relevante Themen nach Generationen

F: Teile uns bitte die fünf Themen mit, über die Du Dir derzeit die meisten Gedanken machst.



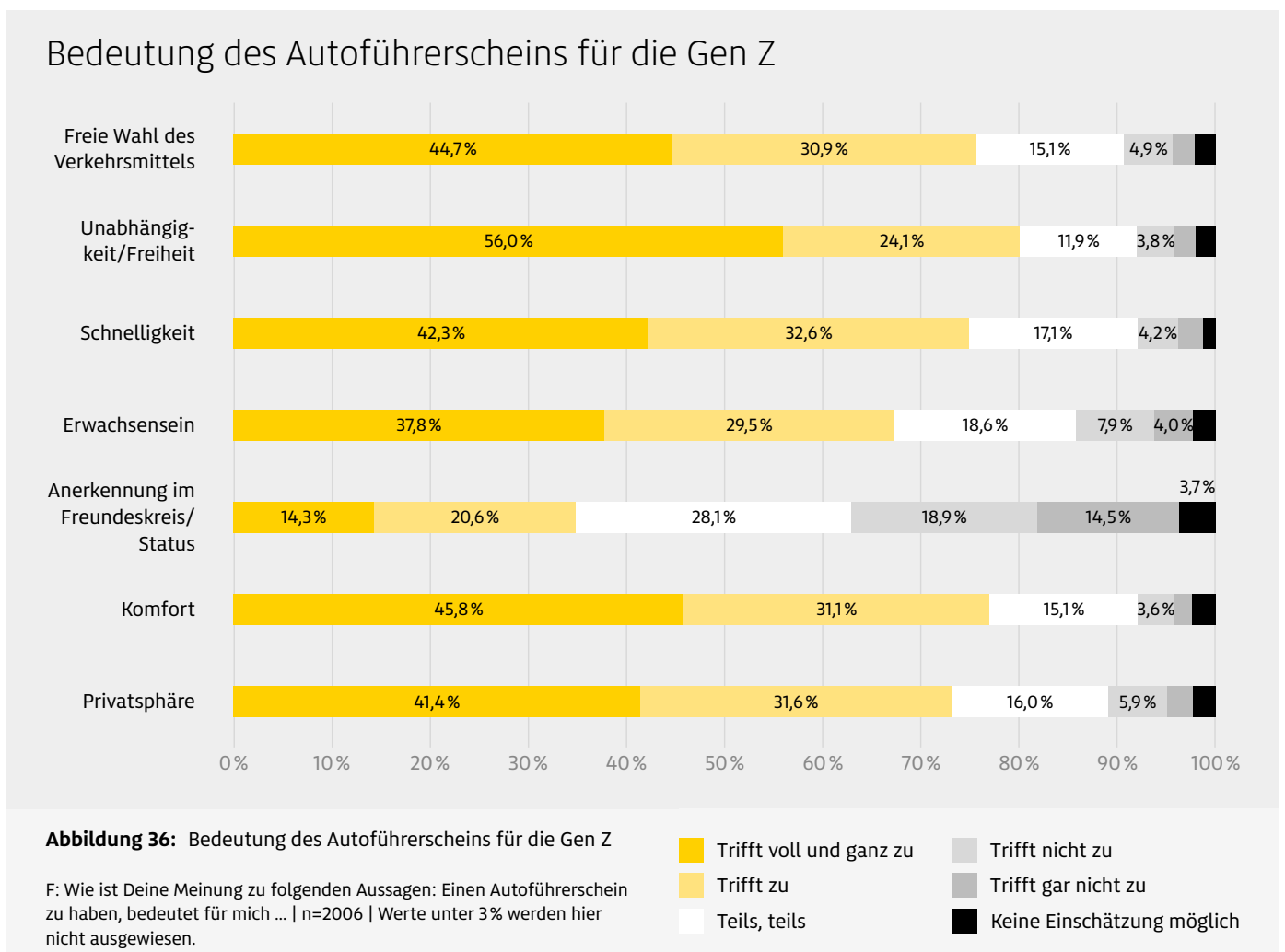
5.2 Entscheidungsfaktoren für die Verkehrsmittelwahl

— Schnell, verlässlich, günstig

Bedeutung des Autoführerscheins

Für die Gen Z stellt der Autoführerschein kein reines Statussymbol dar. Aber er steht vor allem für symbolisch-emotionale Aspekte wie Autonomie und Freiheit (80,1 Prozent) oder auch die Option zur flexiblen Verkehrsmittelwahl (75,6 Prozent). Diese Bedürfnisse spiegeln den Wunsch der jungen Generation wider, selbstbestimmt und mobil zu sein (vgl. Abbildung 36).

Aspekte wie Komfort (76,9 Prozent), Schnelligkeit (74,9 Prozent) und Privatsphäre (73 Prozent) sind ebenfalls von Relevanz und demonstrieren, dass die Thematik nicht ausschließlich die Mobilität im engeren Sinne betrifft, sondern auch eine angenehme und effiziente Fortbewegung im Alltag. Die soziale Komponente hingegen ist von untergeordneter Relevanz. Für die Gen Z spielen Aspekte wie Anerkennung im Freundeskreis



oder das Auto als Statussymbol (34,9 Prozent) eine geringere Rolle als andere Faktoren. Auch das traditionelle Verständnis vom Führerschein als Eintritt in das Erwachsenen-sein wird vergleichsweise geringer gewichtet (67,3 Prozent).

Insgesamt lässt sich ein pragmatischer Zugang feststellen: Der Führerschein wird von der Gen Z als nützliches Werkzeug zur Steigerung von Freiheit und Selbstbestimmung betrachtet, nicht als sozialer Meilenstein oder prestigeträchtiges Ziel.

Die Daten zeigen zudem, dass sich die Wahrnehmung des Autoführerscheins je nach Generation unterscheidet – in einigen Fällen erheblich. In fast allen erfassten Bereichen sind die Unterschiede statistisch signifikant ($p < 0,05$), mit Ausnahme des Aspekts Schnelligkeit, der über alle Generationen hinweg ähnlich bewertet wird.

Die Aspekte der Unabhängigkeit und der freien Verkehrsmittelwahl sind generationsübergreifend signifikant. Die älteren Generationen X und Boomer messen diesen beiden Aspekten nochmal eine deutlich höhere

Bedeutung zu (vgl. Tabelle 20). Die Gen Z bewertet auch Privatsphäre mit 1,94 und Komfort mit 1,82 tendenziell als etwas weniger wichtig als die Gen X oder die Boomer. Die Daten deuten darauf hin, dass mit zunehmendem Alter Komfortbedürfnisse und der Wunsch nach einem privaten Rückzugsraum im Verkehr zunehmen.

Der in der Gen Z als am irrelevantesten eingestufte Aspekt „Status/Anerkennung im Freundeskreis“ findet im Vergleich zur Gen Y und zu den Boomern trotzdem noch deutlich mehr Zustimmung. Je älter die Generation, desto weniger stimmen die Befragten diesem Aspekt zu (vgl. Tabelle 20). Die Gen Z verbindet den Führerschein zudem stärker mit dem Gefühl „erwachsen zu sein“ (2,09), als die älteren Generationen (mit dem Alter sukzessive abnehmend). Für jüngere Menschen spielt die symbolische Bedeutung des Führerscheins eine vergleichsweise größere Rolle, wenngleich sie nicht zu den Hauptmotiven zählt. Generationsübergreifend zeigt sich ein pragmatischer Zugang zur Fahrerlaubnis, wobei funktionale Motive deutlich gegenüber symbolischen oder sozialen Motiven überwiegen.

Signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Bedeutung des Autoführerscheins zwischen den Generationen

	Gesamt*	Gen Z*	Gen Y*	Gen X*	Boomer*	Signifikanz
Unabhängigkeit/Freiheit	1,60 (n=1.892)	1,70 (n=332)	1,70 (n=590)	1,49 (n=527)	1,54 (n=444)	Welch-F(3, 961,973)=6,225 $p < 0,001$
Freie Wahl des Verkehrsmittels	1,73 (n=1.894)	1,87 (n=332)	1,83 (n=595)	1,61 (n=524)	1,65 (n=443)	F(3, 1890)=23,057 $p < 0,001$
Erwachsensein	2,31 (n=1.841)	2,09 (n=331)	2,29 (n=587)	2,35 (n=503)	2,49 (n=420)	Welch-F(3, 951,168)=6,696 $p < 0,001$
Anerkennung im Freundeskreis/Status	3,23 (n=1.804)	2,99 (n=326)	3,06 (n=576)	2,35 (n=489)	3,54 (n=413)	Welch-F(3, 932,081)=15,263 $p < 0,001$
Komfort	1,78 (n=1.895)	1,82 (n=330)	1,87 (n=595)	1,66 (n=526)	1,76 (n=444)	F(3, 1891)=4,936 $p = 0,002$
Privatsphäre	1,81 (n=1.886)	1,94 (n=331)	1,89 (n=593)	1,70 (n=522)	1,75 (n=441)	F(3, 1882)=5,304 $p = 0,001$

Tabelle 20: Signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Bedeutung des Autoführerscheins zwischen den Generationen

F: Wie ist Deine Meinung zu folgenden Aussagen: Einen Autoführerschein zu haben, bedeutet für mich ...

*trifft voll und ganz zu (1) – trifft gar nicht zu (5), ausgenommen „keine Einschätzung möglich“

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Kriterien für die Verkehrsmittelwahl: Funktionale Aspekte dominieren die Verkehrsmittelwahl

Die Verkehrsmittelwahl der Gen Z wird in erster Linie durch funktionale Kriterien determiniert (vgl. Tabelle 21). Im Vordergrund stehen Schnelligkeit (52,1 Prozent), Verlässlichkeit (48,3 Prozent), Kostengünstigkeit (43,6 Prozent) und Flexibilität (43 Prozent). Diese Faktoren spiegeln ein pragmatisches Mobilitätsverhalten wider, das auf Effizienz und Alltagstauglichkeit ausgerichtet ist.

Neben der Funktionalität spielt auch Komfort (37 Prozent) eine wichtige Rolle.

Kriterien der Erlebnisqualität wie Sicherheitsgefühl (35 Prozent), Wetterunabhängigkeit (26,3 Prozent) und Privatsphäre (22,7 Prozent) sind ebenfalls bedeutsam, jedoch nachrangig. Diese Aspekte weisen darauf hin, dass neben der Zweckmäßigkeit auch subjektive Wahrnehmungen das Mobilitätsverhalten prägen.

Im Vergleich zu den Generationen Y, X und den Babyboomern zeigt sich hinsichtlich der funktionalen Präferenzen kaum ein

Kriterien bei der Verkehrsmittelwahl in der Gen Z

Ranking	Kriterien bei der Verkehrsmittelwahl in der Gen Z	Anteil
Top 1	Schnelligkeit	52,1%
Top 2	Verlässlichkeit	48,3%
Top 3	Kostengünstig	43,6%
Top 4	Flexibilität	43,0%
Top 5	Komfort	37,0%
Top 6	Sicherheitsgefühl (auch im Dunkeln)	35,5%
Top 7	Wetterunabhängigkeit	26,2%
Top 8	Privatsphäre	22,8%
Top 9	Gemeinsam mit Freunden unterwegs sein	15,7%
Top 10	Echtzeitinformationen (z. B. aktuelle Informationen zu Abfahrts- und Ankunftszeiten)	15,7%
Top 11	Stauraum/Transportmöglichkeiten	13,2%
Top 12	Umweltfreundlichkeit/Klimaschutz	12,5%
Top 13	Möglichkeit zum Lesen/Arbeiten/Musik hören	11,5%
Top 14	Bewegung und Gesundheit	11,4%
Top 15	„Coolness-Faktor“/Statussymbol	4,5%

Tabelle 21: Kriterien bei der Verkehrsmittelwahl in der Gen Z

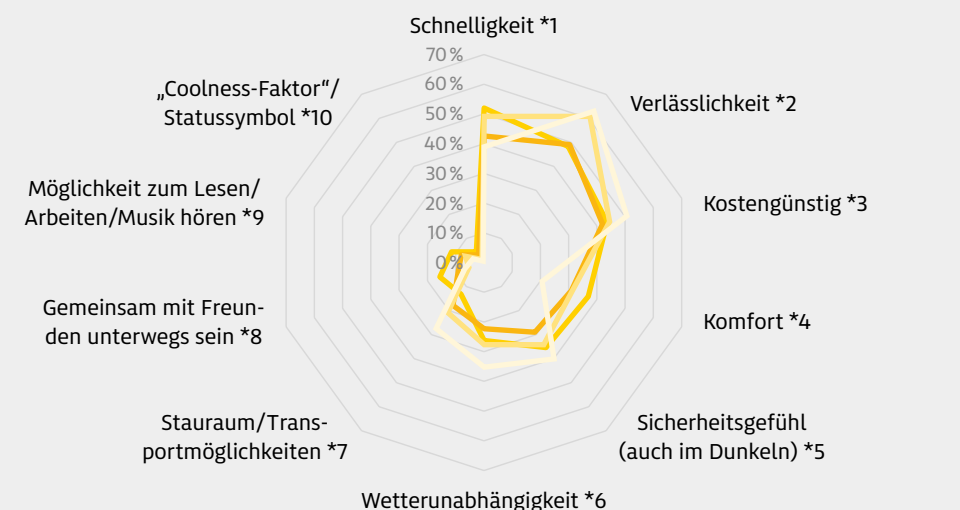
F: Was ist Dir bei der Verkehrsmittelwahl wichtig? | n=2006

Unterschied (vgl. Abbildung 37). Verlässlichkeit, Schnelligkeit, Kostengünstigkeit und Flexibilität sind generationenübergreifend hoch priorisiert. Es bestehen jedoch Unterschiede in der Bewertung anderer Kriterien: Während Umweltfreundlichkeit/Klimaschutz bei der Gen Z lediglich den zwölften Platz von 15 belegt, rangiert dieses Kriterium bei älteren Generationen etwas höher (Platz 10). Ein markanter Unterschied zeigt sich zudem in der Relevanz sozialer Interaktion: Für 15,9 Prozent der Gen Z ist das gemeinsame Unterwegssein mit Freunden ein wichtiges Kriterium (Platz 9), während dieses Merkmal bei älteren Generationen nur eine sehr geringe Rolle spielt (Platz 13–14). Ebenso ist

der Komfort für die Gen Z (37 Prozent, Platz 5) deutlich relevanter als für die Generation Boomer (20,6 Prozent, Platz 9).

Die Gen Z priorisiert bei der Verkehrsmittelwahl eindeutig funktionale Kriterien, unterscheidet sich hier jedoch nicht grundlegend von älteren Generationen. Komfort und Erlebnisqualität sind für die Gen Z wichtige Zusatzkriterien, die insbesondere bei vergleichbaren funktionalen Angeboten eine Entscheidungsrolle einnehmen können. Auffällig ist die geringere Bedeutung von Umweltaspekten sowie die stärkere Betonung von sozialer Interaktion. Dies lässt auf ein differenziertes Mobilitätsverständnis

Kriterien bei der Verkehrsmittelwahl im Generationenvergleich



Kriterium	n Gen Z	n Gen Y	n Gen X	n Boomer	Pearson-Chi-Quadrat
*1	338	620	560	482	19,193; p<0,001
*2	339	620	560	482	34,730; p<0,001
*3	339	620	560	481	8,739; p=0,033
*4	338	620	560	481	28,918; p<0,001
*5	338	619	560	482	15,270; p=0,002
*6	339	620	560	482	22,806; p<0,001
*7	339	620	560	482	30,994; p<0,001
*8	338	620	560	481	28,523; p<0,001
*9	339	620	560	482	17,933; p<0,001
*10	338	620	560	482	17,945; p<0,001

Abbildung 37: Kriterien bei der Verkehrsmittelwahl nach Generationen

F: Was ist Dir bei der Verkehrsmittelwahl wichtig?

- Gen Z (16–27 J.)
- Gen Y (28–45 J.)
- Gen X (46–60 J.)
- Boomer (61+ J.)

schließen, welches Effizienz mit subjektiven Erlebnissfaktoren vereint.

Innerhalb der Alterskohorte der Gen Z zeigen sich differenzierte Präferenzen je nach Altersgruppe (16–18 Jahre, 19–23 Jahre, 24–27 Jahre). Der Wunsch nach Privatsphäre steigt innerhalb der Gen Z mit zunehmendem Alter deutlich an. Während nur 19 Prozent der 16- bis 18-Jährigen diesen Aspekt als relevant betrachten, liegt der Anteil bei den 19- bis 23-Jährigen bereits bei 23 Prozent, und bei den 24- bis 27-Jährigen sogar bei 25,1 Prozent.

Die mittlere Altersgruppe innerhalb der Gen Z weist die höchste Affinität zu digitaler Planungs- und Navigationsunterstützung auf. Echtzeitinformationen werden am häufigsten von den 19- bis 23-Jährigen als wichtig

bewertet (19 Prozent), während sie für die 16- bis 18-Jährigen (14,9 Prozent) und die 24- bis 27-Jährigen (12,8 Prozent) weniger Relevanz haben.

Jüngere Nutzende der Gen Z legen mehr Wert auf Beschäftigungsmöglichkeiten während der Fahrt. Dies kann als Hinweis auf eine verstärkte Nutzung von Mobilitätszeiten als Freizeit- oder Mediennutzungsphasen gewertet werden. Möglichkeiten zum Lesen, Arbeiten oder Musik hören sind demnach besonders für die jüngste Gruppe (16–18 Jahre: 14,7 Prozent) relevant. Die Werte sinken in den älteren Gruppen deutlich (24–27 Jahre: 12 Prozent, 19–23 Jahre: 8,8 Prozent). In Bezug auf die gesamte Altersstruktur der Gen Z ist dieser Aspekt jedoch als vergleichsweise irrelevant zu betrachten.

Soziodemographischer Blick

Soziale Mobilität wird von jüngeren Vertretern der Gen Z als bedeutsamer erachtet als von den älteren. Das Kriterium „gemeinsam mit Freunden unterwegs sein“ verliert in der Gen Z mit zunehmendem Alter deutlich an

Relevanz. Von 22,4 Prozent bei den 16- bis 18-Jährigen sinkt der Anteil auf 15 Prozent bei den 19- bis 23-Jährigen und schließlich auf 12,1 Prozent bei den 24- bis 27-Jährigen.

Hürden für die Verkehrsmittelnutzung

Während die bisherigen Ergebnisse zeigen, welche Kriterien bei der Wahl eines Verkehrsmittels ausschlaggebend sind, liefert ein Blick auf die Gründe für die seltene oder ausbleibende Nutzung weiteren Aufschluss über bestehende Barrieren. Im Folgenden werden die Hindernisse bei der Nutzung von Fahrrad,

ÖPNV und Pkw betrachtet – basierend auf den Einschätzungen jener Personen, die diese Verkehrsmittel nur selten oder gar nicht nutzen. Dies betrifft beim Fahrrad einen Anteil von 72 Prozent, beim ÖPNV 41 Prozent und beim Pkw 12,9 Prozent der Gen Z.

Hürden für die Fahrradnutzung

Die drei größten Hürden der Gen Z für eine Fahrradnutzung sind eine zu lange Fahrtdauer (31,5 Prozent), ungünstige Wetterbedingungen (31,4 Prozent) sowie verschwitztes Ankommen am Zielort (30,2 Prozent) (vgl. Tabelle 22). Während der Zeitfaktor auf weite Wege oder großflächige Aktionsräume hinweist, in denen das Fahrrad als Verkehrsmittel unpraktisch erscheint, betreffen Wetter

und Schwitzen klar den Aspekt des Komforts. Auch der fehlende Spaßfaktor wird von einem Viertel der Befragten als Hürde für das Fahrradfahren genannt, während etwa 21,2 Prozent das Fahrradfahren als zu anstrengend empfinden. Eine ähnliche Anzahl von Personen fühlt sich beim Fahrradfahren unsicher (22,5 Prozent).

Hürden für die Fahrradnutzung in der Gen Z

Hürde	Anteil
Der Weg dauert mit dem Fahrrad zu lange.	31,5 %
Ich mag nicht dem Wetter ausgesetzt sein.	31,4 %
Ich möchte nicht verschwitzt ankommen.	30,2 %
Fahrradfahren macht mir keinen Spaß.	24,2 %
Ich fühle mich im Straßenverkehr auf dem Fahrrad nicht sicher.	22,5 %
Ich finde Fahrradfahren ist zu anstrengend.	21,2 %
Ich benötige ein Fahrzeug, mit dem ich besser Dinge transportieren kann.	17,9 %
Es gibt keinen sicheren Abstellplatz für mein Fahrrad.	16,7 %
Mir steht kein verkehrstüchtiges Fahrrad zur Verfügung.	16,4 %
Die Verbindung ist für Fahrräder nur unzureichend ausgebaut.	12,4 %
Meine Kleidung ist ungeeignet fürs Fahrradfahren.	11,6 %
Sonstiges.	5,5 %
Ich kann nicht Fahrradfahren.	2,6 %

Tabelle 22: Hürden für die Fahrradnutzung in der Gen Z

Du hast angegeben, dass Du fast nie bzw. nur selten Fahrrad fährst. Warum ist das so? (Mehrfachnennungen möglich) | n=1449, Befragte, die nie bzw. fast nie mit dem Fahrrad fahren

Weniger ausschlaggebend sind Gründe der Infrastruktur, Ausstattung und Praktikabilität: 17,9 Prozent bemängeln unzureichende Transportmöglichkeiten, 16,7 Prozent fehlende Abstellplätze oder ein nicht verkehrstüchtiges Fahrrad (16,4 Prozent), 12,4 Prozent kritisieren die Qualität der Fahrradverbindungen. Lediglich 2,6 Prozent der Befragten gaben an, überhaupt nicht in der Lage zu sein, Fahrrad zu fahren.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Entscheidung gegen das Fahrrad weniger auf objektiven Mängeln in der Infrastruktur beruht, sondern stärker auf persönlichen Komfortwahrnehmungen und subjektiven bzw. alltagspraktischen Hemmnissen.

Zwischen den Generationen zeigen sich deutliche Unterschiede in der Wahrnehmung von

Hürden beim Fahrradfahren. Der Zeitfaktor, also die als zu lang empfundene Fahrtdauer, wird von der Gen Z am häufigsten genannt (31,4 Prozent). Bei den sogenannten Boomern spielt dieser Aspekt mit 16,5 Prozent eine deutlich geringere Rolle (vgl. Abbildung 38).

Weitere Komfortaspekte wie das verschwitzte Ankommen, ungeeignete Kleidung oder ein fehlender Spaßfaktor sind für die Gen Z weitaus relevanter als für die älteren Generationen. Ebenso stellt für junge Menschen das Fehlen von Abstellmöglichkeiten häufiger ein Problem dar: 16,7 Prozent der Gen Z gegenüber nur 5,7 Prozent bei den Boomern. Umgekehrt steigt mit dem Alter der Anteil derer, die überhaupt nicht Fahrradfahren können – während es bei der Gen Z nur 2,5 Prozent sind, sind es bei den Boomern bereits 8 Prozent. Auch beim Sicherheitsemp-

finden im Straßenverkehr zeigt sich ein großer Unterschied zwischen der ältesten und jüngsten Generation: Während sich bei den Babyboomern etwa ein Drittel unsicher fühlt, sind es in der Gen Z weniger als ein Viertel.

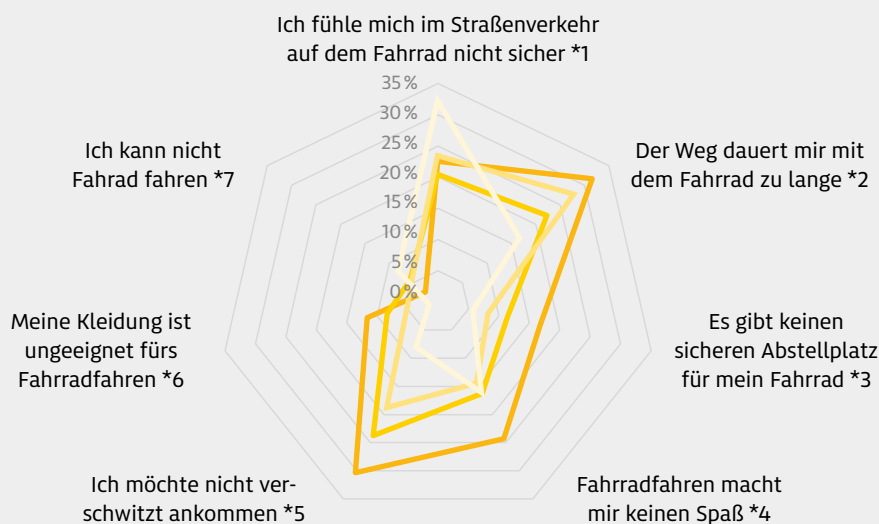
Der Generationenvergleich zeigt, dass Komfort- und Spaßaspekte bei den jüngeren Menschen stärker ins Gewicht fallen als bei den älteren Generationen. Bei älteren Menschen scheinen Sicherheit und Zugänglichkeit stärker ins Gewicht zu fallen.

Die Altersgruppen innerhalb der Gen Z unterscheiden sich lediglich bei dem Aspekt ‚Fahrradfahren macht mir keinen Spaß‘

signifikant voneinander. Das Kriterium ist bei den Jüngsten im Alter von 16 bis 18 Jahren (29,1 Prozent) eine deutlich relevantere Hürde bei der Fahrradnutzung als in den beiden älteren Gruppen (19–23 Jahre: 24,6 Prozent; 24–27 Jahre: 20,1 Prozent) (Pearson-Chi-Quadrat: 9,690; $p=0,008$).

Im Stadt-Land-Vergleich unterscheiden sich die Hürden für die Fahrradnutzung bei jungen Menschen beim Kriterium der Wegelänge. Während 30,4 Prozent der Gen Z in der Stadt angeben, dass zu lange Wege eine Hürde für die Fahrradnutzung sind, ist der Anteil auf dem Land signifikant höher bei 43,5 Prozent (Pearson-Chi-Quadrat: 9,515; $p=0,002$).

Hürden für Fahrradnutzung im Generationenvergleich



Hürde	n Gen Z	n Gen Y	n Gen X	n Boomer	Pearson-Chi-Quadrat
*1	245	390	377	352	15,597; $p=0,001$
*2	245	390	377	352	21,890; $p<0,001$
*3	245	390	377	353	21,820; $p<0,001$
*4	244	390	377	352	11,313; $p=0,010$
*5	245	390	377	353	52,644; $p<0,001$
*6	244	390	377	352	29,232; $p<0,001$
*7	244	390	377	352	8,341; $p=0,039$

Abbildung 38: Hürden bei der Fahrradnutzung nach Generationen

F: Du hast angegeben, dass Du fast nie bzw. nur selten Fahrrad fährst. Warum ist das so? (Befragte, die nie bzw. fast nie mit dem Fahrrad fahren)

- Gen Z (16–27 J.)
- Gen Y (28–45 J.)
- Gen X (46–60 J.)
- Boomer (61+ J.)

Hürden für die ÖPNV-Nutzung

Die größte Hürde für die Gen Z bei der Nutzung des ÖPNV ist die Unpünktlichkeit bzw. generelle Unzuverlässigkeit. Ganze 41 Prozent derjenigen, die nie oder selten den ÖPNV nutzen, identifizieren dies als Hauptproblem (vgl. Tabelle 23). Auch der monetäre Aspekt spielt eine zentrale Rolle: Rund ein Drittel dieser Gruppe bewertet die Kosten für den ÖPNV als zu hoch. Die Nutzung überfüllter Verkehrsmittel wird ebenfalls häufig als Belastung empfunden (30,1 Prozent).

Praktische Aspekte wie lange Fahrtzeiten (28,5 Prozent), schlechte Verbindungsqualität (27,2 Prozent) und mangelnde Flexibilität (26,7 Prozent) sind ebenfalls verbreitete Kritikpunkte und erschweren den Zugang zum ÖPNV. Deutlich seltener genannt werden hingegen Sicherheitsbedenken (18,2 Prozent)

und allgemeine Komfortprobleme (18,1 Prozent). Ein Mangel an Echtzeitinformationen, also z. B. zu Fahrplänen oder Verspätungen, ist nur für etwa 9,7 Prozent ein Hindernis.

Die Ergebnisse zeigen, dass für die Personen der Gen Z, die nie oder nur selten mit dem ÖPNV fahren, insbesondere Zuverlässigkeit, Kosten und Alltagstauglichkeit entscheidend für die Nichtnutzung sind. Die junge Generation stellt hohe Erwartungen an Pünktlichkeit und Effizienz.

Die Unpünktlichkeit und Unzuverlässigkeit des ÖPNV stellt generationenübergreifend eine zentrale Nutzungshürde dar, wird jedoch von der Gen Z mit Abstand am häufigsten kritisiert: 41 Prozent der jungen Befragten, die den ÖPNV nie bzw. selten nutzen, empfinden

Hürden für die ÖPNV-Nutzung in der Gen Z

Hürden für die ÖPNV-Nutzung in der Gen Z	Anteil
Die Öffentlichen sind unpünktlich und unzuverlässig.	41,0 %
Ich finde die Ticketpreise zu hoch.	31,8 %
Es sind mir zu viele Menschen auf engem Raum.	30,1 %
Die Fahrt dauert zu lange.	28,5 %
Es gibt keine direkten Verbindungen und ich muss zu häufig umsteigen.	27,2 %
Die Öffentlichen sind mir zu unflexibel.	26,7 %
Ich fühle mich zu bestimmten Tageszeiten nicht sicher.	18,2 %
Die Öffentlichen sind mir zu unbequem.	18,1 %
Die Öffentlichen sind ungeeignet, um Sachen zu transportieren.	17,5 %
Die Ansteckungsgefahr in den Öffentlichen ist mir zu hoch.	10,2 %
Mir fehlen Echtzeitinformationen bzw. die Informationen sind mir zu ungenau.	9,7 %
Sonstiges	8,8 %
Ich mag nicht dem Wetter ausgesetzt sein.	7,8 %

Tabelle 23: Hürden für die ÖPNV-Nutzung in der Gen Z

F: Du hast angegeben, dass Du fast nie bzw. nur selten den ÖPNV nutzt. Warum ist das so? (Mehrfachnennungen möglich) | n=825, Befragte, die nie bzw. fast nie mit dem ÖPNV fahren

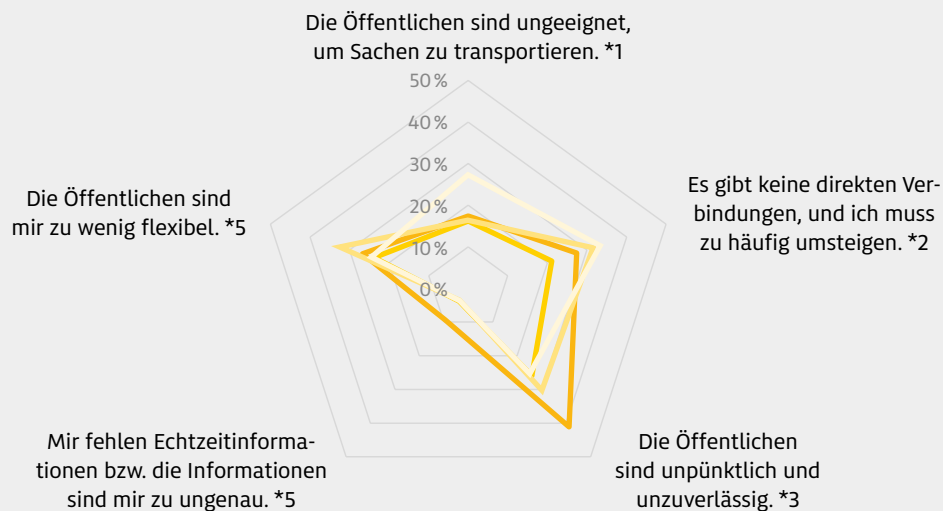
diesen Aspekt als besonders problematisch, während es bei den Boomern nur 25,1 Prozent sind (vgl. Abbildung 39). Auch die Generationen Y (25,8 Prozent) und X (30 Prozent) liegen unter dem Wert der Jüngsten. Für die Boomer-Generation ist zudem der Transportaspekt, also z. B. das Mitnehmen von Gepäck oder Einkäufen, mit 27,2 Prozent ein deutlich relevanterer Aspekt als für die Gen Z, bei der dieser Punkt nur von 17,3 Prozent genannt wird.

Interessanterweise sind fehlende Echtzeitinformationen für die Gen Z zwar kein dominantes Problem (9,4 Prozent), aber dennoch deutlich relevanter als für ältere Generationen, bei denen nur 3,4 bis 3,8 Prozent diesen Punkt überhaupt als hinderlich empfinden.

Innerhalb der Altersgruppen in der Gen Z gibt es keine signifikanten Unterschiede in der

Bewertung der Hürden für die ÖPNV-Nutzung. Jedoch unterscheiden sich die Angaben in einigen Aspekten signifikant zwischen Stadt und Land. Es wird deutlich, dass die Hürden für eine regelmäßige ÖPNV-Nutzung auf dem Land stärker strukturell bedingt sind, während in städtischen Räumen eher qualitative und komfortbezogene Faktoren eine Rolle spielen. So scheitert die ÖPNV-Nutzung bei rund der Hälfte der Befragten, die selten bzw. nie ÖPNV nutzen, auf dem Land an Unpünktlichkeit und Unzuverlässigkeit (vgl. Stadt: 39,6 Prozent). Und auch einen Mangel an Direktverbindungen sowie Flexibilität nennen jeweils 37,8 Prozent der Gen Z auf dem Land als zentrale Hürden, während es in der Stadt gerademal jeweils ein Viertel ist. Der Aspekt Bequemlichkeit hingegen ist in der Stadt mit 19,2 Prozent relevanter als auf dem Land (8,9 Prozent)

Hürden für die ÖPNV-Nutzung im Generationenvergleich



Hürde	n Gen Z	n Gen Y	n Gen X	n Boomer	Pearson-Chi-Quadrat
*1	139	372	417	375	20,012; p<0,001
*2	139	372	417	374	16,167; p=0,001
*3	139	372	417	375	14,593; p=0,002
*4	139	372	417	374	10,690; p=0,014
*5	139	372	417	375	9,136; p=0,028

Abbildung 39: Hürden für die ÖPNV-Nutzung nach Generationen

F: Du hast angegeben, dass Du fast nie bzw. nur selten den ÖPNV nutzt. Warum ist das so? (Befragte, die nie bzw. fast nie mit dem ÖPNV fahren)

- Gen Z (16–27 J.)
- Gen Y (28–45 J.)
- Gen X (46–60 J.)
- Boomer (61+ J.)

Hürden für die Pkw-Nutzung

Wenn die Gen Z auf die Nutzung des Pkw verzichtet, liegt das bei knapp einem Drittel der Befragten daran, dass ihnen schlicht kein Auto zur Verfügung steht (vgl. Tabelle 24). Ebenso häufig werden hohe Kosten sowie Probleme rund um das Parken – also mangelnde Verfügbarkeit oder hohe Parkgebühren – als Hürden genannt. Rund ein Viertel der Befragten gibt an, das hohe Verkehrsaufkommen und Staus als abschreckend zu empfinden, genauso viele nennen ökologische Gründe als Hürde für die Autonutzung.

Für 22,5 Prozent derjenigen, die nie oder selten Auto fahren, besteht generell kein Bedarf, längere Strecken zurückzulegen, weshalb der Pkw nicht notwendig erscheint. Aspekte wie Stress im Straßenverkehr (18,6 Prozent) oder ein Gefühl der Unsicherheit beim Autofahren (14,3 Prozent) spielen eine eher untergeordnete Rolle.

Die Ergebnisse zeigen, dass für die Gruppe der Gen Z, welche nie oder selten den Pkw

nutzt, vor allem äußere Rahmenbedingungen wie Verfügbarkeit, Kosten und Infrastruktur entscheidende Hürden für die Autonutzung sind – weniger subjektive Faktoren wie Stress oder Unsicherheit. Umweltbewusstsein spielt nach den generellen Rahmenbedingungen auch eine Rolle (24 Prozent).

Im Generationenvergleich gibt es stellenweise Unterschiede in der Bewertung der Nutzungshürden für den Pkw. Der fehlende Bedarf an weiten Strecken, die zu überwinden sind, wird in der Gen Z (22,7 Prozent) und Gen Y (19 Prozent) nur etwa halb so häufig genannt wie in den beiden älteren Generationen (Gen X: 40 Prozent, Boomer, 37,1 Prozent) (Pearson-Chi-Quadrat: 10,775; $p=0,013$). Dieser Trend zeigt sich auch innerhalb der Gen Z. Staus und ein hohes Verkehrsaufkommen werden bei den Boomern hingegen am seltensten (14,4 Prozent) und in der Gen Y (38 Prozent) am häufigsten als Gründe für eine Autonichtnutzung genannt (Gen Z:

Hürden für die Pkw-Nutzung in der Gen Z

Hürden für die Pkw-Nutzung	Anteil
Ich finde die Kosten zu hoch.	31,8%
Ich finde Parkmöglichkeiten schwierig oder teuer.	31,8%
Mir steht kein Auto zur Verfügung.	31,4%
Mich nerven Staus und hohes Verkehrsaufkommen.	26,4%
Autofahren ist nicht umweltfreundlich.	24,0%
Ich habe keine weiten Strecken zu überwinden.	22,5%
Ich empfinde Autofahren als stressig oder unangenehm.	18,6%
Ich fühle mich unsicher beim Fahren.	14,3%
Sonstiges	11,2%

Tabelle 24: Hürden für die Pkw-Nutzung in der Gen Z

F: Du hast angegeben, dass Du fast nie bzw. nur selten das Auto nutzt. Warum ist das so? (Mehrfachnennungen möglich) | n=258, Befragte, die nie bzw. fast nie mit dem Auto fahren

25,6 Prozent, Gen X: 25 Prozent) (Pearson-Chi-Quadrat: 12,845; $p=0,005$).

Im Vergleich der Hürden für die Pkw-Nutzung zwischen jungen Menschen in Stadt und Land zeigen sich nur wenige signifikante Unterschiede. Zwei Aspekte stechen jedoch hervor: Wenn auf dem Land nicht mit dem Auto gefahren wird, liegt es hauptsächlich daran, dass schlichtweg kein Auto verfügbar

ist (58,8 Prozent) oder die Kosten zu hoch sind (58,8 Prozent). In der Stadt variieren die angegebenen Gründe stärker, sodass die Kosten dort nur von 30,2 Prozent der Befragten angegeben wurden und die fehlende Verfügbarkeit eines Pkw von nur 29,5 Prozent der Befragten. (Pearson-Chi-Quadrat: Kosten: 5,991, $p=0,014$; kein Pkw zur Verfügung: 6,357; $p=0,012$).

5.3 Symbolisch-emotionale Dimensionen von Automobilität

— Alte Liebe rostet nicht!

In Anlehnung an die in der Theorie ausgeführten symbolisch-emotionalen Dimensionen von Mobilität wurden im Fragebogen mit Blick auf die symbolisch-emotionalen Aufladungen des Pkw entsprechende Konstrukte platziert, die innerhalb der Mobilitätspsychologie bereits erfolgreich erprobt sind (Hunecke et al., 2021). Die Konstrukte wurden in Gestalt von fünf Items mithilfe einer 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt und beziehen sich auf die in Kap. 2.4 skizzierten vier Dimensionen Autonomie¹, Privatheit², Erlebnis³ und Status. In den nachfolgenden Auswertungen werden die Items einmal als gemitteltes Konstrukt „symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung“ betrachtet und nochmal separat in ihrer Repräsentation einer der vier Dimensionen.

Die Auswertungen verdeutlichen: Die symbolisch-emotionale Bindung an den Pkw ist innerhalb der Generation Z stark ausgeprägt, auch im Vergleich zu älteren Generationen (vgl. Abbildung 40 und Abbildung 41). 75,8 Prozent der jungen Menschen zeigen

eine entsprechende Orientierung. Besonders verbreitet sind Statusprojektionen ins Auto und hedonistische Erlebniswerte (69,9 Prozent, 62,9 Prozent). Demgegenüber treten mit dem Pkw verknüpfte Autonomiegefühle seltener auf (50,4 Prozent).

Diese Beobachtungen entsprechen einerseits den viel beachteten Studien innerhalb der Verkehrs- und Mobilitätsforschung, die für Gesamtgesellschaften enge symbolische und emotionale Mensch-Pkw-Beziehungen beschreiben. Eine besonders starke Ausprägung solcher Bindungen wurde insbesondere bei jungen Generationen beobachtet (Sachs, 1984; Sheller, 2004; Steg, 2005). Diese Entwicklung ist andererseits von besonderer Brisanz, da zu Beginn der 2010er-Jahre mit Blick auf die damals noch junge Generation Y eine Ent-Emotionalisierungstendenz vom privaten Automobil konstatiert wurde (Bratzel, 2014). In diesem Zusammenhang wurde ein „Ende der Liebe zum Automobil“ oder zumindest eine Auflösung von Statusprojektionen ins Auto beobachtet (van der Waart et al., 2012;

1 z. B. „Autofahren bedeutet für mich Freiheit.“

2 z. B. „Wenn ich im Auto sitze, fühle ich mich sicher und geschützt.“

3 z. B. „Autofahren bedeutet für mich Spaß und Leidenschaft.“

Symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z

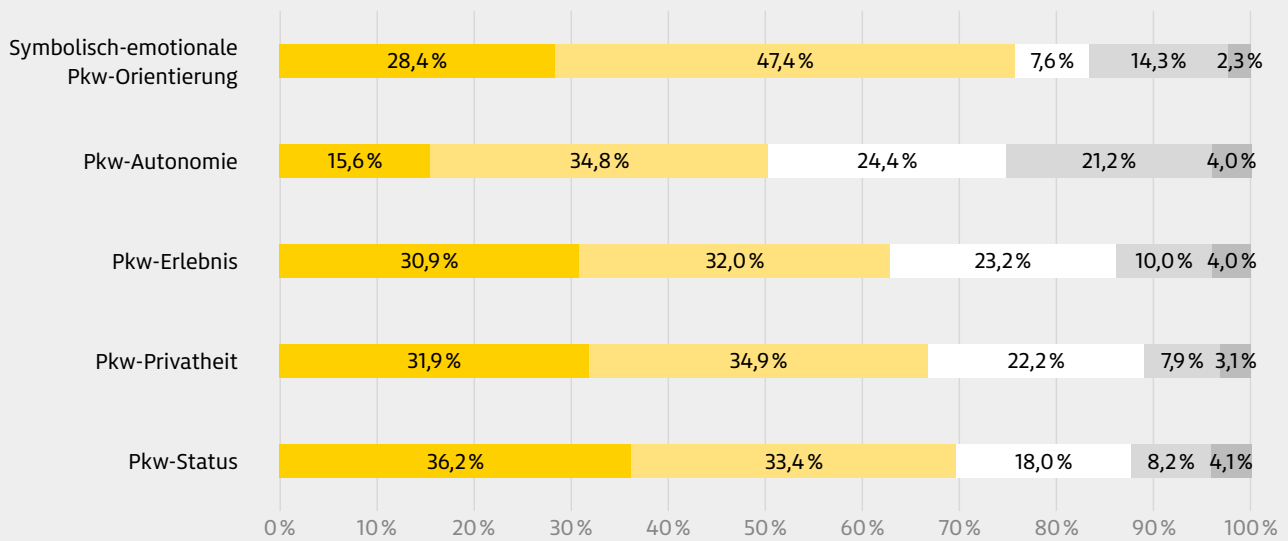
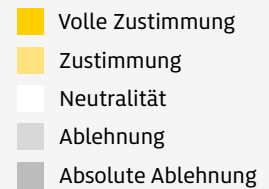


Abbildung 40: Symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z

n=2006



Symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen

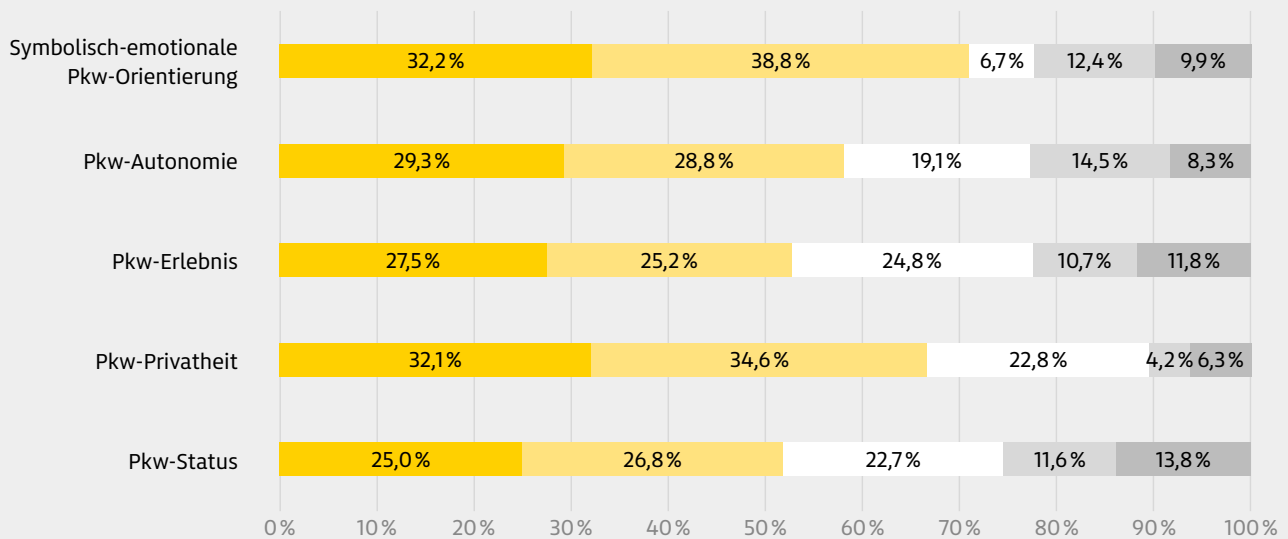
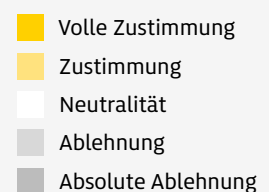


Abbildung 41: Symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen

n=1.609



Delbosc & Currie, 2014). Zudem galt das Auto eher als pragmatisches Fortbewegungsmittel (Schönduwe et al., 2012). Auch in der vorliegenden Untersuchung zeigt sich, dass die Generation Y weiterhin die geringsten symbolisch-emotionalen Orientierungen zum Pkw aufweist.

Die starken symbolisch-emotionalen Pkw-Orientierungen der Gen Z lassen sich mithilfe von Mittelwertvergleichen weiter vertiefen (vgl. Tabelle 25). Hinsichtlich der dem Datensatz nun zugrundeliegenden Konstrukte sind in den vorliegenden Analysen insbesondere jene Privatheitsaspekte der Pkw-Nutzung hervorzuheben, die erst einmal über alle Generationen hinweg einen hohen Stellenwert besitzen. Sie beziehen sich auf das Bedürfnis, soziale Kontakte bei der Auto-

nutzung selbstbestimmt zu gestalten – also gewünschte Begegnungen zu ermöglichen und unerwünschte zu vermeiden. Neben der starken Ausprägung von Privatheitsaspekten, die mit der Pkw-Nutzung verbunden und beobachtet werden, kommen in dieser Generation insbesondere auch Pkw-bezogene Erlebnisgefühle und die Aufladung des Pkw mit Statussymboliken deutlich stärker zum Tragen. Bei allen Konstrukten kommen signifikante Unterschiede zwischen den Generationen zum Ausdruck.

Ausdifferenzierungen der jungen Gen Z (auch im Spiegel der älteren Generationen) werden nachfolgend im Hinblick auf zentrale soziodemographische, räumliche, sozioökonomische und auch milieuspezifische Entwicklungen herausgearbeitet

Soziodemographien und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen

	Symb.-emotionale Pkw-Orientierung (n=1999)	Pkw-Autonomie (n=1999)	Pkw-Erlebnis (n=1999)	Pkw-Privatheit (n=1999)	Pkw-Status (n=1999)
Insgesamt	2,46	2,54	2,49	2,18	2,53
Altersgruppen:					
Gen Z (16–27 J.)	2,36	2,67	2,23	2,14	2,10
Gen Y (28–45 J.)	2,53	2,69	2,48	2,28	2,50
Gen X (46–60 J.)	2,39	2,37	2,49	2,08	2,64
Boomer (61+ J.)	2,51	2,47	2,68	2,19	2,75
F-Value	3,549	11,448	8,295	3,306	18,228
Signifikanz	0,0140	0,000	0,000	0,019	0,000

Tabelle 25: Soziodemographien und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen

Gesamtsample; gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Soziodemographischer Blick

Bei Betrachtung klassischer soziodemographischer Merkmale zeigt sich, dass die Gen Z sich hinsichtlich symbolisch-emotionaler Orientierungen zum Automobil erst einmal als weitgehend homogen erweist (vgl. Tabelle 26). Es lassen sich jedoch leichte altersbezogene Unterschiede innerhalb der Gen Z bei den Einzelparametern symbolisch-emotionaler Aufladungen des Pkw, nämlich Autonomie- und Statusdimensionen, beobachten, die vor allem durch den Anteil jener jungen Menschen zum Tragen kommen, die noch keinen Führerschein besitzen.

Es sind leichte signifikante Unterschiede bei symbolisch-emotionalen Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z bei in Deutschland geborenen und nicht in Deutschland gebo-

renen jungen Menschen festzustellen. Diese Differenzierung lässt sich jedoch nicht auf alle symbolisch-emotionalen Dimensionen zurückführen, sondern sie ist im Schwerpunkt mit Abweichungen bei den Autonomiedimensionen zu erklären. Hier kann davon ausgegangen werden, dass im Zuge der verstärkten Migrationswellen nach Deutschland in den letzten zehn Jahren aus Ländern mit schwach ausgeprägter Automobilkultur (z. B. Syrien, Afghanistan) und ungleicher Ressourcenverteilung seltener ein Pkw zur Verfügung steht. Hinsichtlich der gleichermaßen stark ausgeprägten Erlebnisgefühle und Privatheitsgefühle sowie Statussymbolik dürften hier jedoch mittelfristige Anpassungstendenzen zu erwarten sein.

Soziodemographien und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen (Gen Z)

	Symb.-Emotionale Pkw-Orientierung (n=2005)	Pkw-Autonomie (n=2005)	Pkw-Erlebnis (n=2005)	Pkw-Privatheit (n=2005)	Pkw-Status (n=2005)
Insgesamt	2,36	2,67	2,23	2,14	2,10
Altersgruppen:					
16 bis 18 Jahre	2,36	2,76	2,16	2,12	1,99
19 bis 23 Jahre	2,34	2,65	2,21	2,12	2,06
24 bis 27 Jahre	2,40	2,64	2,29	2,18	2,23
F-Value	1,118	3,419	2,043	0,742	8,251
Signifikanz	0,327	0,033	0,130	0,476	0,000
Geburtsort der befragten Person:					
In Deutschland	2,35	2,65	2,22	2,14	2,10
Nicht in Deutschland	2,47	2,88	2,27	2,18	2,16
F-Value	4,846	13,416	0,386	0,232	0,607
Signifikanz	0,028	0,000	0,534	0,630	0,436

Tabelle 26: Soziodemographien und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre

Teilsample; gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Raumstruktureller Blick

Unterschiede hinsichtlich der symbolisch-emotionalen Pkw-Orientierung wurden sowohl innerhalb der Gen Z als auch in den älteren Generationen festgestellt, wobei diese Unterschiede auch in Bezug auf raumstrukturelle Merkmale betont werden können (vgl. Tabelle 27 und Tabelle 28).

Das beobachtete Muster lässt sich wie folgt zusammenfassen: In Siedlungsgebieten mit geringer Bevölkerungsdichte ist die symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung stärker ausgeprägt, während in Siedlungsgebieten mit hoher Bevölkerungsdichte eine geringere symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung zu verzeichnen ist. Dieses Beobachtungsmuster entspricht den Erwartungen, wonach Verkehrs- und Mobilitätsstrukturen entsprechend raumstrukturell hierarchisiert sind. Ferner zeigt sich generationsübergreifend ein signifikanter Unterschied in der Projektion von Autonomiegefühlen auf das Auto. In weniger dicht besiedelten Gebieten ermöglicht der private Pkw besonders stark die

Realisierung individueller und kollektiver Alltagsaktivitäten durch flexible Raumüberwindung. Das Automobil symbolisiert folglich ein Mittel für persönliche Autonomie, indem es die Überwindung von räumlichen Distanzen ermöglicht, die ohne den Einsatz eines Automobils als schwierig zu bewältigen wären.

Es lassen sich weitere Besonderheiten in der Gegenüberstellung der Generationen in Bezug auf die Projektionen von Erlebnis- und Privatheitsgefühlen in die Pkw-Nutzung feststellen: Während sich der Datensatz entlang dieser symbolisch-emotionalen Dimensionen der Pkw-Orientierung nach raumstrukturellen Merkmalen innerhalb der älteren Generationen noch signifikant ausdifferenzieren lässt, sind innerhalb der Gen Z keine signifikanten Unterschiede mehr feststellbar. In dieser Gruppe manifestieren sich Angleichungsprozesse bei Pkw-Erlebnis und Pkw-Privatheit sowohl in den weniger als auch in den stärker besiedelten Gebieten.

Raumstruktur und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen (Gen Z)

	Symb.-Emotionale Pkw-Orientierung (n=2005)	Pkw-Autonomie (n=2005)	Pkw-Erlebnis (n=2005)	Pkw-Privatheit (n=2005)	Pkw-Status (n=2005)
Insgesamt	2,36	2,67	2,23	2,14	2,10
Gemeindegrößen (BIK 1–4):					
Unter 20.000 EW	2,17	2,44	2,08	2,03	1,89
20.000 bis unter 100.000 EW	2,26	2,53	2,12	2,09	2,01
100.000 bis unter 500.000 EW	2,39	2,71	2,26	2,18	2,07
500.000 und mehr EW	2,41	2,73	2,24	2,15	2,20
F-Value	5,787	7,621	1,888	0,985	4,275
Signifikanz	0,001	0,000	0,130	0,399	0,005

Tabelle 27: Raumstruktur und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre

Die BIK-Kategorisierung geht auf das Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH“ zurück und schließt jene Gemeinden ein, deren Pendlerpriorität auf eine gemeinsame Kernstadt gerichtet ist. | Teilsample; gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Raumstruktur und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen über 27 Jahre

	Symb.-Emotionale Pkw-Orientierung (n=1.608)	Pkw-Autonomie (n=1.608)	Pkw-Erlebnis (n=1.608)	Pkw-Privatheit (n=1.608)	Pkw-Status (n=1.608)
Insgesamt	2,47	2,51	2,54	2,18	2,62
Gemeindegrößen (BIK 1–4):					
Unter 20.000 EW	2,11	2,11	2,06	1,97	2,29
20.000 bis unter 100.000 EW	2,20	2,24	2,28	2,01	2,20
100.000 bis unter 500.000 EW	2,35	2,41	2,47	1,98	2,49
500.000 und mehr EW	2,48	2,58	2,45	2,21	2,59
F-Value	6,937	7,884	3,546	3,575	4,685
Signifikanz	0,000	0,000	0,014	0,014	0,003

Tabelle 28: Raumstruktur und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen über 27 Jahre

Die BIK-Kategorisierung geht auf das Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH“ zurück und schließt jene Gemeinden ein, deren Pendlerpriorität auf eine gemeinsame Kernstadt gerichtet ist. | Teilsample; nicht-gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sozioökonomischer Blick

Die stärksten Unterschiede bei symbolisch-emotionalen Dimensionen der Pkw-Orientierung lassen sich gesamtgesellschaftlich und auch innerhalb der Gen Z mit Blick auf sozioökonomische Situationen herausstellen (vgl. Tabelle 29 und Tabelle 30). Je geringer die sozioökonomischen Rahmenbedingungen der Menschen ausgeprägt sind, desto geringer sind symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen ausgeprägt. Oder entsprechend die umgekehrte Schlussfolgerung: Je stärker die sozioökonomischen Rahmenbedingungen der Menschen ausgeprägt sind, desto stärker sind symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen ausgeprägt. Dieses Muster verweist auf eine soziostrukturelle Kopplung zwischen ökonomischer Lage und symbolisch-emotionaler Bindung an das Auto. Menschen mit höheren

sozioökonomischen Ressourcen neigen stärker dazu, dem Pkw emotionale Bedeutungen wie Status, Autonomie, Erlebnis oder Privatheit zuzuschreiben, während diese Bedeutungszuschreibungen bei sozial benachteiligten Gruppen deutlich schwächer ausgeprägt sind. Dies liegt möglicherweise daran, dass der Zugang zu einem eigenen Auto dort weniger selbstverständlich ist oder pragmatischere Nutzungslogiken überwiegen.

In Bezug auf die formale Schulbildung weisen insbesondere Personen mit einem Hauptschulabschluss oder ohne Schulabschluss eine unterdurchschnittliche Ausprägung symbolisch-emotionaler Pkw-Orientierung auf. Dieser Trend setzt sich bei der Einkommenssituation zwischen Personen in

regulären Beschäftigungssituationen und in nicht regulären Beschäftigungssituationen fort. In anderen Studien wurden in diesem Kontext bereits ähnliche Beobachtungen dokumentiert, die auf die Wirkmächtigkeit von

Ressourcenungleichheiten verweisen (z. B. Hunecke et al., 2020). Diese Ungleichheiten treten insbesondere im Feld der Pkw-Mobilität in Erscheinung.

Sozioökonomische Merkmale und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z

	Symb.-emotionale Pkw-Orientierung (n=2005)	Pkw-Autonomie (n=2005)	Pkw-Erlebnis (n=2005)	Pkw-Privatheit (n=2005)	Pkw-Status (n=2005)
Insgesamt	2,36	2,67	2,23	2,14	2,10
Formale Schulbildung:					
Gehe noch zur Schule	2,41	2,83	2,25	2,13	2,01
Ohne Schulabschluss	2,70	2,97	2,60	2,37	2,59
Hauptschulabschluss	2,49	2,80	2,32	2,33	2,18
Mittlere Reife	2,33	2,64	2,19	2,11	2,07
Abitur/Fachabitur	2,33	2,59	2,23	2,16	2,10
(Fach-) Hochschulabschluss	2,32	2,62	2,13	2,03	2,21
F-Value	2,892	5,519	1,427	2,082	2,413
Signifikanz	0,013	0,000	0,211	0,065	0,034
Einkommenssituation:					
Lohnempfänger	2,26	2,54	2,11	2,07	2,05
Kein Lohnempfänger	2,52	2,87	2,40	2,25	2,19
F-Value	54,215	70,363	34,394	13,811	8,175
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000	0,004

Tabelle 29: Sozioökonomische Merkmale und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre

Teilsample; gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sozioökonomien und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen über 27 Jahre

	Symb.-emotionale Pkw-Orientierung (n=1.608)	Pkw-Autonomie (n=1.608)	Pkw-Erlebnis (n=1.608)	Pkw-Privatheit (n=1.608)	Pkw-Status (n=1.608)
Insgesamt	2,47	2,51	2,54	2,18	2,62
Formale Schulbildung:					
Ohne Schulabschluss	3,02	3,18	2,97	2,81	2,95
Hauptschulabschluss	2,64	2,70	2,70	2,38	2,71
Mittlere Reife	2,31	2,32	2,40	2,05	2,48
Abitur/Fachabitur	2,49	2,54	2,53	2,16	2,69
(Fach-) Hochschulabschluss	2,44	2,48	2,53	2,08	2,64
F-Value	9,097	10,345	4,157	8,938	2,728
Signifikanz	0,000	0,000	0,002	0,000	0,028
Einkommenssituation:					
Lohnempfänger	2,33	2,39	2,37	2,05	2,44
Kein Lohnempfänger	2,65	2,66	2,75	2,34	2,86
F-Value	41,391	21,926	32,786	27,508	39,694
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 30: Sozioökonomien und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen über 27 Jahre

Teilsample; nicht-gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sinus-Milieus®

Ausdifferenzierungen hinsichtlich symbolisch-emotionaler Pkw-Orientierungen lassen sich entlang sozialer Milieus ausdifferenzieren (vgl. Tabelle 31 und Tabelle 32). Hierbei zeigt sich, dass sich milieuspezifische Differenzierungen innerhalb der GenZ sogar stärker manifestieren als in den älteren Generationen (vgl. Abbildung 42).

Differenzierungslinien ergeben sich einerseits mit Blick auf die soziale Lage der Milieus, wonach vor allem untere Schichten

eine durchschnittlich geringere Ausprägung symbolisch-emotionaler Pkw-Orientierungen aufweisen (z. B. Prekäres Milieu, Traditionelles Milieu) als die höheren Schichten. Gleichmaßen aber spielen allgemeine Grundorientierungen eine zentrale Rolle bei der Ausdifferenzierung symbolisch-emotionaler Pkw-Orientierungen. Augenscheinlich besonders ausgeprägt sind symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in traditionell geprägten sozialen Milieus der mittleren oberen Schichten. Dazu zählen etwa das Konservativ-Geho-

bene und das Nostalgisch-Bürgerliche Milieu, die dem Auto eine hohe emotionale und identitätsstiftende Bedeutung beimessen.

Interessanterweise sind es aber vor allem jene in Richtung Modernisierung tendierenden sozialen Milieus, bei denen eine noch weniger starke symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung beobachtet werden kann (z. B. Postmaterielles Milieu und Adaptiv-Pragmatische Mitte). Dabei handelt es sich um jene Sinus-Milieus mit einer grundlegenden Neuorientierung (z. B. Expeditives Milieu oder Neo-Ökologisches Milieu). Allerdings sind es gerade der Multimodalitäts- und Multioptionalitätsbegriff, die aus sozial-ökologischer Perspektive etwa im Zeichen von Carsharing

oder Elektromobilität eine symbolisch-emotionale Re-Integration des Autos innerhalb der progressiven Milieus vorstellbar machen, wenn auch nur noch als sporadische Option. Innerhalb ökologisch progressiver Milieus, die dem Auto lange kritisch gegenüberstanden, könnte das Auto im Sinne einer gelegentlichen, funktionalen Option – etwa im Rahmen von Carsharing oder Elektromobilität – symbolisch-emotional „reintegriert“ werden. In der praktischen Umsetzung im Alltag bedeutet das: Das Automobil wird in den progressiven Milieus nicht länger abgelehnt, sondern in aller symbolisch-emotionalen Aufladung situativ in ein multimodales Mobilitätsverhalten eingebunden (siehe Kapitel 4).

Sinus-Milieus® und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen (Gen Z)

	Symb.-emotionale Pkw-Orientierung (n=2005)	Pkw-Autonomie (n=2005)	Pkw-Erlebnis (n=2005)	Pkw-Privatheit (n=2005)	Pkw-Status (n=2005)
Insgesamt	2,36	2,67	2,23	2,14	2,10
Sinus-Milieus					
Konservativ-Gehobenes Milieu	2,12	2,53	1,92	1,90	1,72
Postmaterielles Milieu	2,47	2,75	2,33	2,08	2,42
Milieu der Performer	2,39	2,75	2,17	2,16	2,11
Expeditives Milieu	2,27	2,62	2,12	2,05	1,93
Adaptiv-Pragmatische Mitte	2,58	2,78	2,45	2,52	2,34
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	2,10	2,34	2,04	1,93	1,85
Traditionelles Milieu	2,58	2,73	2,49	2,50	2,46
Prekäres Milieu	2,48	2,69	2,45	2,24	2,32
Konsum-Hedonistisches Milieu	2,39	2,73	2,27	2,09	2,16
Neo-Ökologisches Milieu	2,25	2,61	2,16	2,00	1,86
F-Value	7,906	3,146	4,444	7,504	9,896
Signifikanz	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000

Tabelle 31: Sinus-Milieus und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre

Teilsample; gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sinus-Milieus® und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen über 27 Jahre

	Symb.-emotionale Pkw-Orient. (n=1.608)	Pkw-Autonomie (n=1.608)	Pkw-Erlebnis (n=1.608)	Pkw-Privatheit (n=1.608)	Pkw-Status (n=1.608)
Insgesamt	2,47	2,51	2,54	2,18	2,62
Sinus-Milieus					
Konservativ-Gehobenes Milieu	2,45	2,45	2,57	2,13	2,64
Postmaterielles Milieu	2,67	2,55	3,01	2,24	2,99
Milieu der Performer	2,40	2,57	2,33	1,99	2,55
Expeditives Milieu	2,35	2,59	2,13	2,12	2,29
Adaptiv-Pragmatische Mitte	2,42	2,49	2,38	2,27	2,46
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	2,46	2,32	2,75	2,13	2,77
Traditionelles Milieu	2,70	2,66	2,85	2,48	2,85
Prekäres Milieu	2,45	2,39	2,59	2,24	2,67
Konsum-Hedonistisches Milieu	2,46	2,76	2,23	2,17	2,37
Neo-Ökologisches Milieu	2,39	2,45	2,43	2,11	2,50
F-Value	1,981	2,034	7,590	1,931	4,325
Signifikanz	0,038	0,033	0,000	0,044	0,000

Tabelle 32: Sinus-Milieus und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierungen in älteren Generationen über 27 Jahre

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung (Gen Z)

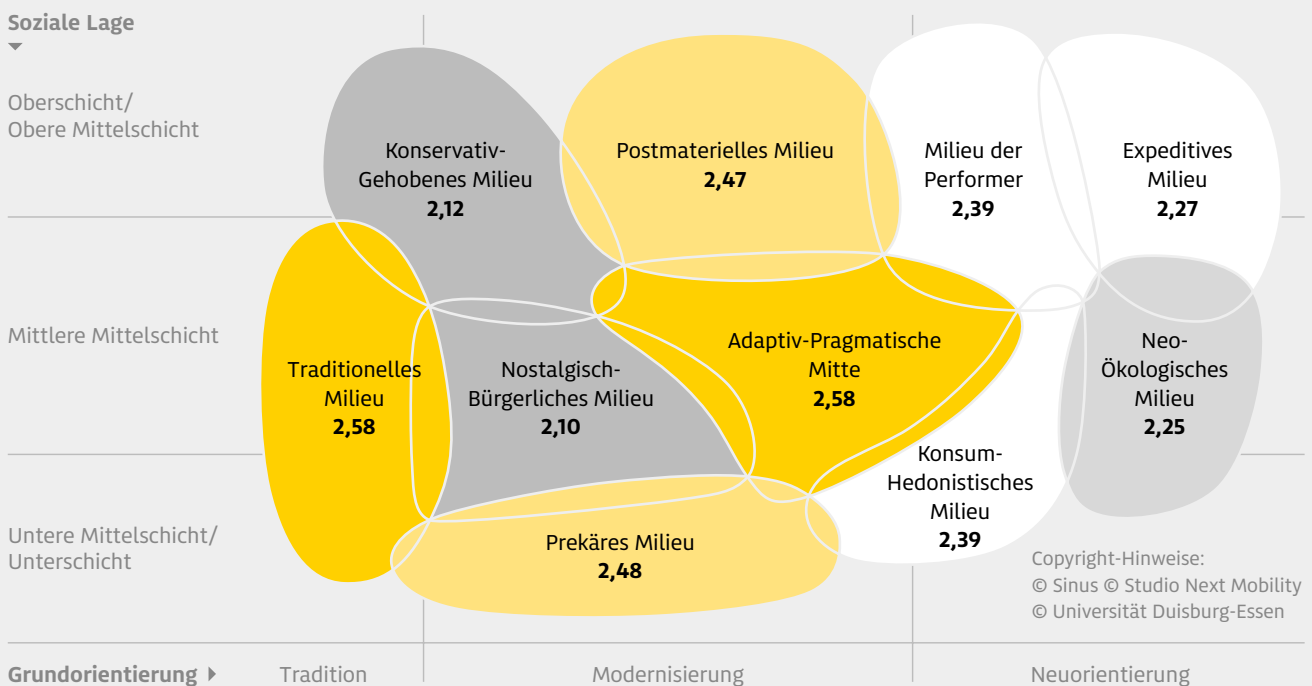


Abbildung 42: Sinus-Milieus und symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung (Gen Z)

Teilsample; gewichtet | Sample-Durchschnitt: 2,36; F-Value: 7906; Signifikanz: <0,000 | Quelle: SINUS | Grafik: eigene Darstellung

- Stark Überdurchschnittlich
- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich
- Stark Unterdurchschnittlich

5.4 Symbolisch-emotionale Orientierungen hin zu Pkw-Alternativen

„Polygame“ Mensch-Verkehrsmittel-Beziehungen?

In Anlehnung an die in der Theorie ausgeführten symbolisch-emotionalen Dimensionen von Mobilität wurden im Fragebogen auch entsprechende Konstrukte platziert, die sich auf Pkw-Alternativen beziehen. Die Konstrukte wurden analog zu den Erklärungen in Kap. 5.3 mithilfe einer 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt und beziehen sich auf Autonomie- und Privatheitsaspekte bei der ÖV-Nutzung⁴, Erlebnisdimensionen bei der Fahrradnutzung⁵ sowie Autonomie- und Er-

lebnisdimensionen mit Bezug auf neue Sharing-Angebote im Allgemeinen und in Bezug auf E-Scooter-Dienste im Speziellen⁶.

In Bezug auf symbolisch-emotionale Orientierungen zu Pkw-Alternativen zeigt sich bei der Auswertung der Daten, dass diese in der Gen Z ein höheres Bindungspotenzial genießen und sich die Generationen hier hochsignifikant unterscheiden (vgl. Tabelle 33). Dennoch liegen die Werte unter denen

4 In Anlehnung an Hunecke (2021) jeweils zwei den Konstrukten zugrundeliegende Items; z. B. „Ich kann das, was ich tun will, mit öffentlichen Verkehrsmitteln erledigen.“ für die ÖV-Autonomiedimension oder „In öffentlichen Verkehrsmitteln fühle ich mich in meiner Privatsphäre auf unangenehme Weise eingeschränkt.“ für die ÖV-Privatheitsdimension.

5 z. B. „Beim Fahrradfahren kann ich mich gut entspannen.“

6 z. B. „E-Scooter bieten mir eine neue Qualität an selbstbestimmter Mobilität.“

Symbolisch-emotionale Orientierungen zu anderen Verkehrsmitteln nach Generationen

	ÖV Autonomie (n=1999)	ÖV Privatheit (n=1999)	Fahrrad Erlebnis (n=1999)	Fahrrad RWR (n=1999)	Sharing Mobility Erlebnis (n=1999)	E-Scooter- Sharing Autonomie (n=1999)
Insgesamt	3,27	3,36	3,18	3,78	2,93	3,31
Altersgruppen:						
Gen Z (16–27 J.)	3,02	3,38	3,19	3,63	2,50	2,84
Gen Y (28–45 J.)	3,11	3,45	2,90	3,41	2,72	2,99
Gen X (46–60 J.)	3,46	3,40	3,17	3,91	3,09	3,45
Boomer (61+ J.)	3,44	3,16	3,55	4,20	3,33	3,89
F-Value	30,370	6,817	23,078	42,085	72,144	96,929
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 33: Symbolisch-emotionale Orientierungen zu anderen Verkehrsmitteln nach Generationen

Gesamtsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

der Pkw-Orientierung. Hervorzuheben sind zunächst die beiden jüngeren Generationen Z und Y gegenüber der Gen X und den Boomern, die sich hinsichtlich ihrer symbolisch-emotionalen Aufladungen von Kollektivverkehrsmitteln, d. h. den traditionellen öffentlichen Verkehrsmitteln und auch neuen Sharing-Angeboten vor allem in der Projektion von hohen Autonomie- bzw. Erlebnisgefühlen unterscheiden.

Auch bei mobilitätspsychologischen Bewertungsprozessen des Fahrrads unterscheiden sich die Generationen voneinander: Hiernach können positive hedonistische Aufladungen des Fahrrads vor allem in der Gen Y verortet werden. In allen Generationen lässt sich dann eine psychologische Abwertung der potenziellen Fahrradnutzung unter Schlechtwetterbedingungen feststellen, die jedoch in der Abnahme bei der Gen Z am geringsten ausfällt.

Soziodemographischer Blick

Mit Blick auf klassische soziodemographische Merkmale zeigt die Gen Z in Bezug auf symbolisch-emotionale Dimensionen anderer Verkehrsmittel als dem Pkw einige Besonderheiten (vgl. Tabelle 34). Bei symbolisch-emotionalen Autonomiegefühlen gegenüber der ÖV-Nutzung zeigen sich signifikante Unterschiede innerhalb der Gen Z – insbesondere

in Bezug auf Altersgruppen und Herkunft. Symbolisch-emotionale Privatheitsgefühle hingegen variieren deutlich entlang geschlechterspezifischer Linien und weisen auf unterschiedliche Mobilitäts- und Schutzbedürfnisse hin. Hierbei muss es sich nicht explizit um generationsspezifische Besonderheiten handeln: In der jüngsten Alterskohor-

Soziodemographien und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

	ÖV Autonomie (n=2005)	ÖV Privatheit (n=2005)	Fahrrad Erlebnis (n=2005)	Fahrrad RWR (n=2005)	Sharing Mobility Erlebnis (n=2005)	E-Scooter- Sharing Autonomie (n=2005)
Insgesamt	3,02	3,38	3,19	3,63	2,50	2,84
Altersgruppen:						
16 bis 18 Jahre	2,94	3,38	3,27	3,73	2,54	2,99
19 bis 23 Jahre	2,96	3,37	3,21	3,61	2,48	2,80
24 bis 27 Jahre	3,13	3,39	3,11	3,59	2,48	2,80
F-Value	13,324	0,065	3,420	2,231	0,987	7,606
Signifikanz	0,000	0,937	0,033	0,108	0,373	0,000
Geschlechtsorientierung:						
Männlich	3,01	3,32	2,97	3,42	2,49	2,82
Weiblich	3,04	3,45	3,43	3,86	2,50	2,86
F-Value	0,596	8,289	93,901	71,325	0,031	0,892
Signifikanz	0,440	0,004	0,000	0,000	0,860	0,345
Geburtsort der befragten Person:						
In Deutschland	3,04	3,38	3,18	3,63	2,51	2,86
Nicht in Deutschland	2,85	3,42	3,26	3,67	2,36	2,69
F-Value	13,155	0,277	0,979	0,221	7,451	6,894
Signifikanz	0,000	0,599	0,322	0,639	0,006	0,009

Tabelle 34: Soziodemographien und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

te der 16- bis 18-Jährigen dürfte die positive ÖV-Bewertung aus „ÖV-Captive-Effekten“ abgeleitet werden können; d. h. jene „Zwangsnutzung“ öffentlicher Verkehrsmittel, die aus einem Mangel an alternativen Optionen zustande kommt. Einen ähnlichen „Captive-Effekt“ könnte es bei jenen Personen geben, die nicht in Deutschland geboren wurden. Hier könnten sich die deutlich positiveren symbolisch-emotionalen Aufwertungen des ÖPNV und auch von Sharing-Angeboten

mitunter aus einem Mangel an Mobilitätsressourcen ergeben, die zur Nutzung des privaten Pkw benötigt werden (vgl. Kapitel 4.1).

Ferner existieren innerhalb der Gen Z signifikante geschlechterspezifische Unterschiede bei der Wahrnehmung des ÖPNV im Hinblick auf Privatheitsgefühle oder einer hedonistischen Fahrradorientierung, die kein explizites Phänomen der jungen Generation repräsentieren.

Raumstruktureller Blick

Es lassen sich im Datensatz signifikante raumstrukturelle Unterschiede bei mobilitätspsychologischen Bewertungsprozessen herausstellen, die jedoch nicht alle Verkehrsmittel betreffen (vgl. Tabelle 35 und Tabelle 36). Sie betreffen zunächst generationsübergreifend die Autonomieprojektionen in den öffentlichen Verkehr, die erwartungsge-

mäß in den hochverdichteten Siedlungsstrukturen positiver ausgeprägt sind als in den weniger verdichteten Gebietskörperschaften, da in diesen das ÖPNV-Angebot i. d. R. entsprechend schwächer ist.

Auffällig sind jedoch innerhalb der Gen Z gegenüber den älteren Generationen zwei

Raumstrukturen und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

	ÖV Autonomie (n=2005)	ÖV Privatheit (n=2005)	Fahrrad Erlebnis (n=2005)	Fahrrad RWR (n=2005)	Sharing Mobility Erlebnis (n=2005)	E-Scooter- sharing Autonomie (n=2005)
Insgesamt	3,02	3,38	3,19	3,63	2,50	2,84
Gemeindegrößen (BIK 1–4):						
Unter 20.000 EW	3,22	3,56	3,22	3,65	2,54	2,93
20.000 bis unter 100.000 EW	3,18	3,37	3,18	3,73	2,53	2,97
100.000 bis unter 500.000 EW	3,03	3,39	3,19	3,59	2,50	2,78
500.000 und mehr EW	2,92	3,38	3,17	3,62	2,45	2,82
F-Value	13,902	1,287	0,112	1,028	1,328	3,483
Signifikanz	0,000	0,277	0,953	0,379	0,264	0,015

Tabelle 35: Raumstrukturen und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Raumstrukturen und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw in älteren Generationen über 27 Jahre

	ÖV Autonomie (n=1.608)	ÖV Privatheit (n=1.608)	Fahrrad Erlebnis (n=1.608)	Fahrrad RWR (n=1.608)	Sharing Mobility Erlebnis (n=1.608)	E-Scooter- sharing Autonomie (n=1.608)
Insgesamt	3,33	3,35	3,18	3,82	3,03	3,42
Gemeindegrößen (BIK 1–4):						
Unter 20.000 EW	3,70	3,15	2,86	3,80	2,99	3,38
20.000 bis unter 100.000 EW	3,41	3,31	2,96	3,57	2,80	3,23
100.000 bis unter 500.000 EW	3,37	3,51	3,05	3,75	2,97	3,36
500.000 und mehr EW	3,15	3,49	2,91	3,58	2,77	3,18
F-Value	11,752	3,608	0,772	1,660	3,324	1,861
Signifikanz	0,000	0,013	0,510	0,174	0,019	0,134

Tabelle 36: Raumstrukturen und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw in älteren Generationen über 27 Jahre

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

neuerliche Trends: Während in den älteren Generationen mit dem ÖV verbundene Privatheitsgefühle (ÖV-Privatheit) in den hochverdichteten Gebietskörperschaften noch signifikant negativer bewertet werden als in den weniger dichten Gebietskörperschaften, lösen sich diese Unterschiede in der jungen Gen Z auf; sie bewertet das Thema raumunabhängig negativ. Während in der jungen Gen Z mit dem E-Scooter-Sharing verbundene Autonomiegefühle in den hoch-

verdichteten Gebietskörperschaften signifikant positiver bewertet werden als in den weniger dichten Gebietskörperschaften, gibt es in den älteren Generationen diesen Trend nicht. Diese Entwicklung lässt sich durch zwei Faktoren erklären. Erstens werden E-Scooter-Dienste vorrangig von jüngeren Generationen genutzt. Zweitens sind diese Dienste vor allem in Großstädten mit über 100.000 Einwohnern präsent.

Sozioökonomischer Blick

Ähnlich wie bereits bei den symbolisch-emotionalen Aufladungen des privaten Pkw unterscheiden sich andere Verkehrsmittel entlang sozioökonomischer Merkmale signifikant voneinander (vgl. Tabelle 37 und Tabelle 38). Diese Beobachtungen gelten generationsübergreifend, obgleich Ausprägungen in der Gen Z stärker ausgeprägt sind. Hierbei lässt sich konstatieren, dass symbolisch-emotionale Aufwertungen des öffentlichen Verkehrs mit Blick auf Autonomie- und Privatheitsdimensionen vor allem

von Personen mit niedrigem sozioökonomischen Status vorgenommen werden (formal niedrige Schulbildung, prekäre Einkommenssituation). Alltagsaktivitäten innerhalb dieser sozialen Gruppen werden bevorzugt mit öffentlichen Verkehrsmitteln bewältigt, ohne dass dies als Einschränkung der selbstbestimmten Privatsphäre empfunden wird. Personen mit hohem ökonomischem Status hingegen bewerten die Autonomiepotenziale des ÖPNV deutlich zurückhaltender und be-

vorzugen vermutlich stärker individualisierte Mobilitätsformen.

Bei den hedonistischen und autonomiebezogenen Bewertungsprozessen von Sharing-Angeboten verhält es sich umgekehrt: Hier korreliert vor allem ein höherer ökonomischer Status generationsübergreifend mit einer positiveren Einschätzung dieser Dimensionen. Innerhalb der Gen Z sind diese Unterschiede zwar noch vorhanden, jedoch weniger ausgeprägt als in älteren Generationen.

Auch hedonistische Orientierungen hin zum Fahrrad sowie mobilitätspsychologische Abwertungen der Fahrradnutzung im Zeichen einer Fahrrad-Wetter-Resistenz lassen sich generationsübergreifend entlang sozio-ökonomischer Merkmale signifikant unterscheiden. Hierbei zeigt sich, dass ein hoher sozioökonomischer Status (formal hohe Schulbildung, gute Einkommensverhältnisse) symbolisch-emotionale Erlebnisprojektionen ins Fahrrad begünstigt, obgleich die Unterschiede innerhalb der Gen Z auch hier in der Tendenz nicht so stark ausgeprägt sind, wie in den älteren Generationen.

Sozioökonomien und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

	ÖV Autonomie (n=2005)	ÖV Privatheit (n=2005)	Fahrrad Erlebnis (n=2005)	Fahrrad RWR (n=2005)	Sharing Mobility Erlebnis (n=2005)	E-Scooter- Sharing Autonomie (n=2005)
Insgesamt	3,02	3,38	3,19	3,63	2,50	2,84
Formale Schulbildung:						
Gehe noch zur Schule	2,88	3,40	3,25	3,65	2,48	2,89
Ohne Schulabschluss	2,67	2,91	3,43	3,51	2,50	2,89
Hauptschulabschluss	2,96	3,44	3,32	3,49	2,64	2,92
Mittlere Reife	3,08	3,47	3,26	3,79	2,58	2,81
Abitur/Fachabitur	3,09	3,33	3,16	3,64	2,46	2,84
(Fach-) Hochschulabschluss	3,03	3,37	2,90	3,40	2,37	2,78
F-Value	6,706	2,560	4,545	3,912	4,057	0,809
Signifikanz	0,000	0,026	0,000	0,002	0,001	0,543
Einkommenssituation:						
Lohnempfänger	3,11	3,47	3,16	3,65	2,48	2,79
Kein Lohnempfänger	2,89	3,25	3,24	3,61	2,52	2,92
F-Value	46,854	24,834	2,889	0,617	1,099	8,982
Signifikanz	0,000	0,000	0,089	0,432	0,295	0,003

Tabelle 37: Sozioökonomien und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sozioökonomien und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw in älteren Generationen über 27 Jahre

	ÖV Autonomie (n=1.608)	ÖV Privatheit (n=1.608)	Fahrrad Erlebnis (n=1.608)	Fahrrad RWR (n=1.608)	Sharing Mobility Erlebnis (n=1.608)	E-Scooter- sharing Autonomie (n=1.608)
Insgesamt	3,33	3,35	3,18	3,82	3,03	3,42
Formale Schulbildung:						
Ohne Schulabschluss	2,84	3,00	3,36	3,62	3,19	3,47
Hauptschulabschluss	3,23	3,31	3,45	3,94	3,12	3,40
Mittlere Reife	3,45	3,32	3,16	3,87	3,08	3,56
Abitur/Fachabitur	3,26	3,39	3,07	3,70	2,89	3,27
(Fach-) Hochschulabschluss	3,38	3,44	2,94	3,71	2,95	3,38
F-Value	6,568	1,701	7,791	2,850	3,462	3,607
Signifikanz	0,000	0,147	0,000	0,023	0,008	0,006
Einkommenssituation:						
Lohnempfänger	3,33	3,44	2,97	3,69	2,87	3,25
Kein Lohnempfänger	3,33	3,23	3,45	3,99	3,24	3,65
F-Value	0,020	13,920	51,038	22,383	57,750	53,789
Signifikanz	0,887	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 38: Sozioökonomien und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw in älteren Generationen über 27 Jahre

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sinus-Milieus®

Abschließend lassen sich auch Sinus-Milieus mit Blick auf symbolisch-emotionale Mobilitätsdimensionen jenseits der Pkw-Orientierung signifikant voneinander unterscheiden. Diese Unterschiede sind in den älteren Generationen stärker ausgeprägt als innerhalb der Gen Z (vgl. Tabelle 39 und Tabelle 40). Zudem lassen sich die Unterschiede in den mobilitätspsychologischen Bewertungen hier nicht in dem Maße in sozialen Lagen und Grundorientierungen verorten, wie dies bei den symbolisch-emotionalen Pkw-Orientierungen der Fall ist.

Mit Blick auf eine positive symbolisch-emotionale Bewertung des öffentlichen Verkehrs in den Dimensionen Autonomie und Privat-

heit lassen sich generationsübergreifend vor allem Milieus mit höherem sozialem Status und einer grundsätzlichen Neuorientierung hervorheben, d. h. insbesondere das Postmaterielle Milieu und das Milieu der Performer (vgl. Abbildung 43 und Abbildung 44). Gleichzeitig zeigen aber auch traditionell orientierte Milieus mit niedrigem sozialem Status, wie die traditionelle Mitte, in diesen Bereichen positive Bewertungen. Dies lässt den Schluss zu, dass der ÖPNV in durchaus unterschiedlichen milieuspezifischen Kontexten eine breitere Akzeptanz erfährt, wenn gleich Unterschiede im Gesamtvergleich der sozialen Milieus existieren.

Während sich die hedonistischen Bewertungsprozesse des Fahrrads in den älteren Generationen milieubezogenen signifikant unterscheiden, gibt es die Unterscheidung in den jungen Milieus der Gen Z nicht mehr. Diese treten erst wieder auf, sobald es um die Bewertung des Fahrradfahrens unter Schlechtwetterbedingungen geht. Hierbei zeigen sich vor allem die sozialen Milieus in den unteren und mittleren Schichten weniger kritisch als der Durchschnitt (Konsum-Hedonistisches Milieu, Adaptiv-Pragmatische Mitte, Traditionelles Milieu).

Die sozialen Milieus der Gen Z zeigen signifikante Unterschiede in ihren symbolisch-emotionalen Orientierungen in Bezug auf Sharing-Angebote. Dabei lassen sich die positiven (und auch die negativen) Bewertungen in sehr gegensätzlichen Milieus verorten. Positive hedonistische Bewertungen von

Sharing-Angeboten und die Wertschätzung neuer E-Scooter-Dienste im Hinblick auf Autonomiedimensionen lassen sich insbesondere im Konservativ-Gehobenen Milieu, im Expeditiven Milieu sowie im Konsum-Hedonistischen Milieu beobachten. Diese Milieus unterscheiden sich deutlich in ihren Grundhaltungen und sozialen Lagen, was auf eine milieuspezifisch unterschiedliche Anschlussfähigkeit neuer Mobilitätsformen hinweist. In den älteren Generationen zeigen sich diese Tendenzen noch deutlich stärker ausgeprägt. In diesem Kontext manifestieren sich signifikante milieuspezifische Diskrepanzen in der Bewertung von Sharing-Angeboten. Insbesondere die neuorientierten Milieus, wie das Neo-Ökologische Milieu, zeigen eine eindeutige und positive Haltung gegenüber den symbolisch-emotionalen Bewertungen von Sharing-Angeboten.

Soziale Milieus und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

	ÖV Autonomie (n=2005)	ÖV Privatheit (n=2005)	Fahrrad Erlebnis (n=2005)	Fahrrad RWR (n=2005)	Sharing Mobility Erlebnis (n=2005)	E-Scooter- Sharing Autonomie (n=2005)
Insgesamt	3,02	3,38	3,19	3,63	2,50	2,84
Sinus-Milieus						
Konservativ-Gehobenes Milieu	3,05	3,46	3,29	4,02	2,36	2,66
Postmaterielles Milieu	2,92	3,14	3,13	3,74	2,46	2,97
Milieu der Performer	2,94	3,48	3,04	3,66	2,48	2,78
Expeditives Milieu	3,00	3,44	3,14	3,61	2,36	2,68
Adaptiv-Pragmatische Mitte	3,06	3,25	3,25	3,45	2,60	3,07
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	3,37	3,66	3,30	3,86	2,71	2,99
Traditionelles Milieu	2,98	3,15	3,28	3,49	2,78	3,10
Prekäres Milieu	3,33	3,27	3,41	3,58	2,91	3,09
Konsum-Hedonistisches Milieu	3,03	3,56	3,24	3,30	2,43	2,70
Neo-Ökologisches Milieu	3,00	3,40	3,24	3,74	2,45	2,77
F-Value	4,965	4,598	1,610	4,904	7,376	6,530
Signifikanz	0,000	0,000	0,107	0,000	0,000	0,000

Tabelle 39: Soziale Milieus und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw innerhalb der Gen Z

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Soziale Milieus und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw in älteren Generationen über 27 Jahre

	ÖV Autonomie (n=1.608)	ÖV Privatheit (n=1.608)	Fahrrad Erl. (n=1.608)	Fahrrad RWR (n=1.608)	Sharing Mobility Erlebn. (n=1.608)	E-Scooter-Sharing Auton. (n=1.608)
Insgesamt	3,33	3,35	3,18	3,82	3,03	3,42
Sinus-Milieus						
Konservativ-Gehobenes Mil.	3,32	3,19	3,18	3,82	2,94	3,43
Postmaterielles Milieu	3,26	3,01	2,97	3,83	3,15	3,55
Milieu der Performer	3,18	3,12	3,00	3,71	2,77	3,11
Expeditives Milieu	3,09	3,48	2,89	3,55	2,65	3,04
Adaptiv-Pragmatische Mitte	3,30	3,38	3,24	3,78	2,97	3,43
Nostalgisch-Bürgerliches Mil.	3,70	3,66	3,44	4,12	3,44	3,86
Traditionelles Milieu	3,36	3,07	3,46	4,01	3,31	3,63
Prekäres Milieu	3,50	3,60	3,81	4,26	3,56	3,80
Konsum-Hedonistisches Mil.	3,09	3,69	2,79	3,33	2,61	2,95
Neo-Ökologisches Milieu	3,42	3,28	3,03	3,69	2,82	3,27
F-Value	7,244	8,390	8,522	7,170	19,340	13,275
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 40: Soziale Milieus und symbolisch-emotionale Mobilitätsorientierungen jenseits des Pkw in Generationen über 27 Jahre

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“

Sharing Erlebnis

Soziale Lage

Oberschicht/
Obere Mittelschicht

Mittlere Mittelschicht

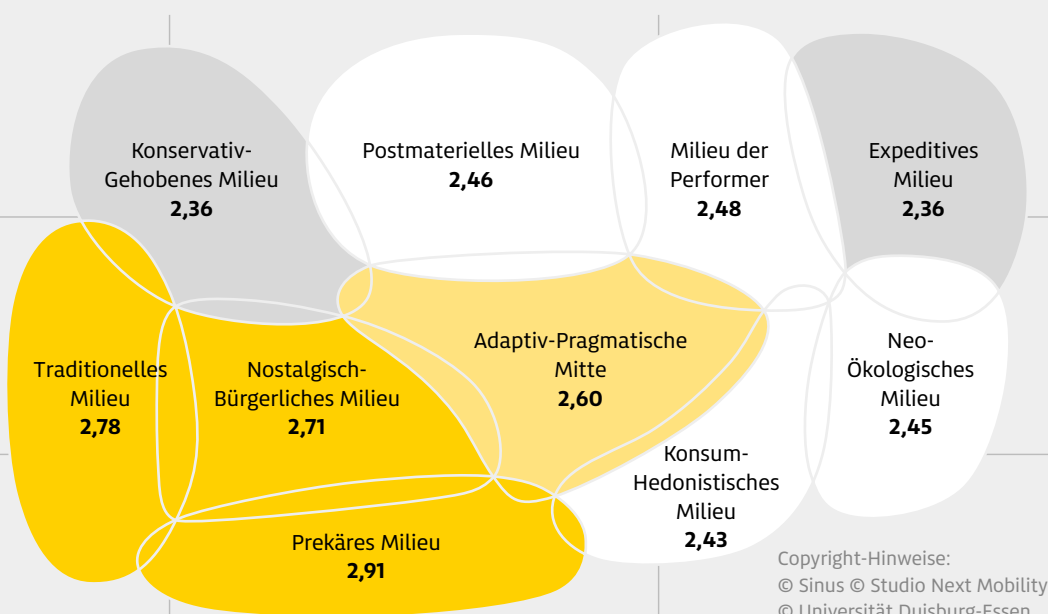
Untere Mittelschicht/
Unterschicht

Grundorientierung ▶

Tradition

Modernisierung

Neuorientierung



Copyright-Hinweise:
© Sinus © Studio Next Mobility
© Universität Duisburg-Essen

Abbildung 43: Soziale Milieus und hedonistische Orientierungen hin zu Sharing Mobility innerhalb der Gen Z

Teilsample; gewichtet | Sample-Durchschnitt: 2,50; F-Value: 7,376; Signifikanz: <0,000 | Quelle: SINUS | Grafik: eigene Darstellung

Stark Überdurchschnittlich

Überdurchschnittlich

Durchschnittlich

Unterdurchschnittlich

Stark Unterdurchschnittlich

E-Scooter-Sharing Autonomie

Soziale Lage

Oberschicht/
Obere Mittelschicht

Mittlere Mittelschicht

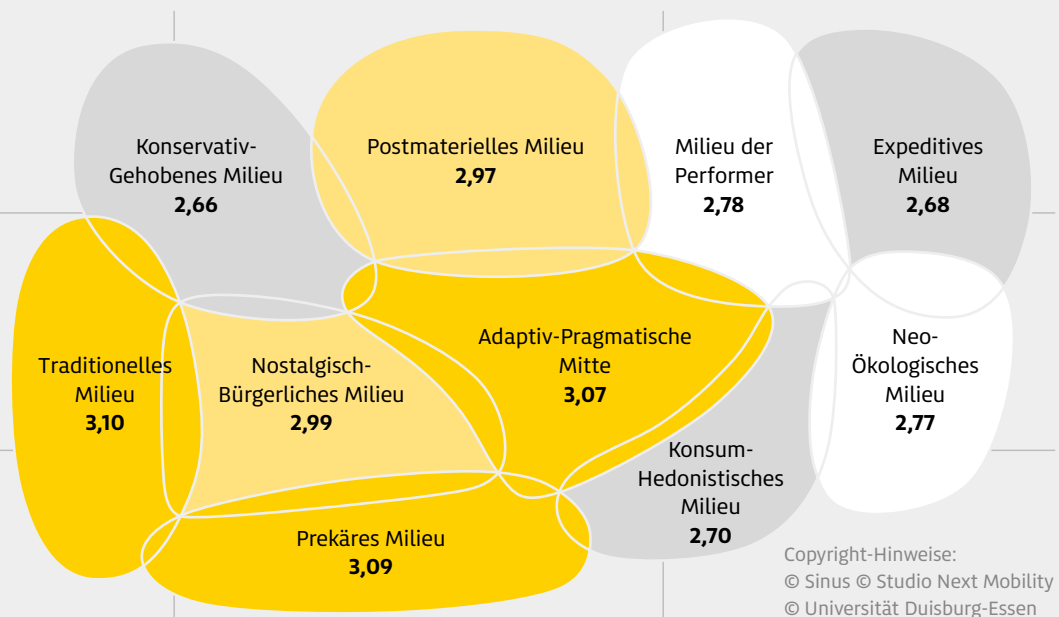
Untere Mittelschicht/
Unterschicht

Grundorientierung ▶

Tradition

Modernisierung

Neuorientierung



Copyright-Hinweise:
© Sinus © Studio Next Mobility
© Universität Duisburg-Essen

Abbildung 44: Soziale Milieus und Autonomieprojektionen auf neues E-Scooter-Sharing innerhalb der Gen Z

Teilsample; gewichtet | Sample-Durchschnitt: 2,84; F-Value: 6,530;
Signifikanz: <0,000 | Quelle: SINUS | Grafik: eigene Darstellung

Stark Überdurchschnittlich
 Überdurchschnittlich
 Durchschnittlich
 Unterdurchschnittlich
 Stark Unterdurchschnittlich

5.5 Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein, aber ohne Dogma

Neben den Konstrukten zu symbolisch-emotionalen Dimensionen der Mobilität wurden vor dem Hintergrund der Relevanz ökologischer Nachhaltigkeit entsprechende Konstrukte im Fragebogen platziert, die sich auf verschiedene psychologische Dimensionen der ökologischen Nachhaltigkeit beziehen.

Die Konstrukte wurden ebenfalls mithilfe der 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt und beziehen in Anlehnung an die theoretischen Ausführungen in Kap. 2.4 Konstrukte zu personellen und sozialen Normen⁷ sowie Dimensionen eines Nachhaltigkeitsbewusstseins⁸ und einer Nachhaltigkeitsskepsis⁹ mit ein.

7 drei Items in Anlehnung an Hunecke et al., 2021 z. B. „Ich fühle mich aufgrund meiner Prinzipien persönlich verpflichtet, auf meinen Wegen im Alltag umweltfreundliche Verkehrsmittel zu benutzen.“ (personelle Norm) oder „Menschen, die mir wichtig sind, meinen, dass ich anstatt des Autos öffentliche Verkehrsmittel nutzen sollte.“ (soziale Norm).

8 zwei Items (z. B. „Das aktuelle Mobilitätsverhalten der Gesellschaft ist schlecht für Klima und Umwelt.“)

9 zwei Items (z. B. „Die Bedeutung von Umwelt- u. Klimaproblemen wird in der Öffentlichk. übertrieben dargestellt.“)

Beziehen sich Mobilitätspsychologien nun also auf eben diese ökologischen Dimensionierungen, so präsentiert sich die Gen Z gegenüber den anderen Generationen erstmal ausgesprochen sensibel für diese Dimensionen (vgl. Tabelle 41). In einer ersten Perspektive zeigt sich, dass sowohl personelle als auch soziale ökologische Normen – also die eigene wie auch die soziale moralische Verpflichtung zu umweltverträglichem Verhalten – in der Alltagsmobilität besonders stark ausgeprägt sind. Diese normativen Antriebe wirken bei der jungen Gen Z (gemeinsam mit der Generation Y) deutlich intensiver als bei den älteren Generationen wie der Generation X und den Babyboomern. Die Unterschiede sind dabei nicht nur statistisch hochsignifikant, sondern auch inhaltlich relevant: So weist die Gen Z eine signifikant unterdurchschnittliche Zustimmung zu Nachhaltigkeits-skepsis auf. Gleichzeitig verfügt sie jedoch über ein überdurchschnittlich ausgeprägtes Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen.

Vor dem Hintergrund der bereits in den Kapiteln 5.2 und 5.3 dargestellten symbolisch-emotionalen Aufladungen verschiedener Verkehrsmittel – insbesondere des privaten Pkw – lässt sich für die Gen Z folgende These formulieren: Es handelt sich um eine Generation mit ausgeprägtem Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein, jedoch ohne großen Dogmatismus. Die Gen Z zeigt ein hohes Maß an Sensibilität für ökologische Fragen, ohne dabei ideologisch zu agieren.

Zur Vertiefung der Mittelwertanalyse werden an dieser Stelle ergänzend Prozentwerte ausgewiesen, um die Verteilung der Antworten innerhalb der Likert-Skala sichtbar zu machen. Dies erlaubt eine genauere Sicht auf die Streuung und Häufigkeit einzelner Antwortkategorien.

Mobilitätsbezogene Nachhaltigkeitssensibilitäten sind innerhalb der Generation Z weit verbreitet. 64,5 Prozent der jungen Menschen weisen ein ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein auf, während dieser Wert bei äl-

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien nach Generationen

	Personelle (ökologische) Norm (n=1999)	Soziale (ökologische) Norm (n=1999)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=1999)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=1999)
Insgesamt	2,86	3,59	2,71	2,58
Altersgruppen:				
Gen Z (16–27 J.)	2,72	3,41	2,81	2,49
Gen Y (28–45 J.)	2,73	3,34	2,66	2,52
Gen X (46–60 J.)	3,01	3,73	2,65	2,70
Boomer (61+ J.)	2,95	3,86	2,78	2,59
F-Value	10,561	22,071	3,644	5,093
Signifikanz	0,000	0,000	0,012	0,002

Tabelle 41: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien nach Generationen

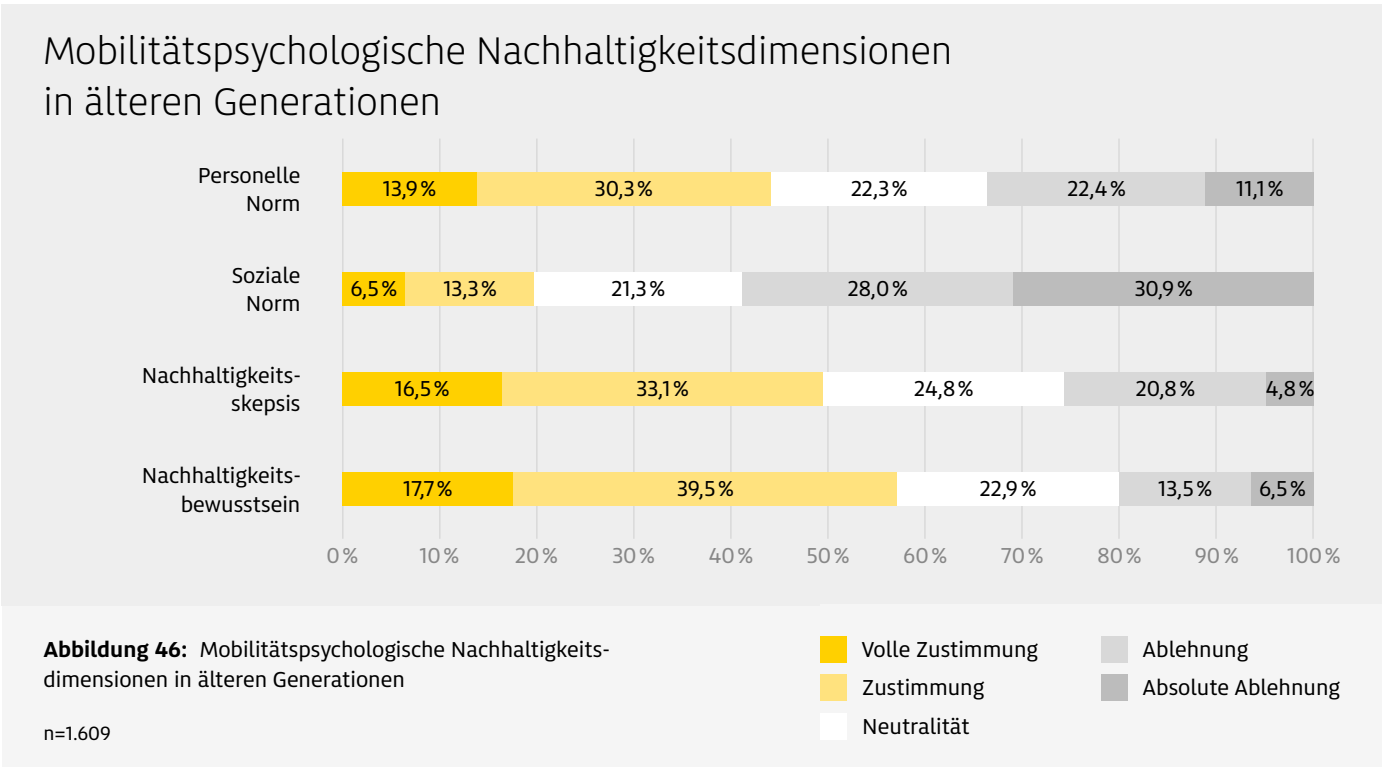
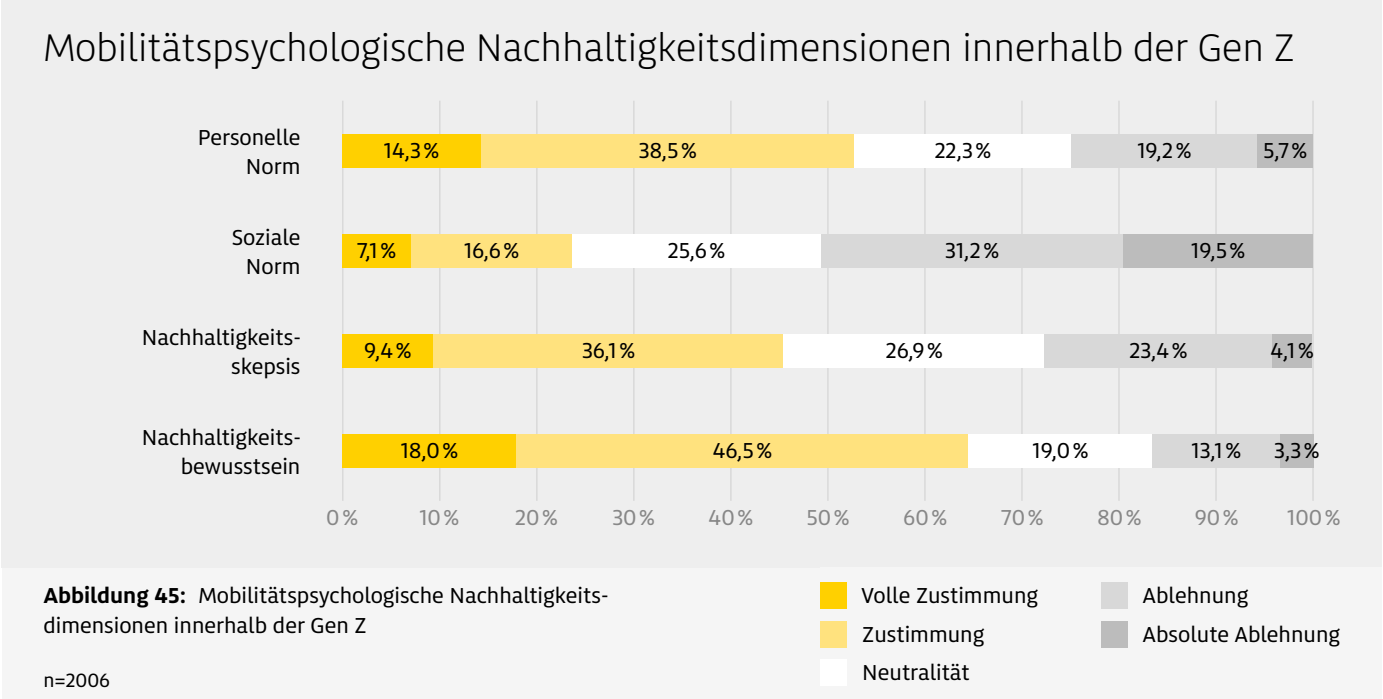
Gesamtsample; gewichtet

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

teren Generationen mit 57,2 Prozent deutlich niedriger ist. Ergänzend zeigt sich ein stark verbreitetes personelles Normempfinden in der Gen Z (52,8 Prozent gegenüber 44,2 Prozent in älteren Kohorten). Gleichzeitig ist die Nachhaltigkeitsskepsis in der jungen Generation deutlich geringer ausgeprägt als bei älteren Generationen, was die insgesamt höhere normative Orientierung und ökolo-

gische Sensibilität der Gen Z unterstreicht. (vgl. Abbildung 45 und Abbildung 46)

Die nachfolgenden Analysen geben Aufschluss über ökologische Dimensionierungen von Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z und in der Gegenüberstellung mit älteren Generationen im Hinblick auf soziodemographische, räumliche, sozioökonomische und auch milieubezogene Kenngrößen.



Soziodemographischer Blick

Ein soziodemographischer Blick auf die ökologischen Dimensionierungen von Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z offenbart differenzierte Muster (vgl. Tabelle 42). Besonders auffällig sind dabei (hoch-)signifikante geschlechterbezogene Unterschiede: Nachhaltigkeitsskepsis ist unter jungen Männern deutlich stärker ausgeprägt als unter jungen Frauen. Umgekehrt lässt sich ein überdurchschnittlich häufiges Nachhaltigkeitsbewusstsein bei jungen Frauen feststellen, das sich sowohl in Einstellungen als auch in konkreten Verhaltenspräferenzen widerspiegelt. Interessanterweise zeigt

sich zugleich, dass das soziale ökologische Normempfinden – also die wahrgenommene Erwartungshaltung von nahestehenden Personen, sich umweltgerecht im Verkehr zu verhalten – bei jungen Männern stärker ausgeprägt ist als bei jungen Frauen. Diese Konstellation weist auf eine komplexe Wechselwirkung zwischen individuellen Überzeugungen und sozialen Einflussfaktoren hin, die innerhalb der Gen Z nicht homogen verlaufen, sondern geschlechtsspezifisch differenziert sind.

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Soziodemographien

	Personelle (ökologische) Norm (n=2.005)	Soziale (ökologische) Norm (n=2.005)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=2.005)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=2.005)
Insgesamt	2,72	3,41	2,81	2,49
Altersgruppen:				
16 bis 18 Jahre	2,77	3,41	2,92	2,52
19 bis 23 Jahre	2,70	3,48	2,87	2,46
24 bis 27 Jahre	2,68	3,34	2,69	2,49
F-Value	1,304	2,2550	15,070	0,738
Signifikanz	0,272	0,078	0,000	0,478
Geschlechtsorientierung:				
Männlich	2,75	3,35	2,71	2,57
Weiblich	2,68	3,49	2,92	2,41
F-Value	2,526	7,012	32,900	15,484
Signifikanz	0,112	0,008	0,000	0,000
Geburtsort der befragten Person:				
In Deutschland	2,74	3,45	2,81	2,49
Nicht in Deutschland	2,55	3,15	2,83	2,47
F-Value	8,198	12,085	0,109	0,142
Signifikanz	0,004	0,001	0,741	0,707

Tabelle 42: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Soziodemographien

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

In einer zweiten Perspektive auf die soziodemographische Ausdifferenzierung innerhalb der Gen Z lassen sich signifikante Unterschiede im ökologischen Normempfinden zwischen in Deutschland geborenen und nicht in Deutschland geborenen Personen feststellen. Besonders auffällig ist dabei, dass sowohl das personelle als auch das soziale ökologische Normempfinden bei den nicht in Deutschland geborenen jungen Menschen stärker ausgeprägt zu sein scheint. Das bedeutet, dass diese Gruppe ein intensiveres

individuelles Pflichtgefühl gegenüber nachhaltigem Verhalten zeigt und zugleich eine stärkere Wahrnehmung sozialer Erwartungen verspürt, sich im Verkehr ökologisch verantwortungsvoll zu verhalten. Diese Befunde verweisen auf die Relevanz migrationsbezogener Hintergründe für die Ausprägung ökologischer Einstellungen und verdeutlichen, dass Nachhaltigkeitsorientierungen innerhalb der Gen Z nicht nur geschlechts-, sondern auch herkunftsbezogen differenziert zu betrachten sind.

Raumstruktureller Blick

Eine weitere Perspektive auf die soziodemographische Ausdifferenzierung innerhalb der Gen Z ergibt sich aus der Betrachtung unterschiedlicher Siedlungstypen im Hinblick auf ökologische Dimensionen von Mobilitätspsychologien (vgl. Tabelle 43 und Tabelle 44). Dabei treten signifikante Unterschiede zutage, die in den älteren Generationen in dieser Form nicht beobachtbar sind.

Insbesondere zwei Konstrukte zeigen ein konsistentes Muster: Das personelle ökologische Normempfinden – also das individuelle

Gefühl der Verpflichtung zu nachhaltigem Verhalten – nimmt mit zunehmender Stadtgröße deutlich zu. Gleichzeitig sinkt die Ausprägung von Nachhaltigkeitsskepsis in größeren urbanen Räumen. Diese Befunde legen nahe, dass urbane Kontexte innerhalb der Gen Z nicht nur das Bewusstsein für ökologische Verantwortung stärken, sondern auch kritische Haltungen gegenüber Nachhaltigkeitsdiskursen abschwächen. Die Stadtgröße (und damit auch das Mobilitätsangebot) wirkt somit als ein relevanter Indikator für

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Siedlungstypen

	Personelle (ökologische) Norm (n=2005)	Soziale (ökologische) Norm (n=2005)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=2005)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=2005)
Insgesamt	2,72	3,41	2,81	2,49
Gemeindegrößen (BIK 1–4):				
Unter 20.000 EW	2,81	3,47	2,66	2,64
20.000 bis unter 100.000 EW	2,86	3,51	2,71	2,53
100.000 bis unter 500.000 EW	2,70	3,39	2,82	2,47
500.000 und mehr EW	2,63	3,33	2,91	2,44
F-Value	5,752	2,190	6,467	2,345
Signifikanz	0,001	0,087	0,000	0,071

Tabelle 43: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Siedlungstypen

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien in älteren Generationen über 27 Jahre nach Siedlungstypen

	Personelle (ökologische) Norm (n=1.608)	Soziale (ökologische) Norm (n=1.608)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=1.608)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=1.608)
Insgesamt	2,90	3,63	2,69	2,61
Gemeindegrößen (BIK 1–4):				
Unter 20.000 EW	2,92	3,55	2,67	2,66
20.000 bis unter 100.000 EW	2,87	3,70	2,63	2,56
100.000 bis unter 500.000 EW	2,90	3,56	2,70	2,59
500.000 und mehr EW	2,78	3,38	2,61	2,55
F-Value	0,951	3,142	0,490	0,322
Signifikanz	0,415	0,025	0,690	0,809

Tabelle 44: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien in älteren Generationen über 27 Jahre nach Siedlungstypen

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

die Ausprägung ökologischer Einstellungen und normativer Orientierungen.

Mögliche Gründe für diesen Trend könnten sein, dass das Wissen zu und über Nachhaltigkeitsproblematiken vermehrt vorausset-

zungsvoll ist. Zugleich sind Orte des Wissens wie z. B. Hochschulen und Universitäten vermehrt in größeren Siedlungsgebieten lokalisiert. Ein Problemfeld, das auch in andere gesellschaftliche Felder hineinwirkt.

Sozioökonomischer Blick

Eine sozioökonomische Perspektive auf die ökologischen Dimensionierungen von Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z offenbart weitere signifikante Unterschiede, die sich zugleich als Ausdruck eines gesamtgesellschaftlichen Trends interpretieren lassen (vgl. Tabelle 45 und Tabelle 46). Besonders deutlich wird, dass sowohl das personelle als auch das soziale ökologische Normempfinden bei Personen mit hoher formaler Bildung überdurchschnittlich stark ausgeprägt ist. Bei Personen mit niedriger formaler Bildung hingegen zeigen sich diese normativen Orientierungen deutlich schwächer.

Ein ähnliches Muster zeigt sich beim Nachhaltigkeitsbewusstsein, das bei formal höher gebildeten jungen Menschen wesentlich häufiger anzutreffen ist. Umgekehrt fällt die Ausprägung von Nachhaltigkeitsskepsis vor allem bei Personen mit niedriger formaler Bildung stärker ins Gewicht. Diese Befunde unterstreichen die Relevanz bildungsbezogener Faktoren für die Herausbildung ökologischer Einstellungen und verdeutlichen, dass Nachhaltigkeitsorientierungen innerhalb der Gen Z stark mit dem sozioökonomischen Hintergrund verknüpft sind.

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Sozioökonomien

	Personelle (ökologische) Norm (n=2005)	Soziale (ökologische) Norm (n=2005)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=2005)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=2005)
Insgesamt	2,72	3,41	2,81	2,49
Formale Schulbildung:				
Gehe noch zur Schule	2,71	3,37	2,97	2,52
Ohne Schulabschluss	2,57	3,65	2,70	2,83
Hauptschulabschluss	2,75	3,27	2,76	2,67
Mittlere Reife	2,82	3,55	2,73	2,54
Abitur/Fachabitur	2,72	3,43	2,81	2,44
(Fach-) Hochschulabschluss	2,48	3,22	2,79	2,29
F-Value	4,265	3,319	3,744	5,633
Signifikanz	0,001	0,005	0,002	0,000
Einkommenssituation:				
Lohnempfänger	2,73	3,41	2,75	2,50
Kein Lohnempfänger	2,70	3,42	2,91	2,48
F-Value	0,337	0,125	18,224	0,341
Signifikanz	0,562	0,723	0,000	0,559

Tabelle 45: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Sozioökonomien

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien in älteren Generationen über 27 Jahre nach Sozioökonomien

	Personelle (ökologische) Norm (n=1.608)	Soziale (ökologische) Norm (n=1.608)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=1.608)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=1.608)
Insgesamt	2,90	3,63	2,69	2,61
Formale Schulbildung:				
Ohne Schulabschluss	2,97	3,38	2,66	2,55
Hauptschulabschluss	2,92	3,61	2,75	2,67
Mittlere Reife	3,03	3,84	2,61	2,69
Abitur/Fachabitur	2,85	3,49	2,70	2,55
(Fach-) Hochschulabschluss	2,67	3,49	2,73	2,44
F-Value	6,171	6,364	1,622	4,024
Signifikanz	0,000	0,000	0,166	0,003
Einkommenssituation:				
Lohnempfänger	2,88	3,53	2,63	2,60
Kein Lohnempfänger	2,92	3,76	2,76	2,61
F-Value	0,467	14,178	7,977	0,013
Signifikanz	0,494	0,000	0,005	0,908

Tabelle 46: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien in älteren Generationen über 27 Jahre nach Sozioökonomien

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sinus-Milieus®

Abschließend lassen sich die ökologischen Dimensionierungen von Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z hochsignifikant nach den Sinus-Milieus ausdifferenzieren, wobei die Unterschiede in den älteren Generationen noch deutlicher sind (vgl. Tabelle 47 und Tabelle 48). Personelle (ökologische) Normen und das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen lassen sich vor allem innerhalb jener jungen Milieus mit Neuorientierungen und Modernisierungsaspirationen verorten (Postmaterielles Milieu, Expeditives Milieu, Neo-Ökologisches Milieu) (vgl. Abbildung 47).

Nachhaltigkeitskepsis lässt sich insbesondere in jenen sozialen Milieus beobachten, die entweder durch traditionellere oder durch modernistisch geprägte Grundhaltungen charakterisiert sind. Gemeint sind dabei vor

allem jene Milieus, die mit einem hohen Maß an individueller Freiheit und Selbstverwirklichung assoziiert werden, insbesondere, wenn diese Freiheit mit dem Gebrauch fossiler Antriebe verknüpft ist. Dazu zählen etwa das Konsum-Hedonistische Milieu, das Nostalgisch-Bürgerliche Milieu sowie das Konservativ-Gehobene Milieu.

Schließlich sei noch auf soziale (ökologische) Normen verwiesen, die am stärksten bei jenen sozialen Milieus zum Ausdruck kommen, die sich auch stark über ihre Rolle in der Gruppe identifizieren (Konsum-Hedonistisches Milieu, Expeditives Milieu, Milieu der Performer). Die ökologischen Einstellungen und normativen Orientierungen in der Mobilitätspsychologie der Gen Z sind also stark milieuspezifisch geprägt.

Nachhaltigkeitsbewusstsein

Soziale Lage

Oberschicht/
Obere Mittelschicht

Mittlere Mittelschicht

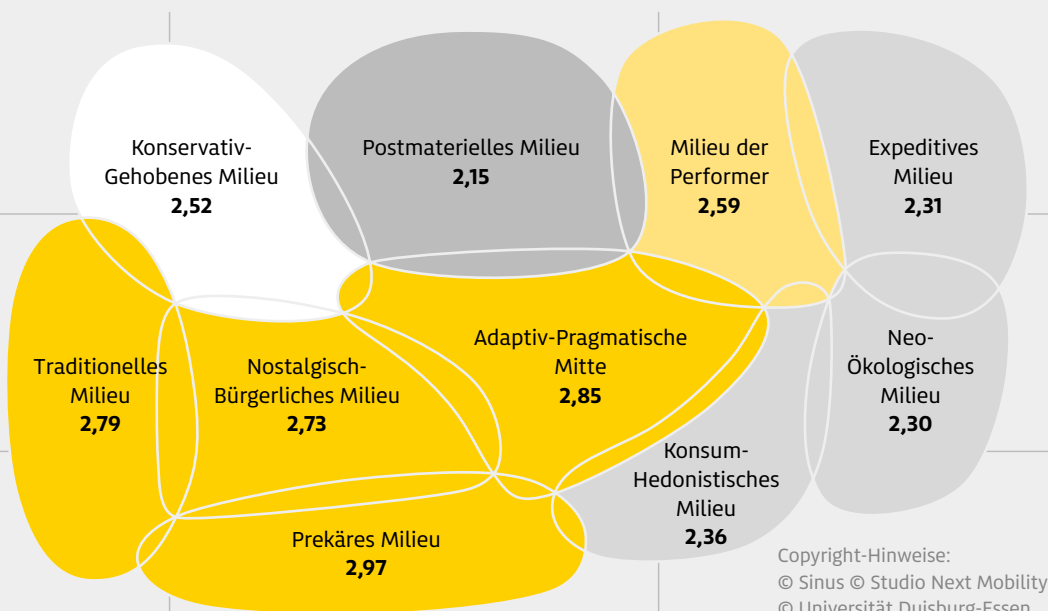
Untere Mittelschicht/
Unterschicht

Grundorientierung ▶

Tradition

Modernisierung

Neuorientierung



Copyright-Hinweise:
© Sinus © Studio Next Mobility
© Universität Duisburg-Essen

Abbildung 47: Soziale Milieus und Nachhaltigkeitsbewusstsein innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre

Teilsample; gewichtet | Sample-Durchschnitt: 2,49; F-Value: 7906;
Signifikanz: <0,000 | Quelle: SINUS | Grafik: eigene Darstellung

■ Stark Überdurchschnittlich
■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich

■ Unterdurchschnittlich
■ Stark Unterdurchschnittlich

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Sinus-Milieus®

	Personelle (ökologische) Norm (n=2005)	Soziale (ökologische) Norm (n=2005)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=2005)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=2005)
Insgesamt	2,72	3,41	2,81	2,49
Sinus-Milieus				
Konservativ-Gehobenes Milieu	2,80	3,57	2,62	2,52
Postmaterielles Milieu	2,41	3,47	3,24	2,15
Milieu der Performer	2,69	3,32	2,80	2,59
Expeditives Milieu	2,60	3,19	2,70	2,31
Adaptiv-Pragmatische Mitte	2,90	3,40	2,74	2,85
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	3,28	3,92	2,59	2,73
Traditionelles Milieu	2,86	3,52	2,93	2,79
Prekäres Milieu	2,96	3,59	2,87	2,97
Konsum-Hedonistisches Milieu	2,66	3,19	2,58	2,36
Neo-Ökologisches Milieu	2,67	3,65	2,97	2,30
F-Value	9,413	6,198	12,711	19,206
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 47: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien innerhalb der Gen Z nach Sinus-Milieus

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien in älteren Generationen über 27 Jahre nach Sinus-Milieus®

	Personelle (ökologische) Norm (n=1.608)	Soziale (ökologische) Norm (n=1.608)	Nachhaltigkeits- skepsis (n=1.608)	Nachhaltigkeits- bewusstsein (n=1.608)
Insgesamt	2,90	3,63	2,69	2,61
Sinus-Milieus				
Konservativ-Gehobenes Milieu	2,58	3,65	2,89	2,30
Postmaterielles Milieu	2,52	3,75	3,42	2,03
Milieu der Performer	2,77	3,42	2,75	2,58
Expeditives Milieu	2,73	3,18	2,55	2,45
Adaptiv-Pragmatische Mitte	3,12	3,59	2,45	2,90
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	3,49	4,22	2,22	2,99
Traditionelles Milieu	2,96	3,72	2,76	2,75
Prekäres Milieu	3,59	4,13	2,51	3,16
Konsum-Hedonistisches Milieu	2,50	2,87	2,47	2,47
Neo-Ökologisches Milieu	2,59	3,55	2,79	2,48
F-Value	27,317	18,503	25,312	24,197
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 48: Ökologische dimensionierte Mobilitätspsychologien in älteren Generationen über 27 Jahre nach Sinus-Milieus

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

5.6 Offenheit für Neues

Gen Z Towards Next Future Mobilities

Schließlich erfolgte vor dem Hintergrund der Diskussion um Transformationsprozesse die Integration von Item-Konstrukten, die sich auf psychologische Bewertungsprozesse zukünftiger Mobilitätsformen beziehen. Die mentale Multioptionalität setzt sich aus drei Items zusammen (z. B. „Für mich ist es wichtig, mehrere Verkehrsmittel zur Auswahl zu haben“), die IKT-Affinitäten (z. B. „Ich probiere gerne neue Apps und digitale Dienste aus“) und die IKT-Skepsis (z. B. „Mir ist es zu stressig immer und überall mit meinem Smartphone erreichbar zu sein“) werden aus zwei Items gebildet. Ebenfalls zwei Items bilden mögliche Sympathiebekundungen für Entwicklungen hin zu autonomen Verkehrsmitteln ab (z. B. „Autonom fahrende Busse im ÖPNV könnte ich mir gut vorstellen“).

Beziehen sich die abgefragten Mobilitätspsychologien nun abschließend auf zukünftige Mobilitäten, etwa im Zeichen von Smart Mobilities und Mobility as a Service (MaaS), so stellt sich die junge Gen Z als hochgradig offen gegenüber diversen zugrundeliegenden

zukunftsgerichteten Strukturmomenten und Entwicklungen dar (vgl. Tabelle 49). Innerhalb der Gen Z zeigt sich eine besonders ausgeprägte mentale Multioptionalität – also die Offenheit gegenüber der flexiblen Nutzung verschiedener Verkehrsmittel – in Kombination mit einer hohen Affinität zu modernen Informations- und Kommunikationstechnologien. Gleichzeitig ist eine deutliche Ablehnung gegenüber Skepsis an digitalen Entwicklungen sowie eine überdurchschnittliche Zustimmung zu Innovationen im Bereich autonomer Verkehrsmittel festzustellen. Im Vergleich zu älteren Generationen sind diese Merkmale innerhalb der Gen Z hochgradig stark ausgeprägt. Die Unterschiede erweisen sich bei allen Konstrukten als hochsignifikant.

Über den Blick auf die Gen Z hinaus lässt sich sogar ein Generationeneffekt feststellen. Das Muster gemäß der Offenheit gegenüber den zukunftsgerichteten Strukturmomenten und Entwicklungen lautet: Mit jeder jünger werdenden Generation nimmt die Offenheit

Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten nach Generationen

	Mentale Multioptionalität (n=1999)	IKT-Affinität (n=1999)	IKT-Skepsis (n=1999)	Sympathien Autonome Verkehrsmittel (n=1999)
Insgesamt	2,80	2,77	2,75	3,15
Generationen:				
Gen Z (16–27 J.)	2,56	2,28	2,99	2,87
Gen Y (28–45 J.)	2,62	2,49	2,74	2,98
Gen X (46–60 J.)	2,93	2,84	2,80	3,29
Boomer (61+ J.)	3,05	3,40	2,55	3,40
F-Value	31,967	105,261	15,570	28,806
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 49: Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten nach Generationen

Gesamtsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

gegen den Next (Potential) Future Mobilities zu und die Skepsis ab. Dies lässt auf eine technikaffine, zukunftsorientierte Mobilitätsmentalität innerhalb der Gen Z schließen.

Im Spiegel der Diskussion um Transformationsprozesse im Zeichen einer Verkehrs- und Mobilitätswende lässt sich für die Gen Z die These aufstellen, dass es sich hierbei

um eine Generation mit der größten Offenheit gegenüber Veränderungen handelt. Die nachfolgenden Analysen geben Aufschluss über Ausdifferenzierungen bei der Offenheit gegenüber Future Mobilities innerhalb der Gen Z und im Vergleich mit älteren Generationen in Bezug auf soziodemographische, räumliche, sozioökonomische und auch milieubezogene Kenngrößen.

Soziodemographischer Blick

Die Einnahme eines soziodemographischen Blicks auf Offenheit für neue Formen der Alltagsmobilität verdeutlicht, dass sich die junge Gen Z (fast) homogen präsentiert (vgl. Tabelle 50). Das betrifft zunächst eine Ausdifferenzierung der Generationen in Altersgruppen, die keine signifikanten Unterschiede erkennen lassen. Eine ähnliche Beobachtung gilt in der Tendenz auch

für junge Menschen, die in Deutschland und nicht in Deutschland geboren wurden, wenn gleich sich weitere mental multioptionaler präsentieren.

Eine stärkere Unterscheidung lässt sich im Hinblick auf geschlechterbezogene Ausdifferenzierungen der Gen Z feststellen. So weisen junge Männer eine signifikant stärker-

Soziodemographien und Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten innerhalb der Gen Z

	Mentale Multioptionalität (n=2005)	IKT-Affinität (n=2005)	IKT-Skepsis (n=2005)	Sympathien Autonome Verkehrsmittel (n=2005)
Insgesamt	2,56	2,28	2,99	2,87
Altersgruppen:				
16 bis 18 Jahre	2,54	2,27	3,05	2,84
19 bis 23 Jahre	2,51	2,26	3,00	2,89
24 bis 27 Jahre	2,60	2,32	2,95	2,89
F-Value	2,116	1,332	2,200	0,631
Signifikanz	0,121	0,264	0,111	0,532
Geschlechtsorientierung:				
Männlich	2,50	2,34	2,87	2,82
Weiblich	2,61	2,22	3,12	2,93
F-Value	10,819	10,655	42,883	9,299
Signifikanz	0,001	0,001	0,000	0,002
Geburtsort der befragten Person:				
In Deutschland	2,57	2,30	2,99	2,88
Nicht in Deutschland	2,44	2,19	3,03	2,86
F-Value	5,452	3,284	0,465	0,056
Signifikanz	0,020	0,070	0,496	0,812

Tabelle 50: Soziodemographien und Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

re mentale Multioptionalität auf – also eine größere Offenheit gegenüber der flexiblen Nutzung verschiedener Verkehrsmittel. Zudem äußern sie häufiger Sympathien gegenüber autonomen Verkehrsmitteln. Frauen innerhalb der Gen Z haben demgegenüber eine höhere Affinität gegenüber der Nutzung

neuer Informations- und Kommunikationstechnologien und geben sich hier weniger skeptisch etwa gegenüber Datenschutzaspekten, was eine zentrale Voraussetzung für die Partizipation an Smart-Mobility-Konzeptionen ist (Durand et al., 2024).

Raumstruktureller Blick

Ein Blick auf die Offenheit für neue Formen der Alltagsmobilität nach siedlungsstrukturellen Merkmalen verdeutlicht, dass sich auch hier die junge Gen Z (fast) homogen präsentiert. Dies gilt auch für die älteren Generationen (vgl. Tabelle 51 und Tabelle 52). Generationsübergreifend lässt sich eine signifikante Differenzierung der mentalen Multioptionalität in Abhängigkeit vom Siedlungstyp feststellen. Die Offenheit gegenüber der flexiblen Nutzung unterschied-

licher Verkehrsmitteloptionen steigt mit der Einwohnerzahl des jeweiligen Lebensraums. Insbesondere in urbanen Räumen mit hoher Bevölkerungsdichte zeigt sich eine deutlich stärkere Bereitschaft, verschiedene Mobilitätsformen zu kombinieren – ein Muster, das in ländlicheren Regionen deutlich weniger ausgeprägt ist. Dies entspricht der Erwartung, wonach in eben jenen Räumen der Rückgriff auf multiple Optionen materiell besser möglich ist.

Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten innerhalb der Gen Z, ausdifferenziert nach Siedlungstypen

	Mentale Multioptionalität (n=2005)	IKT-Affinität (n=2005)	IKT-Skepsis (n=2005)	Sympathien Autonome Verkehrsmittel (n=2005)
Insgesamt	2,56	2,28	2,99	2,87
Gemeindegrößen (BIK 1–4):				
Unter 20.000 EW	2,61	2,29	2,83	2,75
20.000 bis unter 100.000 EW	2,65	2,31	2,96	2,92
100.000 bis unter 500.000 EW	2,53	2,30	3,02	2,89
500.000 und mehr EW	2,50	2,25	2,98	2,86
F-Value	3,420	0,636	1,856	1,443
Signifikanz	0,017	0,592	0,135	0,228

Tabelle 51: Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre, ausdifferenziert nach Siedlungstypen

Teilsample; gewichtet | Die BIK-Kategorisierung geht auf das Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH“ zurück und schließt jene Gemeinden ein, deren Pendlerpriorität auf eine gemeinsame Kernstadt gerichtet ist. | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten in älteren Generationen über 27 Jahre, ausdifferenziert nach Siedlungstypen

	Mentale Multioptionalität (n=1.608)	IKT-Affinität (n=1.608)	IKT-Skepsis (n=1.608)	Sympathien autonome Verkehrsmittel (n=1.608)
Insgesamt	2,86	2,89	2,70	3,21
Gemeindegrößen (BIK 1–4):				
Unter 20.000 EW	2,92	2,64	2,77	3,24
20.000 bis unter 100.000 EW	2,72	2,65	2,83	3,10
100.000 bis unter 500.000 EW	2,85	2,75	2,72	3,13
500.000 und mehr EW	2,66	2,61	2,70	3,07
F-Value	3,161	0,885	0,927	0,774
Signifikanz	0,024	0,448	0,427	0,508

Tabelle 52: Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten in älteren Generationen über 27 Jahre, ausdifferenziert nach Siedlungstypen

Teilsample; nicht-gewichtet | Die BIK-Kategorisierung geht auf das Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH“ zurück und schließt jene Gemeinden ein, deren Pendlerpriorität auf eine gemeinsame Kernstadt gerichtet ist. | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Sozioökonomischer Blick

Beim ausdifferenzierten Blick auf Offenheit für verschiedene neue Varianten der Alltagsmobilität nach sozioökonomischen Kenngrößen zeigt sich, dass innerhalb der jungen Gen Z eine geringere Variabilität als bei den älteren Generationen vorherrscht (vgl.

Tabelle 53 und Tabelle 54). So sind es mit Blick auf die älteren Generationen vor allem die sozioökonomisch privilegierten Gruppen in festen Beschäftigungsstrukturen, die sich gegenüber den verschiedenen Varianten zukünftiger Mobilität offen zeigen.

Sinus-Milieus®

Etwas deutlicher lässt sich Offenheit für verschiedene neue Varianten der Alltagsmobilität nach den Sinus-Milieus ausdifferenzieren, obgleich die älteren Generationen deutlich stärkere milieubezogene Unterschiede aufweisen als die junge Gen Z (vgl. Tabelle 55 und Tabelle 56). Auffällig ist, dass sich zunächst vor allem jene sozialen Milieus gegenüber der mentalen Multioptionalität öffnen, die zuvor schon eine geringe symbo-

lisch-emotionale Pkw-Orientierung bekundet haben (Milieu der Performer, Expeditives Milieu, Konsum-Materialistisches Milieu).

Eine hohe IKT-Affinität zeigt sich des Weiteren weniger ausdifferenziert nach den sozialen Lagen der Sinus-Milieus als viel mehr im Hinblick auf Grundwerte, die in Richtung Modernisierung und Neuorientierung tendieren (Expeditives Milieu, Neo-Öko-

Offenheit gegenüber möglichen zukünft. Mobilitäten innerhalb der Gen Z

	Mentale Multioptionalität (n=2005)	IKT-Affinität (n=2005)	IKT-Skepsis (n=2005)	Symp. autonome Verkehrsmittel (n=2005)
Insgesamt	2,56	2,28	2,99	2,87
Formale Schulbildung:				
Gehe noch zur Schule	2,57	2,34	3,07	2,93
Ohne Schulabschluss	2,48	2,29	3,02	3,05
Hauptschulabschluss	2,55	2,33	2,86	2,96
Mittlere Reife	2,64	2,24	3,00	2,86
Abitur/Fachabitur	2,55	2,31	3,02	2,83
(Fach-) Hochschulabschluss	2,42	2,16	2,85	2,86
F-Value	2,622	1,862	2,619	1,548
Signifikanz	0,023	0,098	0,023	0,172
Einkommenssituation:				
Lohnempfänger	2,56	2,28	2,94	2,84
Kein Lohnempfänger	2,55	2,30	3,06	2,93
F-Value	0,275	0,246	8,984	6,383
Signifikanz	0,600	0,620	0,003	0,012

Tabelle 53: Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre, ausdifferenziert nach sozioökonomischen Kenngrößen

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Offenheit gegenüber mögl. zukünft. Mobilitäten in Generationen über 27 J.

	Mentale Multioptionalität (n=1.608)	IKT-Affinität (n=1.608)	IKT-Skepsis (n=1.608)	Symp. autonome Verkehrsmittel (n=1.608)
Insgesamt	2,86	2,89	2,70	3,21
Formale Schulbildung:				
Ohne Schulabschluss	2,60	2,82	2,65	2,86
Hauptschulabschluss	2,90	3,00	2,76	3,29
Mittlere Reife	2,93	2,96	2,74	3,29
Abitur/Fachabitur	2,79	2,76	2,63	3,14
(Fach-) Hochschulabschluss	2,78	2,73	2,64	3,08
F-Value	2,676	4,300	1,352	3,956
Signifikanz	0,030	0,002	0,249	0,003
Einkommenssituation:				
Lohnempfänger	2,77	2,64	2,76	3,10
Kein Lohnempfänger	2,97	3,19	2,63	3,35
F-Value	17,717	101,868	8,195	21,187
Signifikanz	0,000	0,000	0,004	0,000

Tabelle 54: Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten in älteren Generationen über 27 Jahren, ausdifferenziert nach sozioökonomischen Kenngrößen

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

logisches Milieu). Demgegenüber finden wir eine höhere IKT-Skepsis vor allem in jenen sozialen Milieus mit traditionellen Grundhaltungen, obgleich dieser Trend vor allem für die älteren Generationen Gültigkeit hat und sich innerhalb der jungen Gen Z nicht mehr wiederfindet (Nostalgisch-Bürgerliches Milieu, Konservativ-Gehobenes Milieu).

Ein gleicher Trend lässt sich mit Blick auf Sympathiebekenntnisse zu autonomen Verkehrsmitteln konstatieren. Während es innerhalb der Gen Z keine milieubezogenen Ausdifferenzierungen gibt, unterscheiden sich die älteren Generationen an dieser Stelle hochsignifikant mit Blick auf spezifische Milieuzugehörigkeiten. Auch hier sind es vor allem die Sinus-Milieus, die einerseits auf Neuorientierung ausgerichtet sind, andererseits aber auch das Konsum-Materialistische

Milieu, das hier eine überdurchschnittlich höhere Offenheit gegenüber dieser Entwicklung zeigt.

Die Offenheit gegenüber neuen Formen der Alltagsmobilität, digitalen Technologien und autonomen Verkehrsmitteln ist innerhalb der Gen Z zwar insgesamt hoch, zeigt jedoch nur geringe milieubezogene Differenzierungen – im Gegensatz zu den älteren Generationen, bei denen sich technologische und mobilitätsbezogene Einstellungen deutlich stärker entlang sozialer Milieuzugehörigkeiten ausprägen. Dies deutet auf eine zunehmende Entkopplung von Grundwerten und Mobilitätsinnovationen innerhalb der jungen Generation hin, während bei älteren Kohorten traditionelle Werthaltungen weiterhin einen prägenden Einfluss auf die Akzeptanz neuer Mobilitätsformen ausüben.

Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten innerhalb der Gen Z, ausdifferenziert nach Sinus-Milieus®

	Mentale Multioptionalität (n=2005)	IKT-Affinität (n=2005)	IKT-Skepsis (n=2005)	Sympathien autonome Verkehrsmittel (n=2005)
Insgesamt	2,56	2,28	2,99	2,87
Sinus-Milieus				
Konservativ-Gehobenes Milieu	2,42	2,23	2,99	2,92
Postmaterielles Milieu	2,54	2,16	2,98	2,82
Milieu der Performer	2,48	2,31	3,02	2,76
Expeditives Milieu	2,42	2,13	2,97	2,88
Adaptiv-Pragmatische Mitte	2,73	2,51	2,91	2,89
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	2,88	2,41	3,00	3,13
Traditionelles Milieu	2,63	2,52	3,08	2,98
Prekäres Milieu	3,03	2,49	2,96	2,96
Konsum-Hedonistisches Milieu	2,44	2,26	2,98	2,91
Neo-Ökologisches Milieu	2,55	2,21	3,07	2,84
F-Value	9,466	6,693	0,631	2,176
Signifikanz	0,000	0,021	0,771	0,772

Tabelle 55: Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten innerhalb der Gen Z, 16 bis 27 Jahre, ausdifferenziert nach Sinus-Milieus

Teilsample; gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten in älteren Generationen über 27 Jahren, ausdifferenziert nach Sinus-Milieus®

	Mentale Multioptionalität (n=1.608)	IKT-Affinität (n=1.608)	IKT-Skepsis (n=1.608)	Symp. autonome Verkehrsmittel (n=1.608)
Insgesamt	2,86	2,89	2,70	3,21
Sinus-Milieus				
Konservativ-Gehobenes Milieu	2,79	2,88	2,65	3,13
Postmaterielles Milieu	2,92	3,01	2,76	2,97
Milieu der Performer	2,61	2,58	2,78	2,93
Expeditives Milieu	2,56	2,38	2,67	3,02
Adaptiv-Pragmatische Mitte	2,94	2,76	2,82	3,14
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	3,20	3,37	2,46	3,74
Traditionelles Milieu	3,16	3,39	2,80	3,39
Prekäres Milieu	3,15	3,38	2,65	3,57
Konsum-Hedonistisches Milieu	2,43	2,38	2,65	3,05
Neo-Ökologisches Milieu	2,72	2,57	2,89	3,13
F-Value	12,695	21,558	2,789	12,368
Signifikanz	0,000	0,000	0,003	0,000

Tabelle 56: Offenheit gegenüber möglichen zukünftigen Mobilitäten in älteren Generationen über 27 Jahren, ausdifferenziert nach Sinus-Milieus

Teilsample; nicht-gewichtet | Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Verkehrsmittelnutzende

Um ein besseres Verständnis davon zu gewinnen, warum junge Menschen bestimmte Verkehrsmittel nutzen, wurden die Einstellungen der Nutzungsgruppen verschiedener Verkehrsmittel analysiert. Dazu wurden Mittelwerte mehrerer Einstellungsvariablen berechnet und zwischen den Gruppen verglichen. Die signifikanten Unterschiede zeigen, dass Einstellungen – etwa zu Umweltaspekten, Flexibilität oder sozialer Wahrnehmung – eng mit der Wahl des genutzten Verkehrsmittels verknüpft sind. Die Ergebnisse liefern somit wichtige Hinweise darauf, welche subjektiven Faktoren die Verkehrsmittelwahl der Gen Z mitprägen.

Die Analysen zeigen konsistente und signifikante Unterschiede in einstellungsbezogenen

Merkmale zwischen den Nutzungsgruppen verschiedener Verkehrsmittel – sowohl im Kontext des Arbeits- bzw. Ausbildungswegs (vgl. Tabelle 57) als auch in der Freizeitmobilität (vgl. Tabelle 58).

MIV-Fahrende weisen über beide Kontexte hinweg ein ausgeprägt autonomes und symbolisch-positives Verhältnis zum Auto auf. Sie zeigen eine stärkere symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung als alle anderen Gruppen. Gleichzeitig ist ihre mentale Multioptionalität geringer, ebenso wie das Nachhaltigkeitsbewusstsein, während die Nachhaltigkeits-skepsis vergleichsweise hoch ist.

ÖPNV-Nutzende zeigen ein deutlich höheres Autonomiegefühl im ÖPNV und ein insge-

samt höheres Nachhaltigkeitsbewusstsein. Besonders im Freizeitkontext fällt zudem ihre höhere IKT-Affinität auf – ein möglicher Hinweis auf digitale Anschlussfähigkeit im Kontext multimodaler Mobilität.

Fahrrad- und E-Bike-Fahrende zeichnen sich durch ein besonders starkes Fahrrad-Erlebnisgefühl sowie ein hohes Maß an mentaler Multioptionalität aus. Gleichzeitig zeigen sie – im Freizeitkontext – größere IKT-Antipathien im Vergleich zu anderen Gruppen. E-Scooter-/E-Tretroller-Fahrende empfinden ein stärkeres Autonomiegefühl im Sharing-Kontext.

MIV-Mitfahrende und Zufußgehende liegen in vielen Einstellungsdimensionen im mittleren Bereich, zeigen aber teils niedrigere

personelle Normen in Bezug auf nachhaltige Mobilität – besonders MIV-Mitfahrende im Freizeitkontext.

Nutzerinnen und Nutzer sogenannter „sonstiger“ Verkehrsmittel zeigen teils geringere Erlebnis- und Autonomiegefühle, was möglicherweise mit einer unspezifischen oder opportunistischen Verkehrsmittelwahl zusammenhängt.

Diese Ergebnisse machen deutlich, dass Einstellungen zur Mobilität nicht nur das tatsächliche Verhalten spiegeln, sondern auch unterschiedliche Mobilitätskulturen und -motive sichtbar machen. Unterschiede zwischen den Kontexten (Pflicht- vs. Freizeitmobilität) treten auf, bestätigen aber in vielen Fällen die Grundmuster.

Einstellungen nach Hauptverkehrsmittel auf Arbeits- oder Ausbildungswegen in der Gen Z

Hauptverkehrsmittel	Symbolisch-emotionale- Pkw-Orientierung (Welch-F(7, 143,114)=22,452)	ÖV-Autonomie (Welch-F(7, 140,962)=40,966)	Sharing-Mobility-Erlebnis (Welch-F(7, 139,8)=2,705)	Fahrrad Erlebnis (Welch-F(7, 141,969)=11,629)	E-Scooter-Sharing-Autonomie (Welch-F(7, 143,561)=5,145)	Personelle (ökologische) Norm (F(8, 1828)=6,292)	Nachhaltigkeitsskepsis (F(8, 1828)=4,47)	Nachhaltigkeitsbewusstsein (Welch-F(7, 142,306)=3,155)	Mentale Multioptionalität (Welch-F(7, 141,402)=8,309)	IKT-Skepsis (F(8, 1828)=2,533)
Fernverkehr (n=97)	2,54	2,86	2,36	3,04	2,85	2,54	2,86	2,52	2,41	2,97
ÖPNV (n=825)	2,48	2,8	2,46	3,23	2,8	2,62	2,89	2,38	2,43	3,05
IV-Fahrt (n=552)	2,03	3,42	2,51	3,21	2,9	2,85	2,67	2,56	2,72	2,90
MIV-Mitfahrt (n=81)	2,38	3,09	2,63	3,31	2,94	2,78	2,89	2,63	2,55	3,06
Fahrrad/E-Bike (n=129)	2,57	2,92	2,37	2,49	2,77	2,45	2,85	2,56	2,48	2,81
E-Scooter/E-Tretroller (n=26)	2,48	2,88	2,31	3,47	2,12	2,74	2,93	2,7	2,40	3,12
zu Fuß (n=130)	2,53	3,01	2,65	3,39	3,04	2,95	2,87	2,56	2,68	2,95
Signifikanz	0,000	0,000	0,120	0,000	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,140

Tabelle 57: Einstellungen nach Hauptverkehrsmittel-Nutzungsgruppe auf dem Arbeits- oder Ausbildungsweg in der Gen Z

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

Einstellungen nach Hauptverkehrsmittel in der Freizeit (Gen Z)

Hauptverkehrsmittel	Symbolisch-emotionale- Pkw-Orientierung (F(7, 1998)=32,242)	ÖV-Autonomie (Welch-F(7, 149,682)=42,663)	Sharing-Mobility-Erlebnis (Welch-F(7, 148,974)=4,267)	Fahrrad-Erlebnis (Welch-F(7, 150,627)=12,834)	E-Scooter-Sharing-Autonomie (F(7, 1998)=5,497)	Personelle (ökologische) Norm (F(7, 1998)=7,625)	Nachhaltigkeitskepsis (F(7, 1998)=7,625)	Nachhaltigkeitsbewusstsein (F(7, 1998)= 5,24)	Mentale Multioptionalität (Welch-F(7, 148,987)=10,584)	IKT-Affinität (F(7, 1998)= 7,084)	IKT-Skepsis (F(7, 1998)= 3,762)
Fernverkehr (n=102)	2,54	2,9	2,35	3,2	2,8	2,5	2,8	2,42	2,32	2,25	3,05
ÖPNV (n=811)	2,47	2,76	2,43	3,29	2,78	2,62	2,91	2,37	2,44	2,16	3,05
MIV-Fahrt (n=579)	1,99	3,42	2,51	3,22	2,88	2,87	2,69	2,57	2,76	2,34	2,94
MIV-Mitfahrt (n=93)	2,43	3,23	2,75	3,43	3,14	3,12	2,81	2,73	2,69	2,38	3,08
Fahrrad/E-Bike (n=176)	2,57	2,99	2,57	2,53	2,83	2,65	2,75	2,51	2,47	2,46	2,73
E-Scooter/E-Tretroller (n=49)	2,82	2,78	2,43	3,12	2,28	2,78	2,81	2,77	2,54	2,3	3,15
zu Fuß (n=184)	2,59	2,98	2,61	3,16	2,98	2,61	2,83	2,55	2,58	2,43	3,04
Signifikanz	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Tabelle 58: Einstellungen nach Hauptverkehrsmittel-Nutzungsgruppe auf Freizeitwegen in der Gen Z

Lesehilfe: Grundlage des Mittelwertvergleichs sind Konstrukte, die über eine 5-Punkt-Likert-Skala abgefragt wurden, wobei der Wert „1“ der „vollen Zustimmung“ entspricht, Wert „3“ einer „Unentschiedenheit“ und der Wert „5“ einer „vollen Ablehnung“.

5.7 Prädiktoren einer autobasierten Multimodalität

Die logistische Regressionsanalyse untersucht die Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit, dass junge Menschen einen autobasierten multimodalen Mobilitätsstil verfolgen – also das Auto in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln nutzen. Mit Hilfe des Modells wird analysiert, welche Prädiktoren die Wahrscheinlichkeit erhöhen oder verringern, dass Jugendliche ein solches Mobilitätsverhalten zeigen. Dabei wurden sowohl soziodemographische Merkmale,

Mobilitätsoptionen, Raumvariablen, Milieugehörigkeiten als auch normative und einstellungsbezogene Faktoren als potenzielle Einflussgrößen berücksichtigt. Die abhängige Variable ist dichotom (ja/nein). Das Modell erklärt etwa 30 Prozent der Varianz der abhängigen Variable (Nagelkerke $R^2 = 0,304$) und weist eine gute Modellanpassung auf, wie der Hosmer-Lemeshow-Test ($p = 0,380$) zeigt. (vgl. Tabelle 59)

Mit steigendem Alter nimmt die Wahrscheinlichkeit autobasierter Multimodalität deutlich zu. Personen im Alter von 19 bis 23 Jahren haben eine um etwa 49 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit gegenüber den 16- bis 18-Jährigen. Für die 24- bis 27-Jährigen ist die Wahrscheinlichkeit sogar um 79 Prozent erhöht. Dies spricht für eine zunehmende Integration des Autos in das Mobilitätsverhalten mit fortschreitender Selbstständigkeit und Lebensmobilität.

Der Bildungsstand zeigt einen starken, positiv gerichteten Zusammenhang mit autobasierter Multimodalität. Bei Personen mit Realschulabschluss ist die Wahrscheinlichkeit fast 2,5-fach erhöht, bei Abitur/Fachabitur sogar über vierfach. Personen mit Hochschulabschluss weisen eine fast fünffach höhere Wahrscheinlichkeit auf. Ein höherer Bildungsabschluss könnte mit einer besseren finanziellen Ausgangslage, einem breiteren Mobili-

tätsrepertoire und größeren Aktionsräumen verbunden sein. Jugendliche in Gemeinden mit bis zu 20.000 Einwohnerinnen und Einwohnern weisen tendenziell eine höhere Wahrscheinlichkeit für autobasierte Multimodalität auf, wobei der Effekt statistisch nicht signifikant unter dem 5-Prozent-Niveau ist ($p=0,088$). Aufgrund der theoretischen Relevanz ländlicher Mobilitätsbedingungen wurde die Variable dennoch im Modell belassen. Ein sehr relevanter Prädiktor für eine autobasierte Multimodalität ist die (gelegentliche) Verfügbarkeit eines Pkw.

Alle Einstellungsvariablen wurden auf einer Skala von 1 (volle Zustimmung) bis 5 (volle Ablehnung) erhoben. Negative Regressionskoeffizienten deuten auf eine positive Verbindung zur autobasierten Multimodalität hin. Je stärker junge Menschen dem Auto symbolische oder emotionale Bedeutung zuschreiben (symbolisch-emotionale Pkw-

Prädiktoren einer autobasierten Multimodalität (Gen Z)

Prädiktor	B	p-Wert	Exp (B)	95%-Konfidenzintervall für Exp (B)
Alter: 19 bis 23 Jahre	0,397	*	1,487	1,099–2,012
Alter: 24 bis 27 Jahre	0,584	***	1,793	1,308–2,457
Wohnort (BIK): unter 20.000 EW	0,316	0,088	1,371	0,954–1,971
Pkw-Verfügbarkeit	2,841	***	17,127	7,489–39,171
Symbolisch-emotionale Pkw-Orient.	–0,521	***	0,594	0,508–0,695
ÖV-Autonomiegefühle	0,309	***	1,362	1,162–1,596
Personelle (ökologische) Norm	–0,339	***	0,713	0,632–0,804
Augmented Vehicle Sympathien	–0,162	*	0,851	0,749–0,966
IKT-Antipathien	–0,157	*	0,855	0,758–0,965
Realschulabschluss (Mittlere Reife)	0,896	***	2,450	1,763–3,405
Abitur/Fachabitur	1,461	***	4,308	3,170–5,855
(Fach-)Hochschulabschluss (Studium)	1,595	***	4,930	3,282–7,403
Adaptiv-Pragmatische Mitte	0,220	0,160	1,246	0,917–1,695
Milieu der Performer	0,248	0,091	1,282	0,961–1,709
Konstante	–2,530	***	0,080	

Tabelle 59: Prädiktoren einer autobasierten Multimodalität in der Gen Z

n=2006, Ergebnisse der logistischen Regression, abhängige Variable: autobasierte Multimodalität (binär) | * $p<0,050$; ** $p<0,010$; *** $p<0,001$

Orientierung z. B. Freiheit, Status), desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie das Auto multimodal nutzen. Eine emotionale Bindung an das Auto fungiert als relevanter Treiber. Positive Autonomieerfahrungen im ÖV (ÖV-Autonomiegefühle) reduzieren die Wahrscheinlichkeit, das Auto multimodal zu nutzen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass autobasierte Multimodalität nicht als unnachhaltig empfunden, sondern eher als sozial akzeptierte Strategie wahrgenommen wird – möglicherweise als kompromissfähige Lösung zwischen Komfort und Umweltanspruch (personelle ökologische Normen). Die Zustimmung zu technologisch erweiterten Fahrzeugkonzepten wie E-Autos oder autonomen Fahrzeugen (Augmented-Vehicle-Sympathien) ist mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit für autobasierte Multimodalität verbunden. Technikaffinität kann mit Offenheit für das Auto als Teil eines modernen Mobilitätsmixes verbunden sein. Junge Menschen mit einer Ablehnung gegenüber digitalen Technologien (IKT-Antipathien) hingegen zeigen eine signifikant höhere Wahrscheinlichkeit, autobasiert multimodal unterwegs zu sein. Eine multimodale Auto-nutzung scheint also mit einer geringeren digitalen Kompetenz oder Akzeptanz verknüpft zu sein.

Junge Menschen aus der Adaptiv-Pragmatischen Mitte oder dem Milieu der Performer weisen tendenziell eine höhere Wahrscheinlichkeit für autobasierte Multimodalität auf (25 Prozent bzw. 28 Prozent), wobei der Effekt in den Milieugruppen statistisch nicht signifikant unter dem 5-Prozent-Niveau ist. Auch wenn die Effekte in diesen Milieugruppen statistisch nicht signifikant sind, bleiben sie im Modell, da sie theoretisch wichtige Unterschiede im Mobilitätsverhalten abbilden. Ihre Aufnahme erlaubt, mögliche Tendenzen zu erkennen und die Interpretation der sozialen und wertebasierten Einflussfaktoren auf autobasierte Multimodalität umfassender zu gestalten.

Die Ergebnisse zeigen, dass autobasierte Multimodalität von einem komplexen Zusammenspiel aus Lebensphase, Bildungsniveau, Mobilitätsoptionen, Raumgröße, Lebenswelten sowie emotionalen, normativen und technologischen Einstellungen geprägt ist. Besonders funktionale wie symbolische Bedeutungen des Autos, digitale Affinität und ein positiver Zugang zu Sharing-Angeboten spielen eine zentrale Rolle.

5.8 Zwischen symbolisch-emotionalem Pkw-Backlash und progressivem Gestaltungswillen

Mobilitätspsychologisch markiert die Gen Z den Ausgangspunkt einer historischen Verschiebung: weg von der unangefochtenen Monokultur des Automobils hin zu einem breiten, parallel genutzten Mobilitätsrepertoire. Zwar rostet die „alte Liebe“ zum Auto nicht – im Gegenteil: Autonomiegefühle, Privataspekte, hedonistischer Erlebniswert und Statusprojektionen ins Auto sind in dieser Generation sogar intensiver aufgeladen als in den älteren Kohorten. Damit kehrt

sich ein Trend um, der noch bei der Generation Y im Fokus stand. In der verkehrs- und mobilitätswissenschaftlichen Debatte der frühen 2010er Jahre wurde sie vielfach als Beginn einer „Ent-Emotionalisierung“ des Automobils interpretiert – als Kohorte, in der Statusprojektionen ins Auto erodierten, pragmatischere Nutzungsorientierungen überwogen und vom „Ende der Liebe zum Auto“ die Rede war. Die Gen Z dagegen „re-emotionalisiert“ das Automobil wieder,

ohne jedoch in eine monokulturelle Fixierung zurückzufallen. Das Auto hat in ihrem Alltag keinen Alleinanspruch als symbolisch-emotionales Sehnsuchts- und Freiheitsobjekt, sondern wird als eine Option unter vielen gelebt. Damit vollzieht sich mit der Gen Z keine weitere Pkw-Abkehr, aber eine historische Relativierung: Die symbolisch-emotionalisierte Mensch-Auto-Beziehung bleibt bestehen, doch der Pkw beansprucht nicht mehr allein den Mobilitätsthron.

Stattdessen tritt in der Gen Z eine neue Logik in den Vordergrund: wählen, teilen, kombinieren, wechseln. ÖPNV, Fahrrad, Sharing-Modelle, E-Scooter und neue Mobilitätsservices werden nicht bloß als marginalisierte Ersatzlösungen akzeptiert, sondern sind gleichermaßen symbolisch-emotional aufgeladen und werden in spezifischen Alltagssituationen bewusst bevorzugt. Die Gen Z bewegt sich mit einer selbstverständlichen mentalen Multioptionalität zwischen den Systemen, testet und kombiniert nach Kontext, Stimmung und Bedürfnis. Und diese Offenheit dehnt sich bis in Zukunftsfelder aus: Smarte Mobilitätsdienste, digitale Plattformen und autonome Fahrzeuge stoßen auf hohe Sympathie.

Diese Offenheit entfaltet sich auch im Spannungsfeld mit einem erhöhten ökologischen Bewusstsein. Die Gen Z weist im Querschnitt ein stark ausgeprägtes personelles und soziales-ökologisches Normempfinden auf, gekoppelt mit geringer Nachhaltigkeitsskep-

sis. Klimasensibilität ist damit klar vorhanden, jedoch ohne den dogmatischen Impuls, das als nicht-nachhaltig kritisierte Automobil grundsätzlich zu verwerfen. Stattdessen werden ökologische Orientierungen situativ mit anderen autobasierten Bedürfnissen wie Komfort, Autonomie oder Status verhandelt.

Doch diese Entwicklung verläuft nicht gleichmäßig: Soziodemographische, sozioökonomische, räumliche und milieuspezifische Faktoren bestimmen, wie stark alte Pkw-Bindungen fortwirken können und wie breit das neue Mobilitätsspektrum tatsächlich genutzt wird. In urbanen, ressourcenstarken Milieus ist der Multioptionsmodus am ausgeprägtesten, während in ländlicheren oder ressourcenschwächeren Kontexten der Pkw seine dominante Stellung eher behält. Und auch sozioökonomisch ist diese Multioptionalität nicht grenzenlos. Neue Armut bei sozial marginalisierten Personengruppen – geprägt durch prekäre Beschäftigung, unsichere Einkommen, geringe Bildungsressourcen und steigende Lebenshaltungskosten – wirkt als unsichtbare Barriere im Alltag vieler junger Menschen und begrenzt sowohl den physischen Zugang zu verschiedenen Verkehrsmitteln (z. B. ÖPNV-Tickets, Sharing-Kosten, Anschaffung von Rädern oder E-Scootern) als auch die mentale Reichweite, neue Mobilitätsoptionen auszuprobieren. In diesen Kontexten scheidet dann auch der Aufbau symbolisch-emotionaler Mensch-Maschine-Beziehungen aus.

Im Kern zeigt sich:

Die Gen Z ist die nächste neue Generation, die ihre Mobilität nicht mehr als festen Besitzstand, sondern als kuratiertes Set an Mobilitätsoptionen begreift – flexibel, technologieaffin, ökologisch sensibilisiert und kulturell möglicherweise geprägt vom Sampling-Prinzip. Damit bringt sie Voraussetzungen mit, um einen mentalen Paradigmenwechsel in der Mobilitätswende mitzutragen.

6

Mobilität von morgen – Erwartungen, Wünsche, Zumutungen

Zukunftsperspektiven junger Menschen

Wie wir uns in Zukunft fortbewegen, wird nicht nur durch neue Technologien, sondern auch durch gesellschaftliche Wünsche und politische Entscheidungen geprägt. Vor dem Hintergrund von Klimawandel, Urbanisierung, Digitalisierung und sozialen Ungleichheiten stellt sich die Frage, wie Mobilität zukünftig aussehen kann und soll.

Besonders wichtig ist dabei der Blick junger Menschen auf die Mobilität von morgen und wie dieser gegebenenfalls auch von älteren Generationen abweicht. Dieses Kapitel widmet sich den Vorstellungen, Erwartungen und Bewertungen junger Menschen zur Mobilität der Zukunft. Auf Basis verschiedener Mobilitätsmaßnahmen, Verkehrsstrategien, Zukunftsinnovationen und Mobilitätsszenarien werden Einschätzungen, Wünsche und Zukunftsbilder der jungen Generation analysiert.

6.1 Was junge Menschen brauchen – und was sie fordern

Wo wollen junge Menschen in Zukunft wohnen?

Die Frage, wo junge Menschen in zehn Jahren leben möchten, gibt wichtige Hinweise auf ihre Lebensentwürfe, Zukunftsvorstellungen und nicht zuletzt auf ihre Anforderungen an Mobilität. Die Ergebnisse zeigen: Die Gen Z zieht es mehrheitlich in urbane Räume. Rund ein Drittel (32,3 Prozent) wünscht sich ein Leben in einer Großstadt, weitere 29,2 Prozent bevorzugen eine mittelgroße oder kleine Stadt. Stadtrandlagen – sei es am Rand einer Großstadt (11,5 Prozent) oder einer kleineren Stadt (9,6 Prozent) – sind für einen kleinen Teil der Befragten attraktiv. 17,4 Prozent geben an, in zehn Jahren auf dem Land leben zu wollen. (vgl. Abbildung 48).

Die hohe Attraktivität von Großstädten und urbanen Räumen lässt sich durch mehrere Faktoren erklären. Großstädte sind charakterisiert durch ein vielfältiges Bildungs-, Kultur- und Freizeitangebot, eine gute Verkehrsanbindung und oft auch durch bessere berufliche Perspektiven. Zugleich zeigt das Interesse an kleineren Städten und ländlichen Regionen auch den Wunsch nach einem

ausgewogeneren Lebensstil. Aspekte wie mehr Ruhe, bezahlbarer Wohnraum, Naturbezug und ein geringerer Stresspegel gewinnen für viele junge Menschen an Bedeutung.

Innerhalb der Gen Z gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen den Altersgruppen (16–18 Jahre, 19–23 Jahre, 24–27 Jahre). Die Präferenzen bezüglich des zukünftigen Wohnorts scheinen also generationseinheitlich – trotz möglicher Unterschiede in Lebensphasen oder aktuellen Wohnverhältnissen. Dies deutet darauf hin, dass sich innerhalb der Gen Z ein stabiles Bild von attraktiven Wohnorten etabliert hat, das sowohl urbane als auch periphere Lebensräume einschließt.

Der Wohnort zeigt hingegen eine gewisse Prägung auf die Wohnortwünsche der Gen Z – allerdings nicht in dem Maße, dass er allein das zukünftige Ideal bestimmt. Besonders auffällig ist, dass junge Menschen, die aktuell in Großstädten mit über 500.000 Einwohnern leben, sich häufiger auch für die Zukunft

Wunsch-Wohnort der Gen Z in zehn Jahren

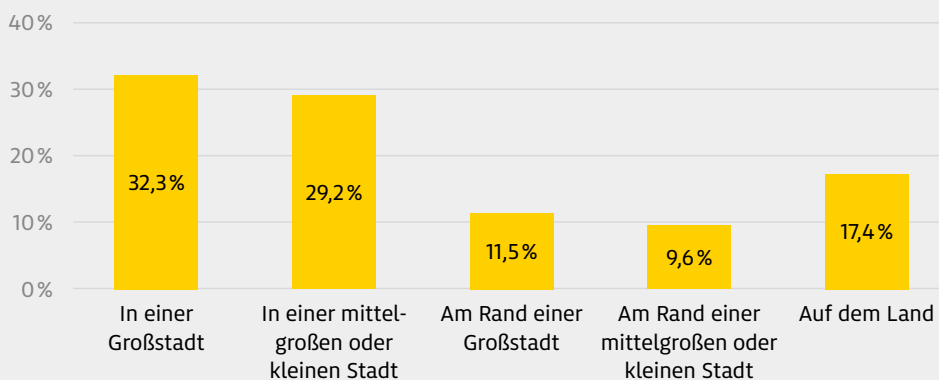


Abbildung 48: Wunsch-Wohnort der Gen Z in zehn Jahren

F: Wo möchtest du in zehn Jahren wohnen? | n=2006

einen Wohnsitz in einer Großstadt (41,9 Prozent) wünschen. Der Wunsch nach urbaner Kontinuität ist in diesem Kontext besonders ausgeprägt. Gleichzeitig ist die Landoption in dieser Gruppe mit nur 11,9 Prozent deutlich weniger beliebt als bei jungen Menschen aus kleineren Gemeinden (vgl. Tabelle 60).

Anders sieht es bei der Gen Z aus Orten mit bis zu 20.000 Einwohnenden aus: Hier möchte mehr als ein Drittel (33,9 Prozent) auch in zehn Jahren auf dem Land leben – ein Wert, der deutlich über dem Durchschnitt liegt. Die Verbindung zur ländlichen Lebensweise scheint in dieser Gruppe besonders stark. Gleichzeitig zieht es immerhin 14,1 Prozent dieser jungen Menschen in eine Großstadt, was zeigt, dass auch aus ländlichen Regionen ein gewisser Wunsch nach Urbanität besteht.

Der aktuelle Wohnort hat zwar einen gewissen Einfluss auf den Wunsch-Wohnort in zehn Jahren – vor allem im Sinne von Kontinuität – doch es zeigt sich auch ein Gestaltungswille. Die Gen Z denkt ihren zukünftigen Lebensmittelpunkt bewusst weiter und strebt nach Lebensqualität, die nicht

strikt an bestehende Wohnformen gebunden ist. Die Mobilität zwischen Stadt und Land bzw. zwischen Zentrum und Randlage bleibt dabei ein zentrales Thema.

Ein differenzierter Blick auf die Sinus-Milieus zeigt, wie stark die Vorstellungen vom idealen Wohnort mit Lebensstil, Werten und sozialen Hintergründen verknüpft sind. So zeigt beispielsweise das Nostalgisch-Bürgerlichen Milieu, den am stärksten ausgeprägten Wunsch nach einem Wohnsitz auf dem Land oder am Stadtrand und vergleichsweise wenig Interesse an einem Leben in der Großstadt. Anders sieht es im Konsum-Hedonistischen Milieu aus: Mit 38,5 Prozent ist dies die Gruppe, die sich am häufigsten einen Wohnort in der Großstadt wünscht. Auch das Traditionelle Milieu (36,7 Prozent) sowie das Milieu der Performer (35,8 Prozent) zeigen eine hohe Großstadt-Affinität (vgl. Abbildung 49).

Demgegenüber ist das Landleben für einige Milieus deutlich weniger attraktiv. Das Expeditiv Milieu weist mit 13,8 Prozent den geringsten Anteil an Personen auf, die in

Wunsch-Wohnort der Gen Z in zehn Jahren nach BIK-Typ

Gemeindegrößen (BIK 1–4)	In einer Großstadt	In einer mittelgroßen/ kleinen Stadt	Am Rand einer Großstadt	Am Rand einer mittelgroßen/ kleinen Stadt	Auf dem Land
Unter 20.000 EW	14,1%	30,5%	9,0%	12,4%	33,9%
20.000 bis unter 100.000 EW	21,1%	32,5%	12,6%	12,9%	20,9%
100.000 bis unter 500.000 EW	32,7%	32,2%	8,9%	8,8%	17,4%
500.000 und mehr EW	41,9%	25,0%	13,5%	7,8%	11,9%
Pearson-Chi-Quadrat:	126,800; $p < 0,001$				

Tabelle 60: Wunsch-Wohnort der Gen Z in zehn Jahren nach BIK-Typ

F: Wo möchtest Du in zehn Jahren wohnen? | Die BIK-Kategorisierung geht auf das Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH“ zurück und schließt jene Gemeinden ein, deren Pendlerpriorität auf eine gemeinsame Kernstadt gerichtet ist.

zehn Jahren auf dem Land leben möchten. Ähnlich geringe Werte zeigen das Postmaterielle Milieu (14,6 Prozent), das Milieu der Performer (14,7 Prozent) und das Konsum-Hedonistische Milieu (15,4 Prozent).

Im Vergleich mit den älteren Generationen weist die Gen Z die höchste Präferenz für das

Leben in einer Großstadt auf (32,4 Prozent) und liegt damit klar über dem Durchschnitt (24 Prozent). Zugleich ist der Wunsch nach einem Leben auf dem Land oder am Rand einer mittelgroßen bzw. kleinen Stadt bei der Gen Z im Generationenvergleich am niedrigsten ausgeprägt (vgl. Tabelle 61).

Wunsch-Wohnort in zehn Jahren nach Sinus-Milieus® (Gen Z)

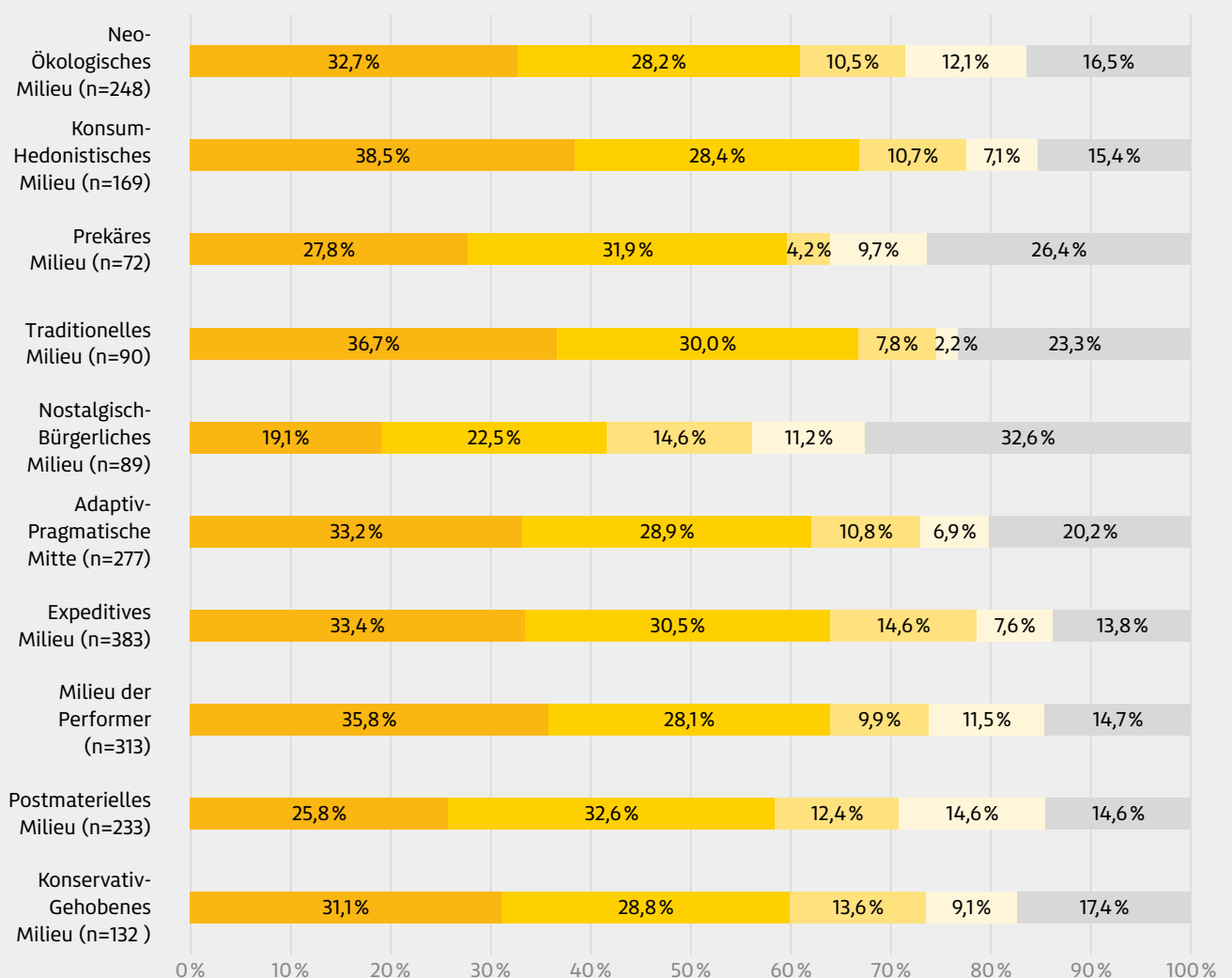


Abbildung 49: Wunsch-Wohnort in zehn Jahren der Gen Z nach Sinus-Milieus

F: Wo möchtest du in zehn Jahren wohnen?
n=2006 | Pearson-Chi-Quadrat: 68,819; p<0,001

- In einer Großstadt
- In einer mittelgroßen oder kleinen Stadt
- Am Rand einer Großstadt
- Am Rand einer mittelgroßen oder kleinen Stadt
- Auf dem Land

Wunsch-Wohnort in zehn Jahren nach Generationen

Generation	In einer Großstadt	In einer mittelgroßen od. kleinen Stadt	Am Rand einer Großstadt	Am Rand einer mittelgroßen od. kleinen Stadt	Auf dem Land
Gen Z (16–27 Jahre) (n=339)	32,3%	29,2%	11,5%	9,6%	17,4%
Gen Y (28–45 Jahre) (n=621)	29,8%	25,8%	10,3%	13,5%	20,6%
Gen X (46–60 Jahre) (n=560)	19,5%	24,5%	7,7%	18,2%	30,2%
Boomer (61+ Jahre) (n=481)	16,0%	25,8%	13,3%	23,1%	21,8%
Gesamt (n=2001)	24,0%	26,0%	10,5%	16,4%	23,0%
Pearson-Chi-Quadrat:	126,800; p<0,001				

Tabelle 61: Wunsch-Wohnort in zehn Jahren nach Generationen

F: Wo möchtest Du in zehn Jahren wohnen?

Welche Maßnahmen und Verkehrsstrategien wünschen sich junge Menschen für die Mobilität der Zukunft?

Die Mobilitätswende ist ein zentrales gesellschaftliches Ziel – doch welche Maßnahmen dafür als sinnvoll, gerecht oder wirkungsvoll gelten, wird je nach Generation unterschiedlich bewertet. Welche politischen und infrastrukturellen Maßnahmen finden bei der Gen Z Zustimmung, wo gibt es Skepsis? Wie unterscheidet sich ihre Haltung von den älteren Generationen und wie vielfältig sind die Meinungen innerhalb der Gen Z selbst?

Die Analyse zeigt, dass sich die Gen Z eine umweltfreundliche, gut vernetzte, komfortable und hochwertig ausgebaute Mobilitätsinfrastruktur wünscht. Dazu zählen der Ausbau und die Zuverlässigkeit des öffentlichen Nahverkehrs (39,8 Prozent), sichere und attraktive Wege für Zufußgehende (28,9 Prozent), eine nahtlose digitale Vernetzung verschiedener Mobilitätsangebote (27,7 Prozent), multimodale Verkehrsknotenpunkte (25,4 Prozent) sowie ein Ausbau für den Fahrradverkehr (22,3 Prozent) (vgl. Tabelle 62).

Restriktive oder status-quo-orientierte Maßnahmen lehnt die Gen Z jedoch ab. Was sich die Gen Z nicht wünscht, sind Maßnahmen,

die als Einschränkung wahrgenommen werden oder den Status quo zementieren – etwa weniger Parkplätze (10,4 Prozent), autofreie Wohngebiete (14,2 Prozent) oder zusätzliche Regulierungen wie City-Maut oder Tempolimit (10,9 Prozent). Auch rein infrastrukturelle Ergänzungen wie Fahrradparkhäuser (12,9 Prozent) überzeugen sie weniger. Nur eine Minderheit von 9,7 Prozent sieht überhaupt keinen Änderungsbedarf.

Die Priorisierung konkreter Verkehrsmaßnahmen unterscheidet sich innerhalb der Gen Z bei einigen Maßnahmen signifikant zwischen den Altersgruppen (vgl. Abbildung 50). So werden Maßnahmen wie mehr Sharing-Angebote (16–18 Jahre: 15,3 Prozent, 24–27 Jahre: 22,6 Prozent) und die Förderung neuer Antriebstechnologien (16–18 Jahre: 14,5 Prozent, 24–27 Jahre: 20,2 Prozent) von den älteren Befragten deutlich häufiger ausgewählt als von den Jüngsten. Umgekehrt wünschen sich die 16- bis 18-Jährigen mit 28 Prozent deutlich häufiger den Ausbau von Haltestellen mit unterschiedlichen Mobilitätsangeboten als die ältesten Befragten (22,4 Prozent). Zudem sprechen sich die 24- bis 27-Jährigen etwas stärker für die insgesamt weniger be-

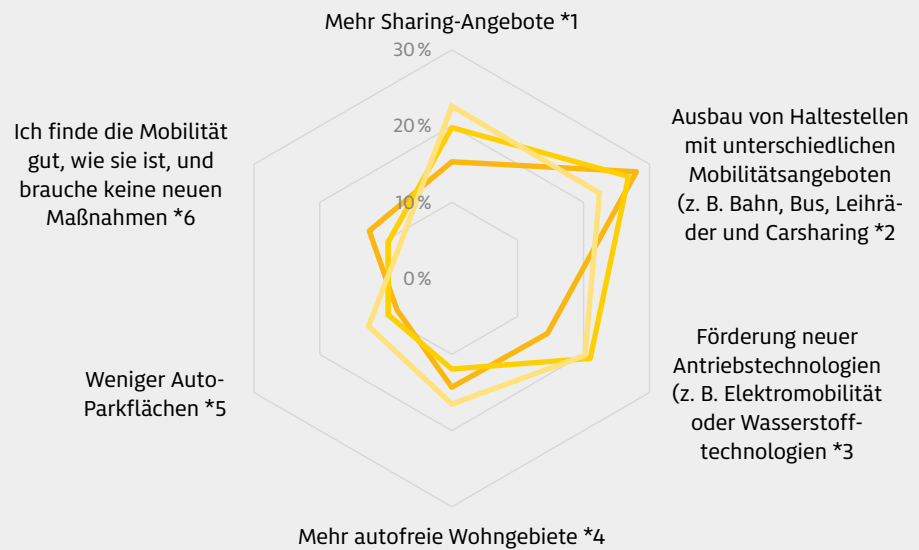
Maßnahmenbewertung der Gen Z für die Mobilität der Zukunft

Ranking	Maßnahme	Anteil
Top 1	Ausbau und Zuverlässigkeit des ÖPNV	39,8%
Top 2	Verbesserung der Infrastruktur für Fußgängerinnen/Fußgänger (breite Wege, gesicherte Schulwege, weniger Verkehrsbelastungen)	28,9%
Top 3	Bessere Vernetzung unterschiedlicher Mobilitätsangebote in einer App (ein Ticket für alles, Fahrinfos aus einer Hand).	27,7%
Top 4	Ausbau von Haltestellen mit unterschiedlichen Mobilitätsangeboten (z. B. Bahn, Bus, Leihräder und Carsharing)	25,4%
Top 5	Massiver Ausbau von Fahrradwegen und Fahrradstraßen	22,3%
Top 6	Mehr Sharing-Angebote (z. B. Pkw, Fahrrad, E-Scooter)	19,7%
Top 7	Förderung neuer Antriebstechnologien (z. B. Elektromobilität oder Wasserstofftechnologien)	19,2%
Top 8	Eine KI-gestützte Verkehrssteuerung zur besseren Organisation des Verkehrs	18,2%
Top 9	Autonom fahrende Busse und Bahnen	18,0%
Top 10	Mehr autofreie Innenstadtbereiche	17,6%
Top 11	Flächendeckende Verfügbarkeit von Ladeinfrastruktur für E-Fahrzeuge (E-Auto und E-Bike)	16,9%
Top 12	Autonom fahrende private Pkw	16,7%
Top 13	Ausbau von On-Demand-ÖPNV-Shuttles (ÖPNV-Fahrzeuge fahren nach Bedarf)	15,7%
Top 14	Mehr autofreie Wohngebiete	14,2%
Top 15	Flächendeckende Fahrradparkhäuser und gesicherte Abstellanlagen	12,9%
Top 16	Mehr Maßnahmen wie City-Maut und Tempolimit	10,9%
Top 17	Weniger Pkw-Parkflächen	10,4%
Top 18	Ich finde die Mobilität gut, wie sie ist, und brauche keine neuen Maßnahmen	9,7%

Tabelle 62: Maßnahmenbewertung der Gen Z für die Mobilität der Zukunft

F: Welche fünf Maßnahmen aus dieser Liste sollten Deiner Meinung nach auf jeden Fall umgesetzt werden?
n=2006

Maßnahmen für die Mobilität der Zukunft – Altersdifferenzierung innerhalb der Gen Z



Maßnahme	n 16–18 J.	n 19–23 J.	n 24–27 J.	Pearson-Chi-Quadrat
*1	496	758	752	10,010; p=0,007
*2	496	758	753	6,026; p=0,049
*3	496	758	752	9,307; p=0,010
*4	496	758	753	6,551; p=0,038
*5	496	757	753	6,846; p=0,033
*6	496	758	752	6,973; p=0,031

Abbildung 50: Signifikante Abweichungen in der Maßnahmenbewertung für die Mobilität der Zukunft zwischen den Altersgruppen der Gen Z

F: Welche fünf Maßnahmen aus dieser Liste sollten Deiner Meinung nach auf jeden Fall umgesetzt werden?

16–18 Jahre
19–23 Jahre
24–27 Jahre

liebten restriktive Maßnahmen wie autofreie Wohngebiete (16,5 Prozent) und weniger Auto-Parkflächen (12,6 Prozent) aus als die durchschnittliche Gen Z. Gleichzeitig sind die 16- bis 18-Jährigen am zufriedensten mit dem bestehenden Angebot und sehen mit 12,5 Prozent weniger Bedarf an neuen Maßnahmen als die älteren Gruppen (19–23 Jahre: 9,6 Prozent, 24–27 Jahre: 8 Prozent).

Im generationenübergreifenden Vergleich zeigen sich deutliche Unterschiede in der Bewertung und Akzeptanz konkreter Mobilitätsmaßnahmen (vgl. Abbildung 51). Die Gen Z hebt sich dabei besonders durch ihre

Offenheit gegenüber digitalen und innovativen Lösungen hervor: Sie befürwortet den Ausbau neuer Mobilitätsformen – etwa Sharing-Angebote (Gen Z: 19,8 Prozent, Gen Y: 16,3 Prozent, Gen X: 9,3 Prozent, Boomer: 6,0 Prozent), digitale Vernetzung (Gen Z: 27,7 Prozent, Gen Y: 20,8 Prozent, Gen X: 22,1 Prozent, Boomer: 15,6 Prozent) oder multimodale Plattformen (Gen Z: 25,4 Prozent, Gen Y: 19,4 Prozent, Gen X: 20,5 Prozent, Boomer: 17,0 Prozent) – stärker als ältere Generationen.

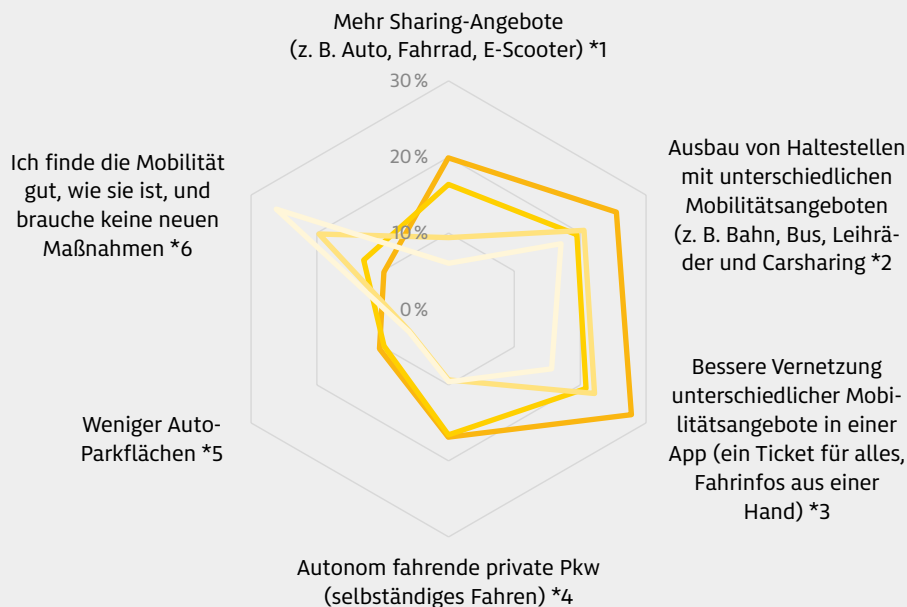
Demgegenüber zeigen sich die Babyboomer, gefolgt von der Generation X, insgesamt

am zufriedensten mit dem aktuellen Mobilitätsangebot (Gen Z: 9,7 Prozent, Gen Y: 12,8 Prozent, Gen X: 19,6 Prozent, Boomer: 26,1 Prozent). In diesen Generationen ist der Wunsch nach grundlegenden Veränderungen vergleichsweise gering ausgeprägt – Maßnahmen zur Umgestaltung oder Einschränkung bestehender Strukturen stoßen hier auf deutlich mehr Zurückhaltung. Auch wenn die Gen Z restriktive oder status-quo-orientierte Maßnahmen tendenziell ablehnt, zeigt sie sich im Vergleich zu älteren Generationen deutlich offener für Veränderungen, die mit

Einschränkungen einhergehen können, solange diese als Teil eines gestaltbaren, zukunftsgerichteten Wandels verstanden werden. So befürwortet die Gen Z die Reduzierung von Parkflächen mit 10,4 Prozent häufiger als die älteren Generationen (Gen X: 5,9 Prozent, Boomer: 6,0 Prozent).

Die Debatte um die Verkehrswende wird somit auch zwischen den Generationen unterschiedlich geführt. Jede Generation hat eigene Vorstellungen davon, wie die Mobilität der Zukunft aussehen soll.

Maßnahmen für die Mobilität der Zukunft im Generationenvergleich



Maßnahme	n Gen Z	n Gen Y	n Gen X	n Boomer	Pearson-Chi-Quadrat
*1	339	620	560	481	48,364; $p < 0,001$
*2	339	620	560	482	8,986; $p = 0,029$
*3	339	620	560	482	18,237; $p < 0,001$
*4	339	619	560	482	23,091; $p < 0,001$
*5	338	620	560	482	10,959; $p = 0,012$
*6	339	619	560	482	50,706; $p < 0,001$

Abbildung 51: Signifikante Abweichungen in der Maßnahmenbewertung für die Mobilität der Zukunft zwischen den Generationen

F: Welche fünf Maßnahmen aus dieser Liste sollten Deiner Meinung nach auf jeden Fall umgesetzt werden?

- Gen Z (16–27 J.)
- Gen Y (28–45 J.)
- Gen X (46–60 J.)
- Boomer (61+)

Präferenzen der Gen Z im Hinblick auf zukünftige Verkehrsstrategien

Die Bewertung zukünftiger Verkehrsstrategien zeigt ein differenziertes Meinungsbild der Gen Z. Obwohl keine einheitliche Haltung erkennbar ist, lassen sich klare Tendenzen in den Präferenzen ablesen, insbesondere im Hinblick auf die Rolle des Pkw im urbanen Raum.

Dabei ist zu beachten, dass es bei dieser Fragestellung nicht wie zuvor darum ging, Maßnahmen einzeln zu bewerten oder zu priorisieren, sondern dass jeweils zwischen zwei gegensätzlichen Strategien entschieden werden musste. Die Befragten waren also aufgefordert, sich in konkreten Zielkonflikten eindeutig zu positionieren, etwa zwischen einer autoorientierten Lösung und einer nachhaltigkeitsorientierten Alternative. Diese Entweder-oder-Struktur verleiht den Ergebnissen besondere Aussagekraft, da sie nicht nur allgemeine Sympathien, sondern klare Präferenzentscheidungen sichtbar macht.

Insgesamt zeigt sich eine Neigung der Gen Z hin zu Strategien, die die Pkw-Nutzung begünstigen oder erleichtern. So zeigt sich eine Präferenz bei der Flächenverteilung zugunsten des Autos: Strategien wie kostenloses Parken direkt vor dem Haus (71,6 Prozent), autofreundliche Innenstädte (54,9 Prozent) und direkte Auto-Anbindung und Parkplätze in Innenstädten (53,4 Prozent) wurden gegenüber alternativen, eher nachhaltigkeitsorientierten Vorschlägen wie autofreie Wohnquartiere (23,2 Prozent) oder mehr Aufenthaltqualität in Innenstädten (39,8 Prozent) durchschnittlich bevorzugt (vgl. Tabelle 63). Dies deutet darauf hin, dass ein hoher Anteil junger Menschen nach wie vor eine starke Präferenz für die individuelle Mobilität mit dem eigenen Automobil aufweist. Gleichzeitig wird deutlich, dass Maßnahmen, die als Einschränkung der persönlichen Entscheidungsfreiheit wahrgenommen werden, auf Ablehnung stoßen. Die Gen Z wünscht sich statt Einschränkungen, individuelle Mobilitätsentscheidungen innerhalb eines erweiterten Möglichkeitsraums zu gestalten. So zeigt sich bei der Frage nach einer allgemeinen Mobilitätsstrategie eine leichte Präferenz für die Förderung von ÖPNV und Sharing-Angeboten (50,3 Prozent) gegenüber

der flächendeckenden Förderung des privaten Autobesitzes (43,1 Prozent). Dies zeigt, dass für rund die Hälfte der Befragten der ÖPNV und Sharing-Optionen ein zentrales Thema für die zukünftige Mobilität sind.

Auch Themen wie Sicherheit und Lärmschutz scheinen bei der Gen Z in Teilen durchaus Gewicht zu haben, wie sich bei der (leichten) Tendenz zur verkehrsberuhigten Variante „Tempo 30 in Wohngebieten“ (52,5 Prozent) zeigt. Im Bereich technischer Innovationen lehnt die Zielgruppe nicht grundsätzlich neue Ansätze ab, zeigt sich aber eher konservativ: Der klassische ÖPNV mit FahrerIn und Fahrer wird dem autonom fahrenden ÖPNV deutlich vorgezogen (62 Prozent vs. 31,3 Prozent). Dies könnte auf eine gewisse Skepsis gegenüber vollständig automatisierten Verkehrssystemen hinweisen, die möglicherweise mit einem Gefühl mangelnder Kontrolle oder Unsicherheit verbunden sind (vgl. Tabelle 63).

Insgesamt äußern lediglich 5–9 Prozent der Befragten pro Frage eine neutrale Haltung zu den Strategien, sodass die große Mehrheit der jungen Menschen eine klare Position zu den Optionen der zukünftigen Verkehrsentwicklung bezieht.

Die Auswertung der durchschnittlichen Bewertungen nach Altersgruppen zeigt, dass signifikante Unterschiede in der Präferenz bestimmter Verkehrsstrategien innerhalb der Gen Z bestehen.

Die Bewertungen erfolgten auf einer Skala von –2 bis +2, wobei –2 eine klare Präferenz für die jeweils nachhaltigere oder innovativere Strategie und +2 eine klare Präferenz für die jeweils autofreundliche oder status-quo-orientierte Strategie darstellt. Die Mittelwerte der Gruppen liegen entsprechend zwischen diesen Polen.

Auffällig ist dies bei der Abwägung zwischen der Förderung eines eigenen Autos und der Förderung des öffentlichen Nahverkehrs sowie von Sharing-Angeboten. Während die jüngeren Befragten im Alter von 16–18 Jahren mit der Bewertung 0,7 tendenziell eher die Förderung eines eigenen Autos befürwor-

Bewertung von Verkehrsstrategien (Gen Z)

Strategie 1	trifft voll und ganz zu (-2)	trifft zu (-1)	Neutral (0)	trifft zu (1)	trifft voll und ganz zu (2)	Strategie 2
Weniger Pkw in Innenstädten für mehr Aufenthaltsqualität	16,7%	23,1%	6,8%	25,6%	27,8%	Direkte Pkw-Anbindung und -Parkplätze in Innenstädten
		Durchschnittliche Bewertung 0,25				
Förderung von ÖPNV und Sharing-Angeboten	25,2%	25,1%	6,6%	22,1%	21,0%	Förderung eines eigenen Pkw für alle
		Durchschnittliche Bewertung -0,12				
Autofreie Wohnquartiere	9,6%	13,6%	5,2%	26,8%	44,8%	Kostenloses Parken direkt vor dem Haus
		Durchschnittliche Bewertung 0,84				
Sperrung zentraler Innenstadtbereiche für mehr Platz für Menschen und Begrünung	16,1%	21,6%	7,3%	26,8%	28,1%	Auto-freundliche Innenstadt mit bequemen Parkmöglichkeiten
		Durchschnittliche Bewertung 0,29				
Tempo 30 in Wohngebieten für mehr Sicherheit und weniger Lärm	27,9%	24,6%	6,6%	18,8%	22,1%	Durchgängig Tempo 50 für schnelleres Fahren auch in der Stadt
		Durchschnittliche Bewertung -0,18				
Autonom fahrender ÖPNV (ohne FahrerIn/Fahrer)	13,4%	17,9%	6,7%	25,6%	36,4%	Klassischer ÖPNV (mit FahrerIn/Fahrer)
		Durchschnittliche Bewertung 0,54				
Mehr Platz für Fahrräder und Zufußgehende	19,8%	25,2%	9,4%	20,8%	24,7%	Mehr Platz für Autoverkehr
		Durchschnittliche Bewertung 0,06				

Tabelle 63: Bewertung von Verkehrsstrategien in der Gen Z

F: Welche der folgenden Verkehrsstrategien sagen Dir persönlich mehr zu? | n=2006

ten, steigt die Präferenz des ÖPNV und von Sharing-Angeboten mit steigendem Alter (24–17 Jahre: -0,26).

Diese altersabhängige Entwicklung deutet auf eine allmähliche Verschiebung der Mobilitätspräferenzen im Lebensverlauf hin. Während die Jüngsten der Gen Z noch stärker am individuellen Autonarrativ orientiert sind, steigt mit zunehmender Selbstständigkeit, Alltagserfahrung und Verantwortungsbewusstsein die Offenheit gegenüber kollektiven und nachhaltigeren Mobilitätslösungen (vgl. Tabelle 64).

Ein weiteres altersabhängiges Muster zeigt sich bei der Bewertung der Geschwindigkeitsbegrenzung: Je jünger die Befragten, desto stärker wird Tempo 30 bevorzugt. Mit einer Bewertung von -0,28 tendieren die 16- bis 18-Jährigen stärker zur Strategie Tempo 30 in Wohngebieten für mehr Sicherheit und weniger Lärm als die älteren Gruppen der Gen Z (24–27 Jahre: -0,05).

Im Vergleich der Gen Z zu den älteren Generationen lassen sich bei zentralen verkehrspolitischen Fragestellungen klare Unterschiede im Meinungsbild feststellen (vgl. Tabelle 65).

Signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Strategien zwischen den Altersgruppen der Gen Z

Alter	Strategie 1	Durchschnittliche Bewertung		Strategie 2
16–18 J. (n=496)	Förderung von ÖPNV und Sharing-Angeboten		0,07	Förderung eines eigenen Autos für alle
19–23 J. (n=757)		trifft voll und ganz zu (–2)	–0,09	
24–27 J. (n=752)			–0,26	
Sig. F(2, 2002)=7,492, p<0,001				
16–18 J. (n=495)	Tempo 30 in Wohngebieten für mehr Sicherheit und weniger Lärm		–0,28	Durchgängig Tempo 50 für schnelleres Fahren auch in der Stadt
19–23 J. (n=757)		trifft voll und ganz zu (–2)	–0,23	
24–27 J. (n=753)			–0,05	
Sig. Welch-F(2, 1218,936)=3,991; p=0,019				

Tabelle 64: Signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Strategien zwischen den Altersgruppen der Gen Z

F: Welche der folgenden Verkehrsstrategien sagen Dir persönlich mehr zu?

Es zeigen sich signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Strategien, insbesondere in Bezug auf die Einführung von Tempo-30-Zonen in Wohngebieten. Es lässt sich feststellen, dass mit zunehmendem Alter die Zustimmung zu dieser Maßnahme ansteigt (Gen Z: –0,18, Gen Y: –0,3, Gen X: –0,57, Boomer: –0,77).

Beim Thema autonomer ÖPNV im Vergleich zum klassischen ÖPNV mit Fahrerin oder Fahrer zeigt sich ein konsistenter Trend: Mit zunehmendem Alter steigt die Präferenz für den konventionellen öffentlichen Nahverkehr mit Fahrer (Gen Z: 0,54, Gen Y: 0,66, Gen X: 0,82, Boomer 0,86). Obgleich die Gen Z auch tendenziell den klassischen ÖPNV präferiert, ist sie im Vergleich zu den älteren Generationen der autonomen Technologie gegenüber aufgeschlossener.

Eine weitere signifikante Abweichung der durchschnittlichen Strategiebewertung betrifft die Flächenverteilung zwischen den Verkehrsmodi. Je älter die Befragten, desto stärker befürworten sie durchschnittlich mehr Platz für Fußgängerinnen und Fuß-

gänger sowie Fahrräder gegenüber einer Priorisierung des Autoverkehrs. Während die Gen Z durchschnittlich mit 0,06 eine Priorisierung des Pkw zeigt, sprechen sich ältere Generationen eher Richtung Umverteilung des öffentlichen Raums zugunsten aktiver Mobilitätsformen aus (Gen Y: –0,11, Gen X: –0,22, Boomer: –0,26).

Insgesamt ist zu beobachten, dass mit zunehmendem Alter eine Tendenz zu einer neutralen Position in Bezug auf die untersuchten Strategien beobachtet werden kann (Gen Z: 6,96 Prozent, Gen Y: 9,87 Prozent, Gen X: 13,77 Prozent, Boomer: 14 Prozent). Die Analyse der Daten zeigt, dass sich die Mitglieder der Gen Z am häufigsten für eine der beiden Strategien entscheiden.

Die Gen Z zeigt ein klares, zugleich differenziertes Bild ihrer Zukunftsvorstellungen in Bezug auf Wohnen und Mobilität. Im Vergleich zu älteren Generationen sticht die Gen Z durch ihre besonders starke Großstadt-Affinität hervor. Altersunterschiede innerhalb der Generation spielen hier kaum eine Rolle, wohl aber Milieuzugehörigkeiten, die die

Spannbreite zwischen urbaner Orientierung und ländlicher Verwurzelung sichtbar machen. Auch der aktuelle Wohnort beeinflusst die Vorstellungen zwar in Richtung Kontinuität, doch bleibt die Orientierung auf Lebensqualität und Gestaltungsfreiheit zentral.

Im Bereich der Mobilität tritt die Gen Z als offene und zukunftsorientierte Generation hervor. Sie fordert vor allem eine umweltfreundliche, vernetzte und komfortable Infrastruktur, wobei ÖPNV, Sharing-Angebote und digitale Vernetzung eine zentrale Rolle

spielen. Restriktive Maßnahmen oder eine Verfestigung des Status quo stoßen dagegen überwiegend auf Ablehnung. Gleichwohl zeigen sich altersabhängige Unterschiede innerhalb der Gen Z: Während die Jüngsten stärker auf den eigenen Pkw setzen, steigt mit zunehmendem Alter die Bereitschaft, kollektive und nachhaltigere Mobilitätsformen zu unterstützen.

Im generationenübergreifenden Vergleich ist die Gen Z zugleich stärker innovationsorientiert als ältere Kohorten: Sie zeigt größere

Signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Strategien zwischen den Generationen

Generation	Strategie 1		Durchschnittliche Bewertung		Strategie 2
Z (n=339)			-0,18		
Y (n=620)	Tempo 30 in Wohngebieten für mehr Sicherheit und weniger Lärm	trifft voll und ganz zu (-2)	-0,30	trifft voll und ganz zu (2)	Durchgängig Tempo 50 für schnelleres Fahren auch in der Stadt
X (n=560)			-0,57		
Boomer (n=482)			-0,77		
Sig. Welch-F(3, 1012,607)=13,715, p<0,001					
Z (n=339)			0,54		
Y (n=620)	Autonom fahrender ÖPNV (ohne FahrerIn/Fahrer)	trifft voll und ganz zu (-2)	0,66	trifft voll und ganz zu (2)	Klassischer ÖPNV (mit FahrerIn/Fahrer)
X (n=560)			0,82		
Boomer (n=481)			0,86		
Sig. Welch-F(3, 1009,593)=4,443, p=0,004					
Z (n=339)			0,06		
Y (n=620)	Mehr Platz für Fahrräder und Zufußgehende	trifft voll und ganz zu (-2)	-0,11	trifft voll und ganz zu (2)	Mehr Platz für Autoverkehr
X (n=559)			-0,22		
Boomer (n=482)			-0,26		
Sig. Welch-F(3, 1009,593)=4,443, p=0,004					

Tabelle 65: Signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Strategien zwischen den Generationen

F: Welche der folgenden Verkehrsstrategien sagen Dir persönlich mehr zu?

Offenheit für neue Technologien wie den autonomen ÖPNV, auch wenn etablierte Lösungen nach wie vor hohe Bedeutung haben. Zugleich zeigt sich die Gen Z deutlich Pkw-

orientierter als die älteren Generationen, bei denen die Bereitschaft zur Umverteilung des öffentlichen Raums zugunsten aktiver Mobilitätsformen höher ist.

Insgesamt lässt sich festhalten:

Die Gen Z bezieht zu Fragen der Mobilität und Verkehrsentwicklung klare Positionen und liefert ein heterogenes, aber konsistentes Bild. Sie verbindet urbane Lebensentwürfe mit dem Wunsch nach vernetzten und zugleich individuell gestaltbaren Mobilitätsoptionen. Damit wird deutlich, dass die Gen Z eine wichtige Impulsgeberin für die zukünftige Ausrichtung der Mobilitätspolitik sein kann, insbesondere dort, wo es um Innovation und die Integration neuer Mobilitätsformen geht.

6.2 Offenheit für Innovation, aber realistisch gedacht

Welche Vorstellungen und Erwartungen hat die Gen Z an die Mobilität von morgen? Und welche Entwicklungen hält sie tatsächlich für realistisch? Anhand von vier prägnanten Szenarien wurden die Teilnehmenden befragt – jeweils mit Blick auf ihre persönliche Wunschvorstellung sowie auf ihre Einschätzung der tatsächlichen Eintrittswahrscheinlichkeit. Die vier Zukunftsvisionen, die den Befragten vorgestellt wurden, sind das „Weiter so“-Szenario, welches eine Fortsetzung der privaten Automobilität bedeutet, das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario im Sinne der Förderung des Umweltverbundes, das „Multimodalitäts“-Szenario, in

dem alle Verkehrsmittel wichtig sind, und zuletzt das „Technologie“-Szenario, welches auf autonomes Fahren setzt. Die Ergebnisse liefern wichtige Hinweise darauf, wie nah Wunsch und Wirklichkeit in der gesellschaftlichen Wahrnehmung beieinanderliegen und welche Szenarien tatsächlich das Potenzial haben, breite Unterstützung zu finden (vgl. [Abbildung 52](#)).

Die Ergebnisse zeigen, dass die Gen Z zwischen Wunschvorstellungen und Realitätserwartungen unterscheidet, wenn es um die Mobilität der Zukunft geht. Am wenigsten Zuspruch findet mit 33,8 Prozent das „Wei-

Vier Szenarien für die Mobilität der Zukunft

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

Das Auto bleibt in vielen Städten das dominierende Verkehrsmittel (teilweise auch elektrisch). Die Klimabewegung hat an Einfluss verloren. Der Ausbau von ÖPNV und Fahrradinfrastrukturen wurde nur sporadisch vorangetrieben. Der ÖPNV ist in Spitzenzeiten überfüllt und der Ausbau stockt mangels finanzieller Mittel.

Alle Verkehrsmittel sind wichtig – das „Multimodalitäts“-Szenario:

Das Auto ist weiterhin ein dominantes Verkehrsmittel, das in Städten stärker reguliert wird (Tempolimit, autofreie Zonen). Alternativen wie Leihfahrräder, E-Scooter und Sharing-Angebote werden genutzt. Die Infrastruktur für Zufußgehende und Fahrradfahrende wurde deutlich verbessert. Der öffentliche Raum wurde zugunsten umweltfreundlicher Mobilität und Grünflächen umgestaltet. Jeder nutzt situationsgerecht das jeweils optimale Verkehrsmittel.

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

Der ÖPNV hat sich stark verbessert und ist flächendeckend vorhanden, kostengünstig, zuverlässig und komfortabel. Der Individualverkehr mit dem Auto ist stark zurückgegangen. Das umweltbewusste Verhalten führt zu einem umfassenden Umbau der Städte. Fahrrad- und Fußwege sind attraktiv ausgebaut. Carsharing, Bikesha- ring und öffentliche Shuttleservices prägen das urbane Mobilitätsbild.

Autonome Fahrzeuge als Alltagsverkehrsmittel – das „Technologie“-Szenario:

Autonome elektrische Fahrzeuge sind weit verbreitet und werden für den öffentlichen Nahverkehr und Carsharing genutzt. Autonome Züge befördern Leute rund um die Uhr. Der Bedarf an privaten Fahrzeugen sinkt. Der Verkehr wird durch KI gesteuert. Es gibt keinen Stau mehr und kaum noch Unfälle. Flugtaxis befördern Güter und Personen. Drohnen und Roboter liefern Pakete aus. Alle Verkehrsmittel sind miteinander vernetzt und können mit einem Ticket genutzt werden.

Abbildung 52: Vier Szenarien für die Mobilität der Zukunft

ter so“-Szenario, das von einer weitgehenden Beibehaltung der heutigen Verhältnisse ausgeht – insbesondere einer Orientierung am privaten Pkw (vgl. Abbildung 53). Obwohl aus vorherigen Analysen bekannt ist, dass die Gen Z Einschränkungen im Autoverkehr eher skeptisch gegenübersteht, ist der generelle Wunsch nach einer gerechteren, nachhaltigeren und flexibleren Mobilität mehrheitlich vorhanden. Das zeigt sich auch daran, dass über die Hälfte der Befragten das „Multimodalitäts“-Szenario oder das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario positiv bewertet.

Die beste Bewertung (54,3 Prozent) erhält das „Multimodalitäts“-Szenario, das eine vielfältige, digital vernetzte und individuelle Kombination verschiedener Verkehrsmittel vorsieht. Mit 56,3 Prozent wird dieses Szenario von der Gen Z auch für am wahrscheinlichsten eingeschätzt, was zeigt, dass es nicht nur wünschenswert, sondern aus Sicht vieler auch realistisch erscheint. Auch das „Technologie“-Szenario, in dem Innovationen wie autonomes Fahren, Elektrifizierung und intelligente Verkehrssteuerung dominieren, stößt auf relativ breite Zustimmung: 43,9 Prozent der Befragten bewerten diese Zukunftsvariante positiv.

Gleichzeitig zeigt sich bei den beiden Szenarien „Technologie“ und „Nachhaltige Verkehrswelt“ ein gewisser Realismus oder sogar Skeptizismus: Die Einschätzung, dass diese Szenarien tatsächlich eintreten könnten, bleibt hinter der Wunschvorstellung zurück (vgl. Abbildung 54).

Umgekehrt verhält es sich mit dem „Weiter so“-Szenario: Trotz der schwächsten Bewertung hinsichtlich Attraktivität (33,8 Prozent) wird ihm mit 53,4 Prozent eine vergleichsweise hohe Realisierungschance eingeräumt. Hier zeigt sich eine gewisse Resignation oder ein Misstrauen gegenüber politischen Veränderungen – die Gen Z scheint zwar Wandel zu wollen, zweifelt aber an dessen Durchsetzung. Insbesondere beim „Weiter so“-Szenario, „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario und „Technologie“-Szenario zeigt sich eine klare Diskrepanz zwischen Wunsch und Realisierungseinschätzung (vgl. Tabelle 66).

Bemerkenswert ist zudem, dass sich bei allen vier Szenarien rund ein Drittel der Befragten unentschlossen zeigt – sowohl bei der Frage nach der bevorzugten Zukunft als auch der Eintrittswahrscheinlichkeit. Dies deutet auf Unsicherheit, eine gewisse Überforderung oder auch fehlende Orientierung angesichts

Wie gut würde Dir diese mögliche Zukunft gefallen? (Gen Z)

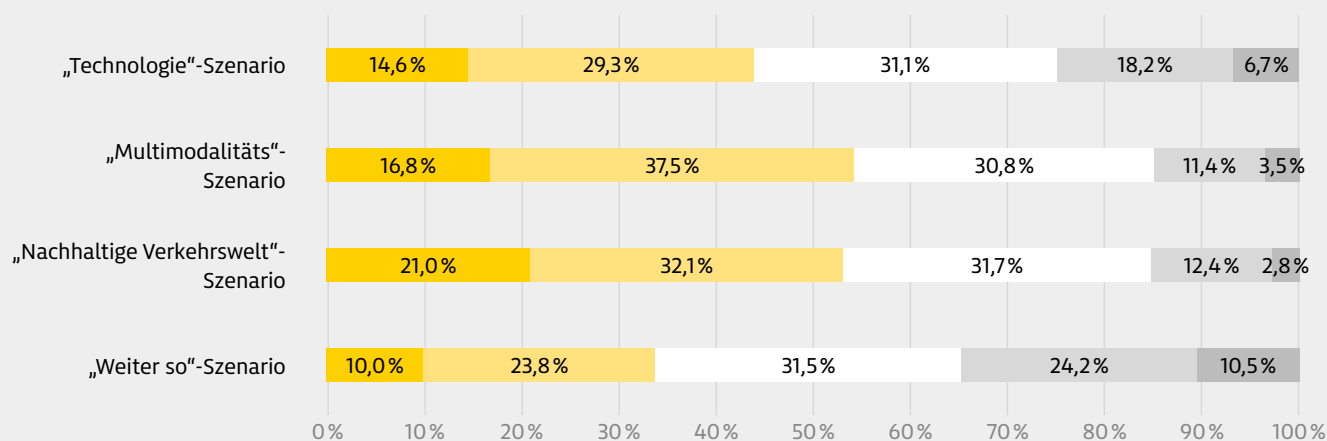
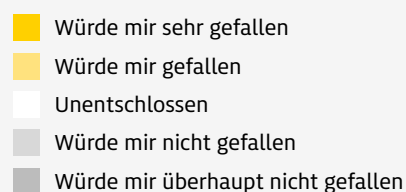


Abbildung 53: Bewertung der Zukunftsszenarien durch die Gen Z

F: Wie gut würde Dir diese mögliche Zukunft gefallen? | n=2006



der vielen möglichen Entwicklungspfade in der Verkehrspolitik hin. Die Mobilität-zukunft ist für viele noch offen – im Denken ebenso wie in der Realität.

Ein Blick auf die verschiedenen Altersgruppen innerhalb der Gen Z (16–18 Jahre, 19–23 Jahre, 24–27 Jahre) zeigt, dass sich die

grundlegenden Zukunftswünsche hinsichtlich der Mobilität kaum unterscheiden. Bei der Frage, welches Mobilitätsszenario den Befragten am besten gefallen würde, lassen sich keine signifikanten Unterschiede in den durchschnittlichen Bewertungen zwischen den Altersgruppen feststellen. Das deutet darauf hin, dass die allgemeine Vision für

Für wie wahrscheinlich hältst Du das Eintreten dieser mögl. Zukunft? (Gen Z)

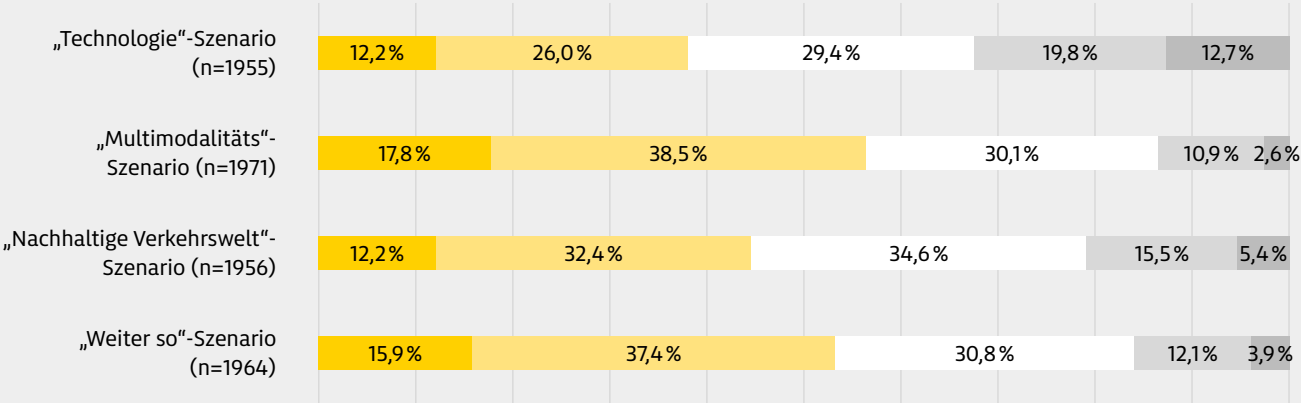


Abbildung 54: Realisierungseinschätzung der Zukunftsszenarien durch die Gen Z

F: Für wie wahrscheinlich hältst du das Eintreten dieser möglichen Zukunft? ausgenommen ‚kann ich nicht beantworten‘

- Sehr wahrscheinlich
- Wahrscheinlich
- Teils, teils
- Unwahrscheinlich
- Sehr Unwahrscheinlich

Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung der Zukunftsszenarien in der Gen Z

	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
„Weiter so“-Szenario	3,01	2,51	0,5
„Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario	2,44	2,69	–0,25
„Multimodalitäts“-Szenario	2,47	2,42	0,05
„Technologie“-Szenario	2,73	2,95	–0,22

Tabelle 66: Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung der Zukunftsszenarien (Gen Z)

* sehr gut (1) - sehr schlecht (5); ** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5)

eine zukünftigen Mobilität in der Gen Z nicht mit dem Altersabschnitt zusammenhängt.

Die allgemeine Zukunftsvision innerhalb der Gen Z wird zudem weitgehend unabhängig vom Wohnort geteilt. Es treten keine signifikanten Unterschiede zwischen Stadt- und Landbevölkerung auf, sowohl hinsichtlich persönlicher Szenarien-Präferenzen als auch hinsichtlich der Frage nach der Eintrittswahrscheinlichkeit.

Deutliche Unterschiede in der Bewertung der Mobilitätsszenarien zeigen sich jedoch im Hinblick auf die soziokulturellen Lebenswelten, gemessen anhand der Sinus-Milieus. Besonders auffällig ist die Polarisierung beim „Weiter so“-Szenario und „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario. Während das „Weiter so“-Szenario im Konsum-Hedonistischen Milieu auf die höchste Zustimmung stößt, wird es vom Postmateriellen Milieu am deutlichsten abgelehnt (vgl. Abbildung 55).

Umgekehrt zeigt sich beim „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario, dass es gerade im Postmateriellen Milieu besonders stark befürwortet wird, während es im Prekären und Traditionellen Milieu, sowie in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte die geringste Zustimmung erfährt (vgl. Abbildung 56). Diese Differenz deutet auf unterschiedliche Werthaltungen und Prioritäten hin – insbesondere zwischen Milieus mit eher nachhaltigkeitsorientierter Grundhaltung und solchen, in denen Sicherheit, Status oder kurzfristiger Komfort eine größere Rolle spielen.

Auffällig ist zudem, dass die Spannweite der Bewertungen beim „Weiter so“-Szenario und beim „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario besonders groß ist. Dies unterstreicht, dass diese beiden Szenarien besonders stark mit grundlegenden Wertfragen verknüpft sind – etwa dem Verhältnis zu Wandel, Nachhaltigkeit oder Tradition –, die in den verschiedenen Milieus sehr unterschiedlich beantwortet werden.

Bewertung des „Weiter so“-Szenarios (Gen Z)

Soziale Lage

Oberschicht/
Obere Mittelschicht

Mittlere Mittelschicht

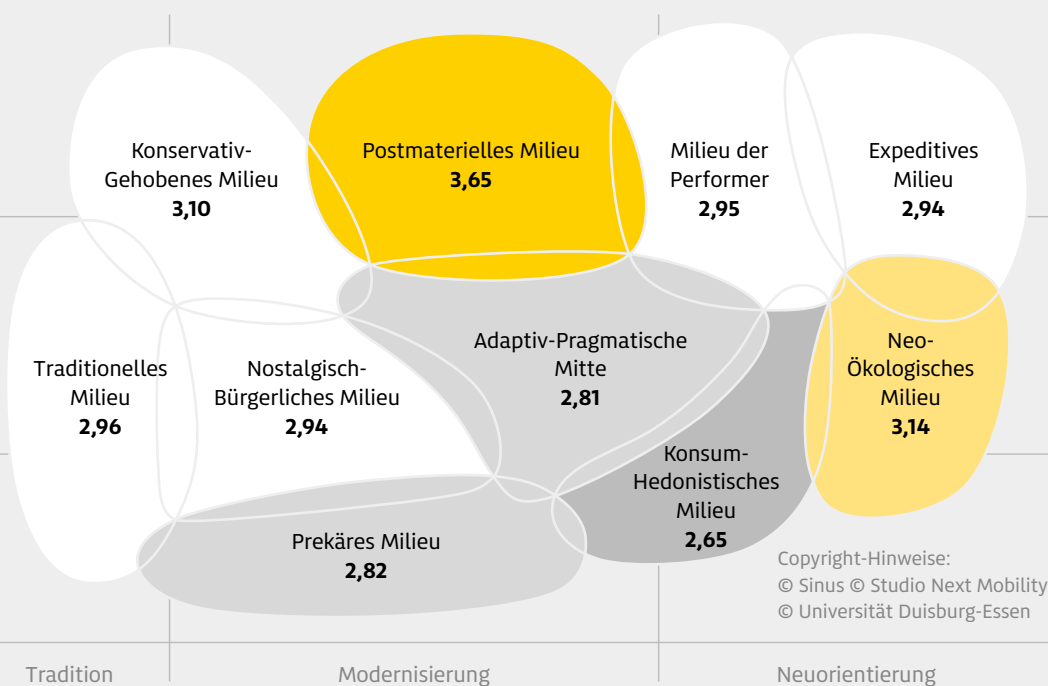
Untere Mittelschicht/
Unterschicht

Grundorientierung ▶

Tradition

Modernisierung

Neuorientierung



Copyright-Hinweise:
© Sinus © Studio Next Mobility
© Universität Duisburg-Essen

Abbildung 55: Durchschnittliche Bewertung des „Weiter so“-Szenarios in der Gen Z nach Sinus-Milieus

Basis: Gen Z (n=2006) | Sample-Durchschnitt: 3,01; Welch-F-Value: 11,631; Signifikanz: <0,001 | Quelle: SINUS | Grafik: eigene Darstellung

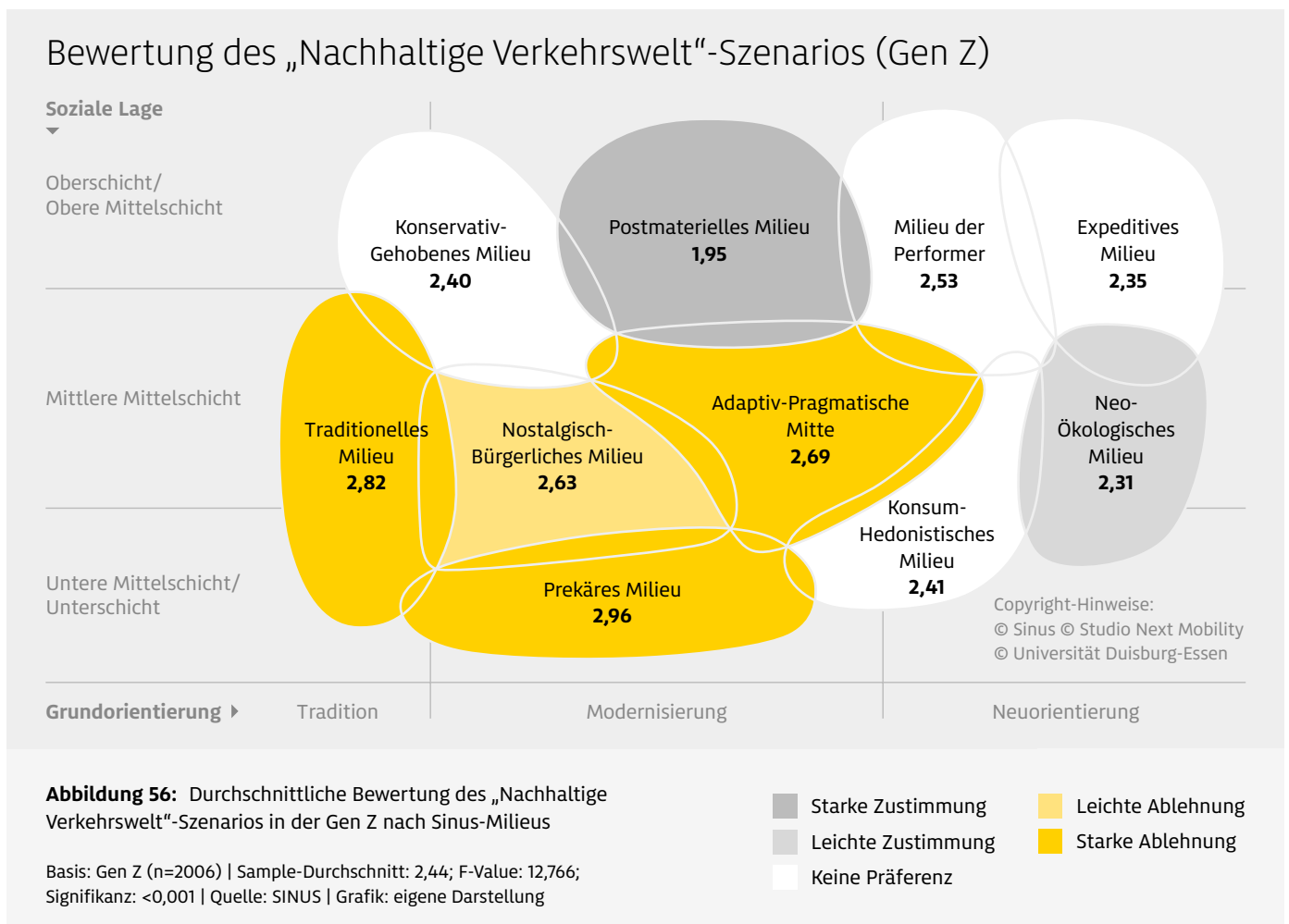
- Starke Zustimmung
- Leichte Zustimmung
- Keine Präferenz
- Leichte Ablehnung
- Starke Ablehnung

Das „Multimodalitäts“-Szenario findet vor allem in den progressiven Milieus wie dem Neo-Ökologischen Milieu Zustimmung – ebenfalls ein Hinweis auf die Affinität zu flexiblen, umweltfreundlichen und urban geprägten Mobilitätsformen (vgl. Abbildung 57). Dieses Szenario findet im Prekären, im Nostalgisch-Bürgerlichen Milieu und in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte die geringste Zustimmung. Grund dafür könnten Kosten- bzw. Zugangsschwellen sowie fehlende Infrastrukturanbindungen sein.

Das „Technologie“-Szenario wiederum erhält tendenziell die stärkste Zustimmung vom progressiv-digitalen, aufgeschlossen-zukunftorientierten Milieu der Expeditiven, dem Konsum-Hedonistischen Milieu und dem Milieu der Performer, während es im Nostalgisch-Bürgerlichen Milieu, Konservativ-Gehobenen Milieu und dem Prekären Milieu deutlich skeptischer betrachtet wird (vgl. Abbildung 58).

Die Analyse der vier Mobilitätsszenarien nach Milieuzugehörigkeit verdeutlicht, dass die Einstellungen zur Zukunft der Mobilität stark durch die grundlegenden Wertorientierungen der Milieus geprägt sind. Während progressive Gruppen wie Postmaterielle, Neo-Ökologische und Expeditiv Wandel als Chance begreifen, Nachhaltigkeit als gesellschaftliche Notwendigkeit anerkennen und sich selbst als aktive Gestalter sehen, überwiegt in traditionelleren sowie sozial stärker belasteten Milieus eine zurückhaltendere Haltung gegenüber tiefgreifenden Veränderungen. Auch der Blick auf technologische Innovationen unterscheidet sich: Für progressive Milieus und Konsum-Hedonisten stellen sie vor allem eine vielversprechende Lösung dar, wohingegen klassische Leit- und traditionelle Milieus eher mögliche Risiken sehen.

Die Diskrepanz zwischen grundsätzlicher Zustimmung und der Einschätzung der Realisierbarkeit zeigt: Viele junge Menschen sind offen für neue Mobilitätskonzepte, zweifeln jedoch daran, dass diese auch tatsächlich



Bewertung des „Multimodalitäts“-Szenarios (Gen Z)

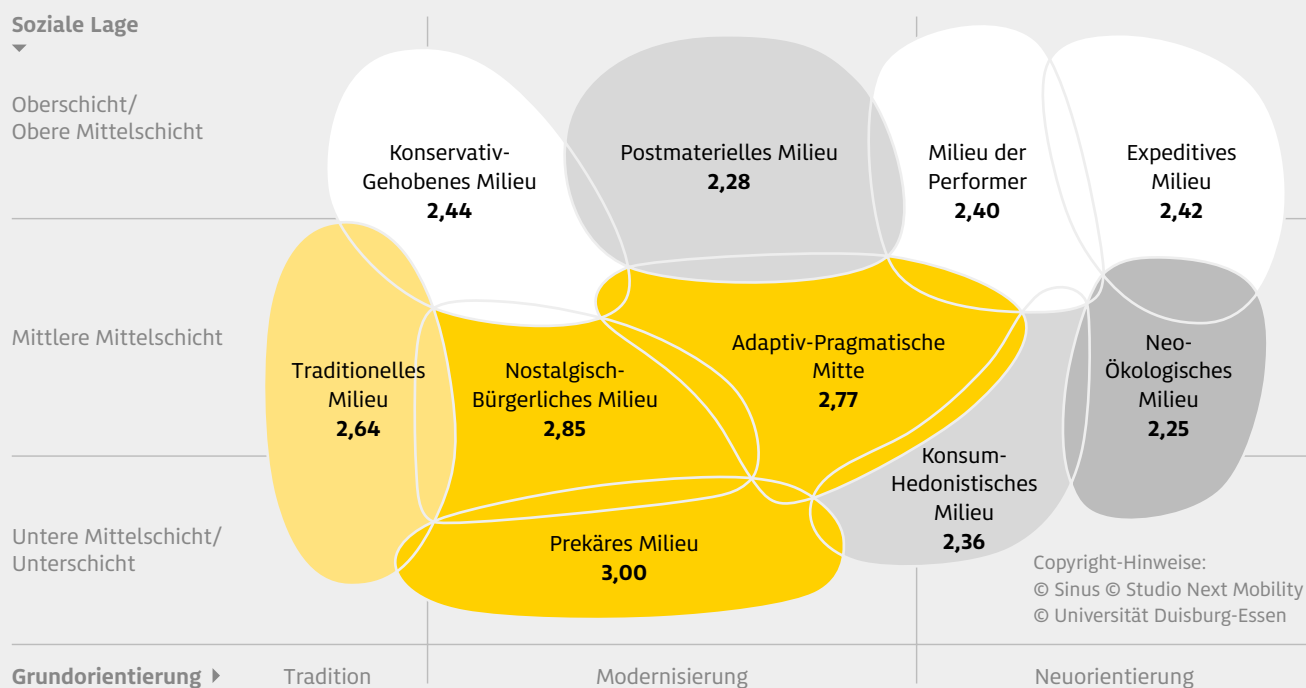


Abbildung 57: Durchschnittliche Bewertung des „Multimodalitäts“-Szenarios in der Gen Z nach Sinus-Milieus

Basis: Gen Z (n=2006) | Sample-Durchschnitt: 2,47; Welch-F-Value: 8,959; Signifikanz: <0,001 | Quelle: SINUS | Grafik: eigene Darstellung

Starke Zustimmung
 Leichte Zustimmung
 Keine Präferenz
 Leichte Ablehnung
 Starke Ablehnung

umgesetzt werden – sei es aufgrund politischer Trägheit, fehlender Infrastruktur oder wirtschaftlicher Hürden. Besonders deutlich wird dies beim „Technologie“- und „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario.

Um generationale Unterschiede in Vision und Realitätserwartung sichtbar zu machen, ist auch ein Vergleich mit den Sichtweisen der älteren Generationen von Bedeutung.

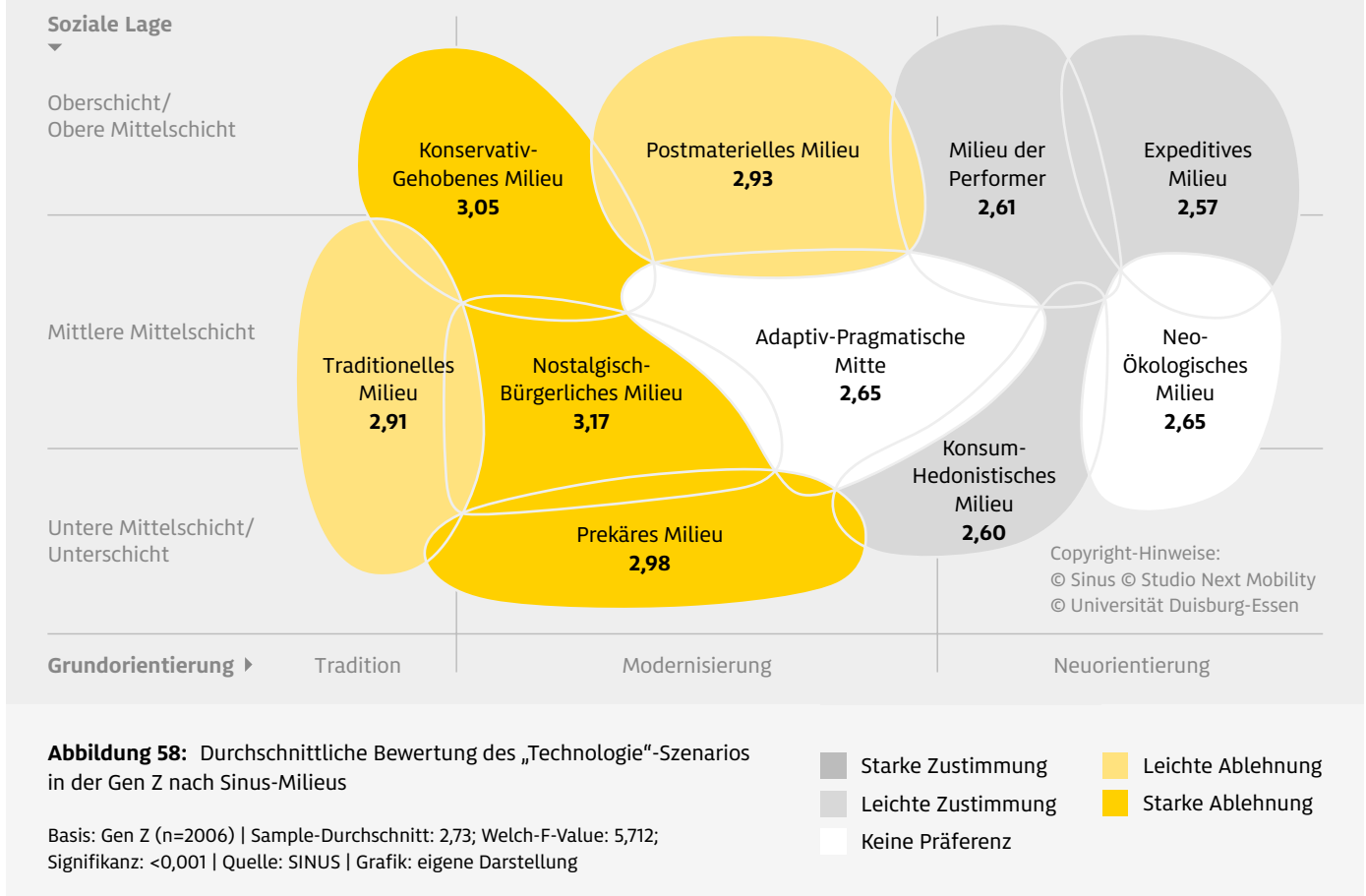
Ein Vergleich der Szenario-Bewertungen zwischen den Generationen offenbart klare Muster und deutliche Differenzen: Besonders auffällig ist der Bruch zwischen den jüngeren Generationen – Gen Z und Gen Y – und den älteren Kohorten – Gen X und den Babyboommern. Die Bewertungen von Gen Z und Gen Y stimmen in vielen Punkten überein und zeichnen ein ähnliches Bild einer wünschenswerten Mobilitätszukunft.

Beim „Weiter so“-Szenario, das den Status quo fortschreibt, gehen die Meinungen stärker auseinander. Jeweils 33,9 Prozent der Gen Z und Gen Y bewerten dieses Szenario positiv, während das Szenario bei 23,6 Prozent der Gen X und nur 14,9 Prozent der Boomer Zustimmung erfährt. Gerade zwischen Gen Z und den Boomern zeigt sich hier die größte Meinungsdivergenz.

Die drei zukunftsorientierten Szenarien – „Nachhaltige Verkehrswelt“ (vgl. Abbildung 59), „Multimodalität“ und „Technologie“ (vgl. Abbildung 61) – erhalten ebenfalls mehr Zustimmung von Gen Z und Gen Y. Insbesondere das „Technologie“-Szenario wird zwar von Gen Z und Gen Y (43,8 Prozent, 43 Prozent) begrüßt, findet jedoch in der Gen X nur bei 27,7 Prozent Zustimmung.

Bei der Realisierungseinschätzung zeigen sich die beiden ältesten Generationen X und Boomer insgesamt deutlich skeptischer

Bewertung des „Technologie“-Szenarios (Gen Z)



als die Gen Z und bewerten die Szenarien häufiger als unrealistisch. Die Gen Z sieht insbesondere beim „Multimodalitäts“-Szenario eine etwas höhere Eintrittswahrscheinlichkeit (56,4 Prozent) als die Gen Y (50,4 Prozent), ansonsten sind ihre Einschätzungen sehr ähnlich. Im Gegensatz dazu zeigen sich Gen X und Boomer deutlich skeptischer – insbesondere gegenüber dem „Technologie“- (vgl. Abbildung 62) und dem „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario (vgl. Abbildung 60). Hier werden Fortschritte in der Umsetzung deutlich zurückhaltender eingeschätzt: Während 44,5 Prozent der Gen Z das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario und 38,2 Prozent der Gen Z das „Technologie“-Szenario für wahrscheinlich halten sind es beim „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario in den älteren Generationen nur 25,9 Prozent (Gen X) bzw. 33,4 Prozent (Boomer) und beim „Technologie“-Szenario 22,6 Prozent (Gen X) bzw. 17,7 Prozent (Boomer).

Insgesamt ist in den älteren Generationen die Diskrepanz zwischen Wunsch und Realität noch größer als bei Gen Z und Gen Y (vgl. Tabelle 67 und Tabelle 68). Diese Spannungen in allen Generationen unterstreichen das Changieren zwischen Aufbruchsstimmung und Skepsis, zwischen Offenheit für Neues und der realistischen Einschätzung bestehender Barrieren.

Schließlich zeigt sich, dass Unschlüssigkeit ein generationenübergreifendes Phänomen ist: Rund ein Drittel der Befragten in allen Generationen gibt an, sich bei einzelnen Szenarien weder klar für noch gegen eine Option entscheiden zu können. Auch wenn die Stärke der Unentschiedenheit je nach Szenario leicht variiert, verdeutlicht dies, wie komplex und offen die Zukunft der Mobilität für viele Menschen derzeit noch erscheint.

Szenarioempfinden – das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario

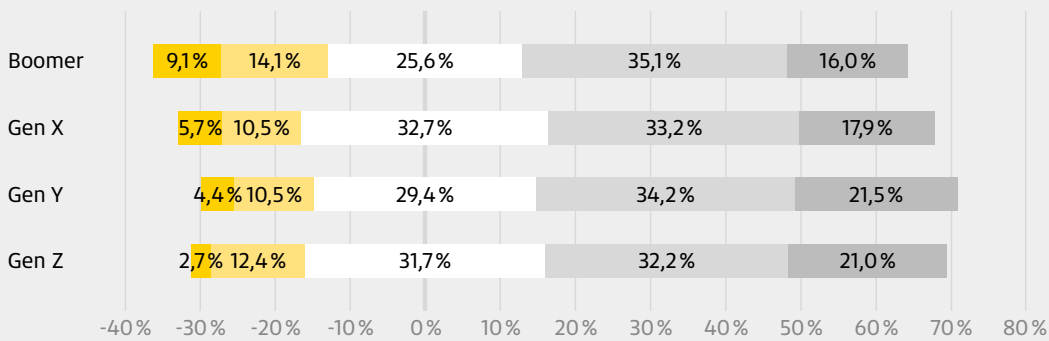


Abbildung 59: Bewertung „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario je Generation

n=1998 | Pearson-Chi-Quadrat: 32,519; p=0,001

■ Würde mir nicht gefallen ■ Würde mir gefallen
■ Würde mir weniger gefallen ■ Würde mir sehr gefallen
■ Unentschieden

Realitätseinschätzung – das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario

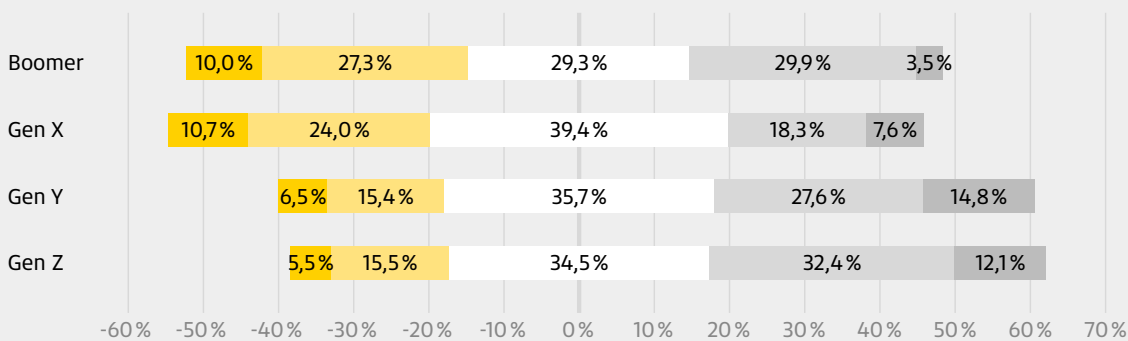


Abbildung 60: Realisierungseinschätzung für das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario je Generation

n=1924, ausgenommen ‚kann ich nicht beantworten‘
Pearson-Chi-Quadrat: 101,771; p<0,001

■ Sehr unwahrscheinlich ■ Wahrscheinlich
■ Unwahrscheinlich ■ Sehr wahrscheinlich
■ Teils, teils

Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung des „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario in den Generationen

	Generation	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario	Boomer	2,65	3,1	-0,45
	Gen X	2,53	3,12	-0,59
	Gen Y	2,42	2,71	-0,29
	Gen Z	2,44	2,69	-0,25

Tabelle 67: Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung des „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario in den Generationen

* sehr gut (1) - sehr schlecht (5), Welch-F(3, 1014,56)=4,392, p=0,004; ** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5), F(3, 1919)=22,742, p<0,001

Szenarioempfinden – das „Technologie“-Szenario

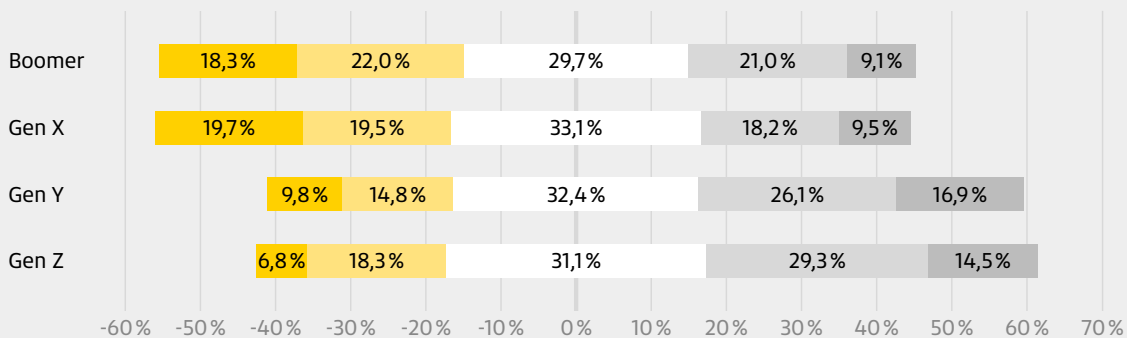


Abbildung 61: Bewertung des „Technologie“-Szenarios je Generation

n=2000 | Pearson-Chi-Quadrat: 81,923; p<0,001

■ Würde mir nicht gefallen
■ Würde mir weniger gefallen
■ Unentschieden
■ Würde mir gefallen
■ Würde mir sehr gefallen

Realitätseinschätzung – das „Technologie“-Szenario

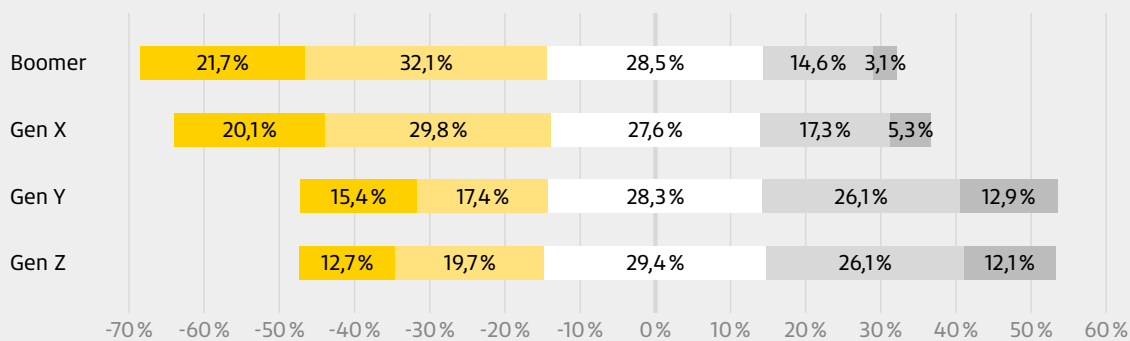


Abbildung 62: Realisierungseinschätzung des „Technologie“-Szenarios je Generation

n=1900, ausgenommen ‚kann ich nicht beantworten‘
Pearson-Chi-Quadrat: 108,298; p<0,001

■ Sehr unwahrscheinlich
■ Unwahrscheinlich
■ Teils, teils
■ Wahrscheinlich
■ Sehr wahrscheinlich

Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung des „Technologie“-Szenarios in den Generationen

	Generation	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Das „Technologie“-Szenario	Boomer	2,98	3,55	-0,57
	Gen X	3,19	3,42	-0,23
	Gen Y	2,75	2,96	-0,21
	Gen Z	2,73	2,95	-0,25

Tabelle 68: Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung des „Technologie“-Szenarios in den Generationen

* sehr gut (1) - sehr schlecht (5), F(3, 1995)=24,866, p<0,001; ** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5), F(3, 1897)=31,964, p<0,001

Innovationen der Zukunft

Zukunftsorientierte Innovationen gelten als ein Schlüssel zur nachhaltigen und effizienten Mobilität von morgen. Doch wie blickt die Gen Z auf diese Entwicklungen? Im weiteren Verlauf wird untersucht, welche konkreten technologischen und infrastrukturellen Neuerungen die Gen Z als attraktiv empfindet (vgl. Abbildung 63) – und welchen davon sie tatsächlich eine realistische Umsetzungschance einräumt (vgl. Abbildung 64). Die Einschätzungen der Gen Z geben Aufschluss darüber, welche Mobilitätsinnovationen gesellschaftliche Akzeptanz finden könnten und wo Skepsis oder Zurückhaltung dominieren.

Aufbauend auf aktuellen technologischen Entwicklungsperspektiven wurden Meinungen zu autonomem Fahren – bezogen auf den ÖPNV aber auch auf den motorisierten Individualverkehr –, zu Flugtaxis und Flugdrohnen, Seilbahnen und Elektrifizierung aller Pkw und Lkw abgefragt. Die Gen Z bewertet die Innovation „alle Autos und Lkw

fahren elektrisch“ unter allen abgefragten Maßnahmen durchschnittlich am besten (43,1 Prozent). Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Elektrifizierung des Verkehrs bereits konkret erfahrbar ist und jungen Menschen dadurch besonders greifbar erscheint. Trotzdem wird die Realisierbarkeit dieser Maßnahme allerdings etwas skeptischer eingeschätzt (38,8 Prozent) – ein Hinweis darauf, dass die Gen Z zwar das Ziel unterstützt, aber Hürden in der flächendeckenden Umsetzung wahrnimmt.

Nach der Elektrifizierung finden Flugtaxis und Flugdrohnen sowie Seilbahnen die größte Zustimmung (35,9 Prozent). Gleichzeitig zeigt sich hier jedoch die größte Diskrepanz zwischen Wunsch und Realisierungseinschätzung (23,9 Prozent). Das deutet darauf hin, dass diese Technologien eher visionär als konkret vorstellbar erscheinen und eher mit Faszination als mit realitätsnaher Erwartung bewertet werden (vgl. Tabelle 69).

Wie fändest Du es, wenn die folgenden Innovationen in den nächsten zehn Jahren Teil unseres Alltags wären? (Gen Z)

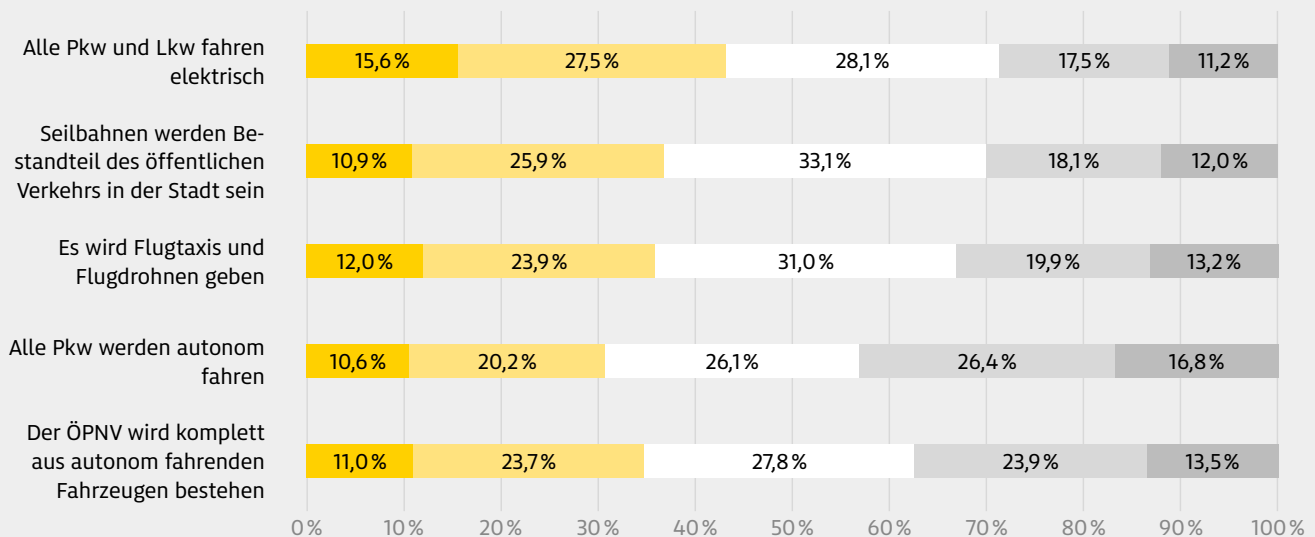
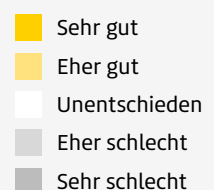


Abbildung 63: Bewertung von Innovationen in der Gen Z

F: Wie fändest Du es, wenn die folgenden Innovationen in den nächsten zehn Jahren Teil unseres Alltags wären?
n=2006



Autonomes Fahren erfährt im Vergleich die geringste Zustimmung – insbesondere im Bereich des motorisierten Individualverkehrs (30,8 Prozent). Etwas besser schneidet es im Zusammenhang mit dem ÖPNV ab (34,7 Prozent), was möglicherweise mit einem höheren Vertrauen in kollektive und überwachte Systeme zusammenhängt. Bemerkenswert ist, dass beim autonomen Fahren die Einschätzung zur Attraktivität und zur Realisierbarkeit relativ nah beieinander liegt – die Gen Z scheint in diesem Bereich eine realistische, aber zurückhaltende Haltung einzunehmen.

Bei der differenzierten Altersbetrachtung innerhalb der Gen Z zeigen sich stellenweise signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Innovationen. Die Bewertungen liegen auf einer Skala zwischen 1 und 5, wobei 1 eine sehr gute bzw. sehr wahrscheinliche Bewertung und 5 eine sehr schlechte bzw. sehr unwahrscheinliche Bewertung abbildet (vgl. Tabelle 70). Bei den Maßnahmen autonomes Fahren beim ÖPNV, Flugtaxi und Flugdrohnen sowie Seilbahnen

zeigt sich der allgemeine Trend, dass mit steigendem Alter die Innovationen besser bewertet werden und auch als realistischer in der Umsetzung eingeschätzt werden. Die 24- bis 27-Jährigen bewerten den autonom fahrenden ÖPNV um 0,19 Bewertungspunkte besser als die 16- bis 18-Jährigen und schätzen die Innovation um 0,11 Bewertungspunkte realitätsnäher ein als die Jüngsten. Flugtaxi und Flugdrohnen werden von den ältesten durchschnittlich um jeweils 0,17 Bewertungspunkte besser bewertet und realitätsnäher eingeschätzt als bei den 16- bis 18-Jährigen. Die Etablierung von Seilbahnen in den Städten wird von den 24- bis 27-Jährigen sogar um durchschnittlich 0,21 Bewertungspunkte besser bewertet und um 0,23 Bewertungspunkte realisierbarer.

Der Generationenvergleich zeigt signifikante Unterschiede hinsichtlich der Bewertung der Innovationen als auch der Realisierungseinschätzung.

Beim Thema autonomes Fahren zeigt sich ein differenziertes Bild zwischen öffentlichem

Für wie wahrscheinlich hältst Du es, dass die folgenden Innovationen in den nächsten zehn Jahren Teil unseres Alltags sein werden? (Gen Z)

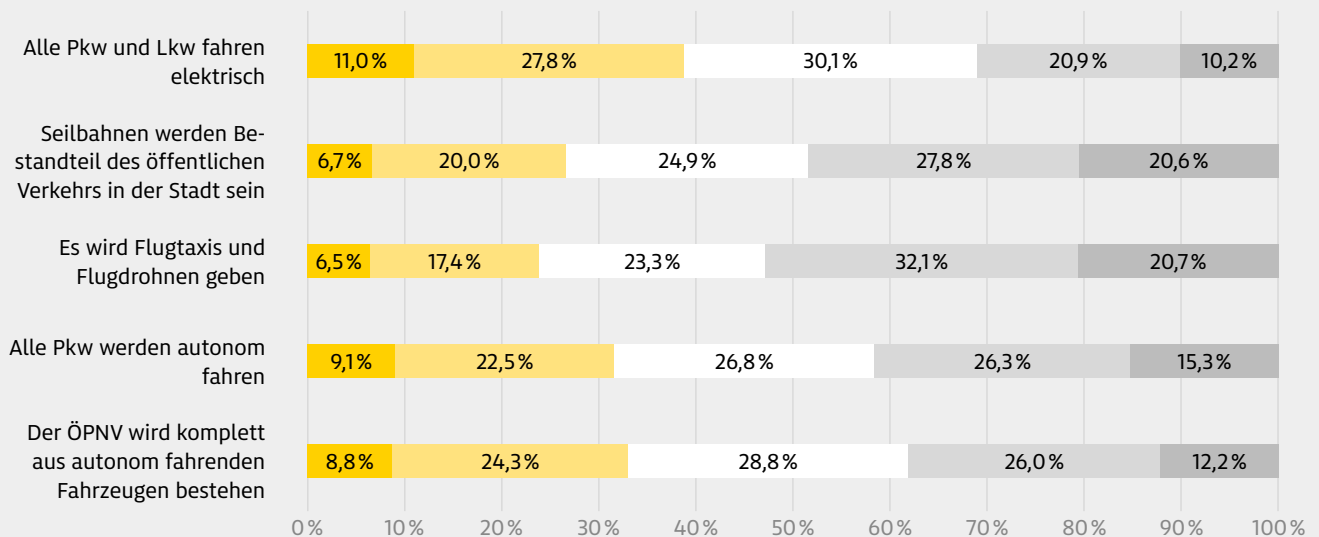
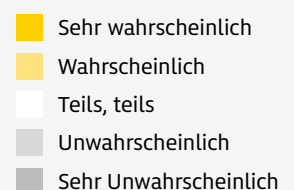


Abbildung 64: Realisierungseinschätzung von Innovationen in der Gen Z

F: Für wie wahrscheinlich hältst Du es, dass die folgenden Innovationen in den nächsten zehn Jahren Teil unseres Alltags sein werden?
n=2006



Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung von zukünftigen Innovationen in der Gen Z

	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Der ÖPNV wird komplett aus autonom fahrenden Fahrzeugen bestehen	3,05	3,08	-0,03
Alle Pkw werden autonom fahren	3,19	3,16	0,03
Es wird Flugtaxis und Flugdrohnen geben	2,98	3,43	-0,45
Seilbahnen werden Bestandteil des öffentlichen Verkehrs in der Stadt sein	2,94	3,36	-0,42
Alle Pkw und Lkw fahren elektrisch	2,81	2,92	-0,11

Tabelle 69: Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung von zukünftigen Innovationen in der Gen Z

n=2006 | * sehr gut (1) - sehr schlecht (5); ** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5)

Attraktivität und Realisierungseinschätzung zukünftiger Innovationen innerhalb der Gen Z

	Alter	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**
Der ÖPNV wird komplett aus autonom fahrenden Fahrzeugen bestehen	(16–18 J.)	3,14	3,12
	(19–23 J.)	3,09	3,13
	(24–27 J.)	2,95	3,01
	Signifikanz	F(2, 2003)=4,675; p=0,009	F(2, 2003)=2,242; p=0,107
Es wird Flugtaxis und Flugdrohnen geben	(16–18 J.)	3,04	3,51
	(19–23 J.)	3,06	3,46
	(24–27 J.)	2,87	3,34
	Signifikanz	F(2, 2003)=5,081; p=0,006	F(2, 2003)=3,657; p=0,026
Seilbahnen werden Bestandteil des öffentlichen Verkehrs in der Stadt sein	(16–18 J.)	3,08	3,52
	(19–23 J.)	2,93	3,31
	(24–27 J.)	2,87	3,29
	Signifikanz	F(2, 2003)=5,088; p=0,006	F(2, 2003)=6,279; p=0,002

Tabelle 70: Diskrepanz zwischen der durchschnittlichen Bewertung und Realisierungseinschätzung von zukünftigen Innovationen innerhalb der Altersgruppen der Gen Z

n=2006 | * sehr gut (1) - sehr schlecht (5); ** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5)

Verkehr und motorisiertem Individualverkehr sowie zwischen den Generationen. Grundsätzlich steht die Gen Z dem autonomen Fahren – sowohl im ÖPNV als auch im Individualverkehr – im Vergleich zu den älteren Generationen offen gegenüber. Besonders beim autonomen ÖPNV äußern Gen Z und Gen Y

sowohl eine hohe Attraktivität (Gen Z: 3,05, Gen Y: 3,02) (vgl. Abbildung 65) als auch eine realistische Einschätzung der Umsetzbarkeit (Gen Z: 3,08, Gen Y: 2,09 (vgl. Abbildung 66)). Die Differenz zwischen Wunsch und Realisierungseinschätzung ist hier in allen Generationen gering (vgl. Tabelle 71). Anders fällt das

Wunsch – der ÖPNV wird komplett aus autonom fahrenden Fahrzeugen bestehen

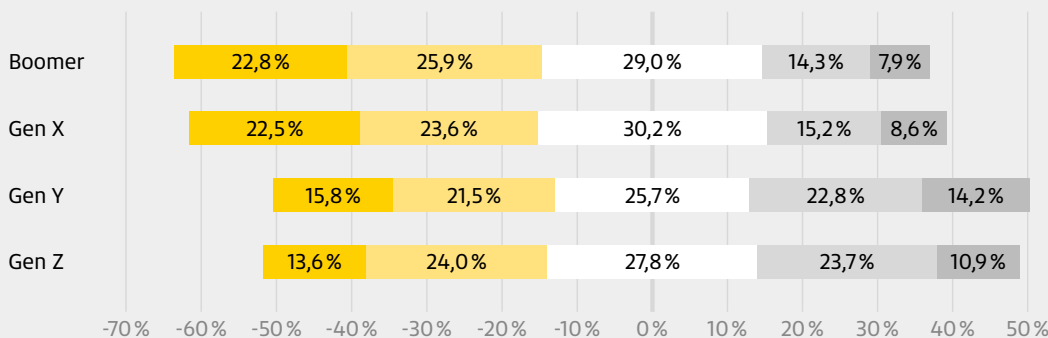
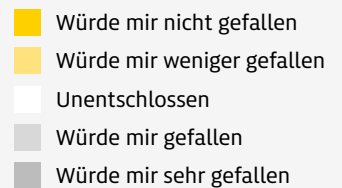


Abbildung 65: Bewertung von autonom fahrendem ÖPNV in den Generationen

n=1999 | Pearson-Chi-Quadrat: 52,190; $p < 0,001$



Realitätseinschätzung – der ÖPNV wird komplett aus autonom fahrenden Fahrzeugen bestehen

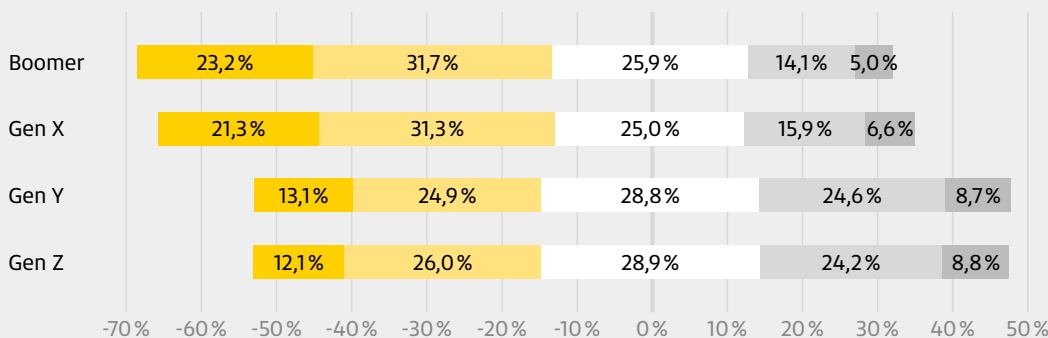
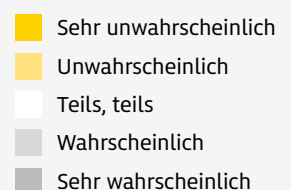


Abbildung 66: Realisierungseinschätzung von autonom fahrendem ÖPNV in den Generationen

n=2000 | Pearson-Chi-Quadrat: 64,537; $p < 0,001$



Diskrepanz zwischen durchschnittlicher Bewertung und Realisierungseinschätzung von autonom fahrendem ÖPNV in den Generationen

	Generation	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Der ÖPNV wird komplett aus autonom fahrenden Fahrzeugen bestehen	Boomer	3,41	3,54	-0,13
	Gen X	3,36	3,44	-0,08
	Gen Y	3,02	3,09	-0,07
	Gen Z	3,05	3,08	-0,03

Tabelle 71: Diskrepanz zwischen durchschnittlicher Bewertung und Realisierungseinschätzung von autonom fahrendem ÖPNV in den Generationen

n=2000 | * sehr gut (1) - sehr schlecht (5), F(3, 1995)=14,142, p<0,001; ** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5), F(3, 1995)=20,579, p<0,001

Bild beim autonomen Individualverkehr aus (vgl. Abbildung 67): Hier zeigt sich eine insgesamt deutlich zurückhaltendere Haltung. Zwar wünscht sich die Gen Y autonome Pkw mit einer Bewertung von 3,12 am stärksten (vgl. Gen Z: 31,9), doch die Gen Z hält deren Realisierung mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,08 am ehesten für wahrscheinlich (vgl. Abbildung 68). In den älteren Generationen überwiegen Skepsis: Die Bewertungen sind deutlich negativer (Gen X: 3,56, Boomer: 3,65), und die Realisierungschancen werden eher niedrig eingeschätzt (Gen X: 3,7, Boomer: 3,9). Autonomes Fahren wird somit generationenübergreifend kritisch gesehen – die älteren Generationen blicken dieser Maßnahme jedoch nochmal skeptischer entgegen (vgl. Tabelle 72).

Die Bewertung von Flugtaxis und Flugdrohnen zeigt generationenübergreifend ein deutliches Missverhältnis zwischen Wunschvorstellung (vgl. Abbildung 69) und Realitätseinschätzung (vgl. Abbildung 70). Zwar ist in allen Altersgruppen ein gewisses Interesse oder eine Faszination für diese visionäre Mobilitätsform erkennbar, doch die Einschätzung, dass sich Flugtaxis und Drohnen tatsächlich durchsetzen werden, fällt deutlich verhaltener aus. Besonders die Boomer-Generation äußert sich hierbei am kritischsten – mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,42 hinsichtlich der Attraktivität (vgl. Gen Z: 2,98) und einer durchschnittlichen Bewertung der Eintrittswahrscheinlichkeit von 3,63 (vgl. Gen Z: 3,43) (vgl. Tabelle 73).

Seilbahnen als städtisches Verkehrsmittel stoßen in der Bevölkerung grundsätzlich auf eine gewisse Offenheit, insbesondere in der Gen Y, in der die Bewertung dieser Innovation mit 2,9 am positivsten ausfällt (vgl. Abbildung 71). Auch die Gen Z zeigt sich vergleichsweise (2,98) aufgeschlossen. Sie bewertet die Aussage, dass Seilbahnen künftig Teil des öffentlichen Verkehrs in Städten sein werden, durchschnittlich als wahrscheinlicher (3,36) als die älteren Generationen (Gen Y: 3,4, Gen X: 3,71, Boomer: 3,85) (vgl. Abbildung 72). Am skeptischsten zeigen sich auch hier die Boomer, sowohl was die Attraktivität als auch die Eintrittswahrscheinlichkeit betrifft.

Die Elektrifizierung des Verkehrs wird von der Mehrheit der Befragten generationenübergreifend befürwortet – insbesondere von der Gen Z (2,81) und der Gen Y (2,8), die sich diese Entwicklung am stärksten wünschen (vgl. Abbildung 73). Gleichzeitig geht die Gen Z mit einer Bewertung von 2,92 auch am ehesten davon aus, dass sich flächendeckend elektrische Fahrzeuge tatsächlich durchsetzen werden (vgl. Abbildung 74). Im Gegensatz dazu zeigen sich die Boomer deutlich skeptischer: Sie halten eine vollständige Elektrifizierung des Verkehrs am unwahrscheinlichsten (3,56). Dennoch zeigt sich insgesamt über alle Altersgruppen hinweg, dass der Wunsch nach elektrischen Antrieben die Einschätzung ihrer realistischen Umsetzbarkeit übersteigt. Dies kann als Hinweis auf bestehende Zweifel an den politischen, infrastrukturellen oder wirtschaftlichen Rahmenbedingungen interpretiert werden (vgl. Tabelle 75).

Wunsch – alle Pkw werden autonom fahren

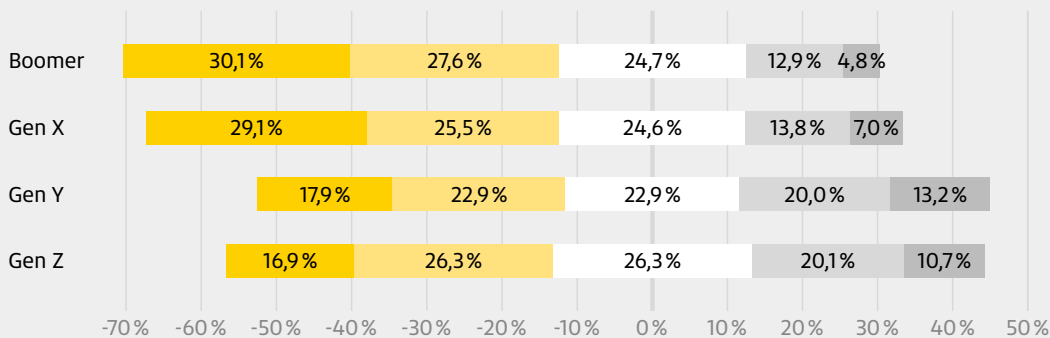


Abbildung 67: Bewertung von autonom fahrenden Pkw in den Generationen

n=1999 | Pearson-Chi-Quadrat: 72,527; p<0,001

■ Würde mir nicht gefallen
■ Würde mir weniger gefallen
■ Unentschlossen
■ Würde mir gefallen
■ Würde mir sehr gefallen

Realisierungseinschätzung – alle Pkw werden autonom fahren

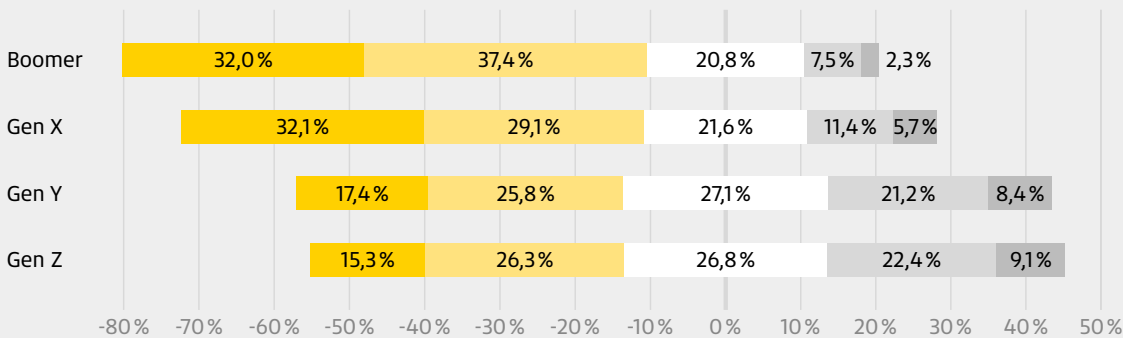


Abbildung 68: Realisierungseinschätzung von autonom fahrenden Pkw in den Generationen

n=1999, Pearson-Chi-Quadrat: 140,373; p<0,001

■ Sehr unwahrscheinlich
■ Unwahrscheinlich
■ Teils, teils
■ Wahrscheinlich
■ Sehr wahrscheinlich

Diskrepanz zwischen durchschnittlicher Bewertung und Realisierungseinschätzung von autonom fahrenden Pkw in den Generationen

	Generation	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Alle Pkw werden autonom fahren	Boomer	3,65	3,90	-0,25
	Gen X	3,56	3,70	-0,14
	Gen Y	3,12	3,23	-0,11
	Gen Z	3,19	3,16	0,03

Tabelle 72: Diskrepanz zw. durchschnittl. Bewertung u. Realisierungseinschätzung von auton. fahrenden Pkw in den Generationen

n=1999 | * sehr gut (1) - sehr schlecht (5), F(3, 1995)=23,399, p<0,001;

** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5), Welch-F(3, 1012,479)=48,386, p<0,001

Wunsch – es wird Flugtaxis und Flugdrohnen geben

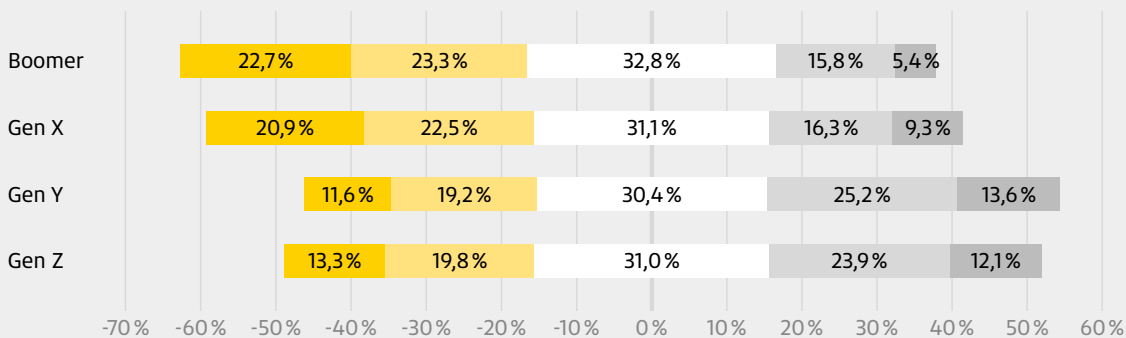
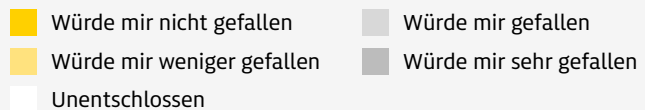


Abbildung 69: Bewertung von Flugtaxis und Flugdrohnen in den Generationen

n=1999 | Pearson-Chi-Quadrat: 68,848; p<0,001



Realisierungseinschätzung – Es wird Flugtaxis und Flugdrohnen geben

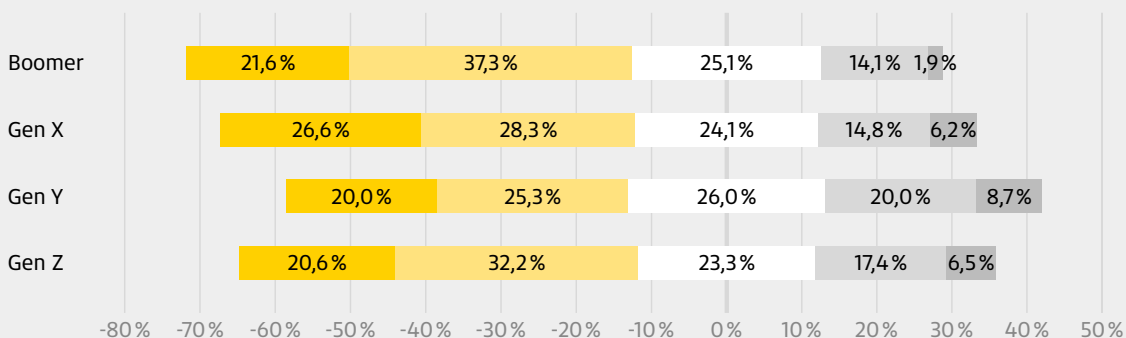
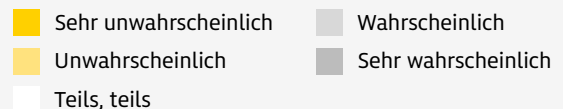


Abbildung 70: Realitätseinschätzung von Flugtaxis und Flugdrohnen in den Generationen

n=2002 | Pearson-Chi-Quadrat: 50,259; p<0,001



Diskrepanz zwischen durchschnittlicher Bewertung und Realisierungseinschätzung von Flugtaxis und Flugdrohnen in den Generationen

	Generation	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Es wird Flugtaxis und Flugdrohnen geben	Boomer	3,42	3,63	-0,21
	Gen X	3,30	3,54	-0,24
	Gen Y	2,90	3,28	-0,38
	Gen Z	2,98	3,43	-0,45

Tabelle 73: Diskrepanz zw. durchschnittl. Bewertung u. Realisierungseinschätzung von Flugtaxis u. Flugdrohnen in den Generationen

n=1999 | * sehr gut (1) - sehr schlecht (5), F(3, 1995)=22,012, p<0,001;

** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5), Welch-F(3, 1016,659)=9,588, p<0,001

Wunsch – Seilbahnen werden Bestandteil des öffentlichen Verkehrs

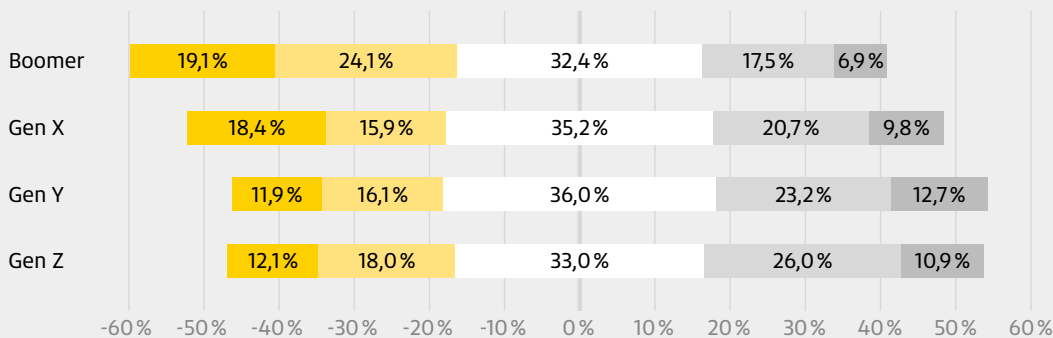


Abbildung 71: Bewertung von Seilbahnen in den Generationen

n=2000 | Pearson-Chi-Quadrat: 45,458; p<0,001

■ Würde mir nicht gefallen
■ Würde mir weniger gefallen
■ Unentschlossen
■ Würde mir gefallen
■ Würde mir sehr gefallen

Realisierungseinsch. – Seilbahnen werden Bestandt. des öffentl. Verkehrs

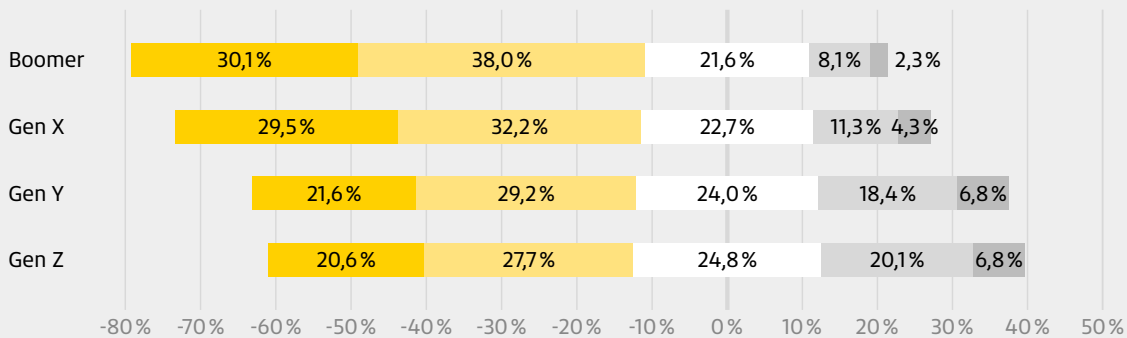


Abbildung 72: Realitätseinschätzung von Seilbahnen in den Generationen

n=2000 | Pearson-Chi-Quadrat: 50,259; p<0,001

■ Sehr unwahrscheinlich
■ Unwahrscheinlich
■ Teils, teils
■ Wahrscheinlich
■ Sehr wahrscheinlich

Diskrepanz zwischen durchschnittlicher Bewertung und Realisierungseinschätzung von Seilbahnen in den Generationen

	Generation	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Seilbahnen werden Bestandteil des öffentlichen Verkehrs in der Stadt sein	Boomer	3,31	3,85	-0,54
	Gen X	3,12	3,71	-0,59
	Gen Y	2,91	3,4	-0,49
	Gen Z	2,94	3,36	-0,42

Tabelle 74: Diskrepanz zw. durchschnittl. Bewertung u. Realisierungseinsch. von Flugtaxi und Flugdrohnen in den Generationen

n=2000 | * sehr gut (1) - sehr schlecht (5), F(3, 1995)=12,004, p<0,001;

** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5), Welch-F(3, 1010,063)=21,821, p<0,001

Wunsch – alle Pkw und Lkw fahren elektrisch

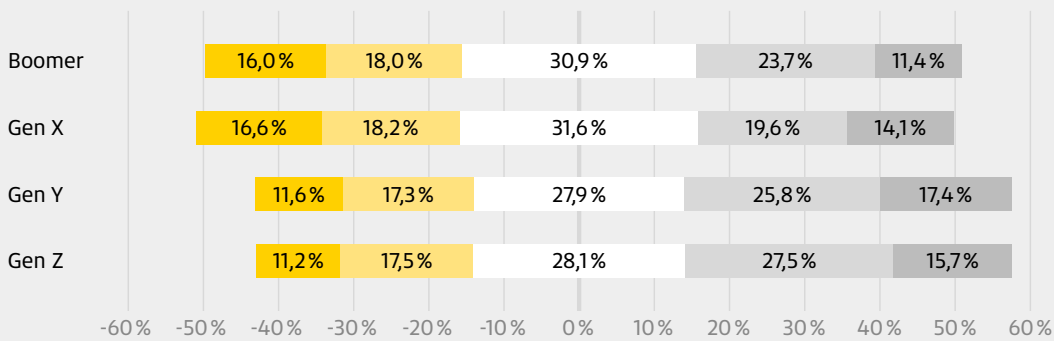


Abbildung 73: Bewertung einer Elektrifizierung von Pkw und Lkw in den Generationen

n=2001, Pearson-Chi-Quadrat: 24,556; p=0,017

■ Würde mir nicht gefallen
■ Würde mir weniger gefallen
■ Unentschieden
■ Würde mir gefallen
■ Würde mir sehr gefallen

Realisierungseinschätzung – alle Pkw und Lkw fahren elektrisch

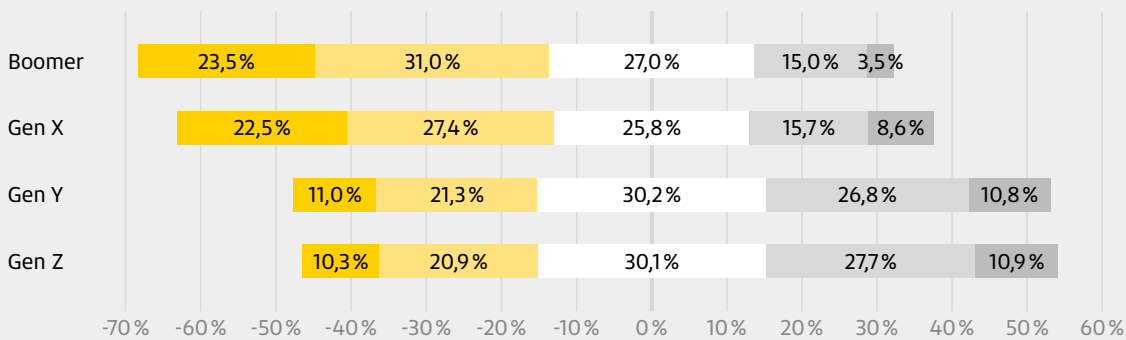


Abbildung 74: Realisierungseinschätzung einer Elektrifizierung von Pkw und Lkw in den Generationen

n=1999, Pearson-Chi-Quadrat: 113,245; p<0,001

■ Sehr unwahrscheinlich
■ Unwahrscheinlich
■ Teils, teils
■ Wahrscheinlich
■ Sehr wahrscheinlich

Diskrepanz zw. durchschnittl. Bewertung und Realisierungseinschätzung einer gesamtheitlichen Elektrifizierung des Pkw- und Lkw-Verkehrs

	Generation	durchschnittliche Bewertung*	durchschnittliche Realitätseinschätzung**	Diskrepanz Bewertung – Realitätseinschätzung
Alle Pkw und Lkw fahren elektrisch	Boomer	3,03	3,56	-0,53
	Gen X	3,04	3,39	-0,35
	Gen Y	2,80	2,95	-0,15
	Gen Z	2,81	2,92	-0,11

Tabelle 75: Diskrepanz zwischen durchschnittlicher Bewertung und Realisierungseinschätzung einer gesamtheitlichen Elektrifizierung des Pkw- und Lkw-Verkehrs in den Generationen

n=2001 | * sehr gut (1) - sehr schlecht (5), F(3, 1995)=5,881; p<0,001;

** sehr wahrscheinlich (1) - sehr unwahrscheinlich (5), Welch-F(3, 1016,099)=37,671; p<0,001

Die Ergebnisse verdeutlichen markante generationenspezifische Unterschiede im Blick auf zukünftige Mobilitätsinnovationen. Während die Gen Y sich besonders offen für neue technologische Entwicklungen zeigt, bringt die Gen Z eine hohe Anschlussfähigkeit an Innovationen mit – begegnet deren Realisierbarkeit jedoch mit pragmatischer Zurückhaltung. Beide jüngeren Generationen blicken insgesamt optimistischer in die mobile Zukunft und zeigen eine größere Offenheit gegenüber Veränderungen. Demgegenüber stehen die Gen X und insbesondere die Boomer, die sowohl in ihrer Haltung zu innovativen Mobilitätsformen als auch in der Einschätzung ihrer Umsetzbarkeit deutlich zurückhaltender sind. Diese Differenzen lassen darauf schließen, dass Alter, technologische Sozialisation und Erfahrungshorizonte einen erheblichen Einfluss auf Zukunftsvorstellungen und Innovationsvertrauen im Mobilitätsbereich haben.

Die Gen Z wünscht sich mehrheitlich eine Mobilitätszukunft, die durch Nachhaltigkeit, Vernetzung und neue Technologien geprägt ist. Das „Weiter so“-Szenario – also eine Zukunft ohne tiefgreifende Veränderungen – findet am wenigsten Zustimmung, obwohl ein erheblicher Teil der Befragten dieses Szenario als wahrscheinlichste Entwicklung einschätzt. Die größte Zustimmung erfährt das „Multimodalitäts“-Szenario, das eine flexible Kombination verschiedener Verkehrsmittel vorsieht, dicht gefolgt vom Nachhaltigkeits- und „Technologie“-Szenario. Auffällig ist jedoch, dass die Realisierungser-

wartungen für diese Veränderungsszenarien hinter den Wunschvorstellungen zurückbleiben, was auf eine gewisse Zukunftsskepsis oder auf wahrgenommene politische und infrastrukturelle Hürden hinweist.

Zudem lassen sich relevante Unterschiede innerhalb der Gen Z feststellen. Während junge Menschen in bildungsnahen Milieus die Vision einer nachhaltigen Verkehrswelt realistischer und attraktiver finden, zeigen insbesondere ältere und sozial benachteiligte Milieus eine größere Zurückhaltung gegenüber tiefgreifenden Veränderungen. Diese Differenzen verdeutlichen, dass Mobilitätsvisionen nicht nur technisch oder ökologisch tragfähig sein müssen, sondern auch sozial anschlussfähig, um möglichst viele Menschen mitzunehmen.

Die Bewertungen zukünftiger Mobilitätsinnovationen zeigen ein ambivalentes Bild: Viele Innovationen – etwa die Elektrifizierung des Verkehrs, autonomes Fahren oder Seilbahnen – stoßen insbesondere bei jüngeren Generationen auf Zustimmung und Neugier. Gleichzeitig bleibt die Einschätzung ihrer Realisierbarkeit deutlich verhaltener. Die Gen Z und Gen Y zeigen sich dabei am innovationsfreudigsten, wobei die Gen Z im Generationenvergleich am meisten an eine tatsächliche Umsetzung glaubt. Dagegen begegnen Gen X und die Boomer technologischen Neuerungen mit größerer Skepsis – sowohl in Bezug auf deren Nutzen als auch auf deren Realisierbarkeit.

6.3 Pragmatische Zukunftsbilder einer innovationsoffenen Generation

Die Gen Z tritt als eine Generation hervor, die mit Interesse an neuen Mobilitätskonzepten in die Zukunft blickt, zugleich aber deren Umsetzung mit einer gewissen Skepsis betrachtet. Ihr Leitmotiv ist eine flexible, vernetzte und zugleich nachhaltige Mobilität, die Komfort und Alltagstauglichkeit verbindet. Dabei zeigt sie sich innovationsfreudiger und technologieoffener als ältere Generationen, ohne jedoch den Bezug zum eigenen Pkw aufzugeben.

Besonders deutlich wird die Aufgeschlossenheit der Gen Z im Vergleich der Zukunftsszenarien: Visionen einer multimodalen, nachhaltigen oder technologiebasierten Mobilität stoßen auf breite Zustimmung, während das „Weiter so“-Szenario kaum attraktiv erscheint – auch wenn es als wahrscheinlichste Entwicklung eingeschätzt wird. Diese Spannung zwischen Wunsch und Realität verweist auf wahrgenommene politische, infrastrukturelle und wirtschaftliche Hürden, die viele junge Menschen als Bremse für Veränderungen erleben. Innerhalb der Gen Z

zeigen sich Unterschiede nach Milieuzugehörigkeit. Während bildungsnahe Milieus stärker auf nachhaltige Konzepte setzen, begegnen sozial benachteiligte Gruppen grundlegenden Transformationen zurückhaltender. Damit wird sichtbar, dass es nicht nur um technische Machbarkeit geht, sondern auch um soziale Anschlussfähigkeit künftiger Mobilitätspolitik.

Im generationenübergreifenden Vergleich erweist sich die Gen Z als offen für Innovation: Sie ist neugieriger auf neue Technologien wie Elektromobilität, autonomes Fahren oder alternative Verkehrsträger als die älteren Kohorten, die solchen Neuerungen deutlich skeptischer gegenüberstehen. Zugleich bleibt aber auch in der Gen Z ein Restvorbehalt spürbar – zwischen Aufbruchsstimmung und Realismus, Offenheit und Zweifel. Die Gen Z ist offen für Wandel, hegt jedoch keinen Gestaltungsanspruch.

7

Was jetzt zählt

7.1 Kernergebnisse im Überblick

Fazit: Differenzierte Offenheit braucht strukturelle Ermöglichung

Ziel der vorliegenden Studie war es, die junge Gen Z im Hinblick auf zentralen Kenngrößen von Alltagsmobilität hin zu untersuchen und diesbezüglich in einen Abgleich mit den älteren Generationen zu stellen. Der dafür generierte Datensatz mit etablierten Konstrukten bietet eine geeignete Grundlage. Folgende Kernergebnisse lassen sich im Spiegel der Literatur überblicksartig zusammenfassen:

„Next New Generation“: eine neue multimodale Generation

Die junge Gen Z wird in dieser Studie im Hinblick auf ihre Gestaltung von Alltagsmobilität als „Next New Generation“ konzeptualisiert. Damit wird eine begriffliche Anlehnung an die von Kuhnimhof et al. (2011) Anfang der 2010er Jahre prominent vorgeschlagene Charakterisierung der damaligen jungen Generation Y vorgenommen, die durch eine historisch einmalige Abkehr vom privaten Pkw hin zur Multimodalität gekennzeichnet war. Damit war gemeint, dass der Übergang ins führungsfähige Erwachsenenalter nicht länger wie in den vorherigen jungen Generationen mit einer in Tendenz zur exklusiven Pkw-Nutzung verbunden war. Vielmehr konnte innerhalb der jungen Generation Y in einer Gesamtbetrachtung erstmalig ein

Trend zur flexiblen Verkehrsmittelnutzung festgestellt werden (ebd.). Dieser Trend galt nicht nur für junge Menschen in Deutschland, sondern konnte weltweit in Ländern des Globalen Nordens beobachtet werden (z. B. Delbosc & Currie, 2013; ifmo, 2011; Kuhnimhof et al., 2012a; 2012b). Dieser Trend setzt sich nun also unter Berücksichtigung der Auswertungen in der jungen Gen Z fort. Der hier vorgeschlagene Begriff der „Next New Generation“ verweist jedoch darauf, dass es sich bei den Mobilitätstrends der heute jungen Gen Z nicht um eine einfache Blaupause der jungen Generation Y in den zwei Dekaden zuvor handelt. Die Unterschiede sind fein, aber auch mit Blick auf eine mögliche Stabilität für die Zukunft nicht unbedeutend.

Multimodalität und Resilienz

Der Multimodalitätstrend, der bereits in der jungen Generation Y beobachtet werden konnte, setzt sich zunächst in der jungen Gen Z fort, indem mehr als zwei Drittel der jungen Menschen flexibilisiert zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln wechseln; ein signifikant größerer Anteil als in den älteren Generationen. Die Analysen zeigen, dass die junge Gen Z mit rd. einem Drittel der Be-

fragten auf eine „grünen“, nicht-autobasierte multimodale Verkehrsmittelnutzung setzt. Sofern der Pkw genutzt wird, handelt es sich weitgehend um explizit nicht-monomodale, multimodale Verkehrsmittellorientierungen, wonach die Autonutzung Teil eines Verkehrsmittelmixes darstellt. Ähnlich wie bei der vorherigen Generation junger Menschen ist jedoch der Trend hin

zur Multimodalität als Lebensphaseneffekt eine Frage der Zukunft, indem Lebensereignisse wie der Einstieg ins Berufsleben oder auch verspätete Familiengründungen entsprechend verspätet in verstärkt automobilen Lebensweisen münden könnten. Ähnliche Prozesse konnten bereits in der letzten Generation Y beobachtet werden (z. B. Busch-Geertsema, 2017). Dem könnte jedoch entgegenstehen, dass die junge Gen Z vor allem im städtischen Kontext unter Berücksichtigung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien wie des Smartphones in deutlich ausgeweitete Möglichkeitsräume der flexiblen Verkehrsmittelnutzung hineinwächst; eine Entwicklung, die innerhalb der Verkehrs- und Mobilitätsforschung als Multioptionalität verhandelt wird. Zwar

wurde der Einfluss von Smart Mobility auch schon innerhalb der Generation Y prominent diskutiert (z. B. Docherty et al., 2018; Schönduwe et al., 2012), allerdings haben sich in den letzten Jahren hier vielerorts nochmal eine Reihe weiterer Innovationen vollzogen (Emergenz neuer E-Scooter-Dienste, fahrerloses Ridepooling usw.). Hinzu kommt, dass die junge Gen Z die erste Generation darstellt, die von klein auf mit dem Smartphone als Digital Natives in einem Internet der Dinge aufwächst und sich im Zeichen von Resilienz auf die Herausforderungen einer zunehmend komplexer werdenden Alltagsorganisation flexibel einzustellen lernt und damit verbundene Ansprüche an Alltagsmobilität im Zeichen einer Smart Mobility situativ anzupassen weiß.

Symbolisch-emotionale Pkw-Orientierung und mentale Multioptionalität zugleich – („Tindereffekt“)

Die Gen Z changiert mobilitätspsychologisch zwischen einem symbolisch-emotionalen Pkw-Backlash auf der einen Seite und starken multioptionalen Orientierungen auf der anderen. Anfang der 2010er Jahre wurde mit Blick auf die junge Generation Y noch von einer „Ent-Emotionalisierung vom Pkw“, einem neuen „Pragmatismus im Umgang mit dem Auto“ oder auch der Auflösung von symbolisch-emotionalen Statusprojektionen ins Auto gesprochen. Unter Berücksichtigung der handlungstheoretisch fundierten Konstrukte lässt sich für die junge Gen Z zugespitzt formulieren: „Alte Liebe rostet nicht“. Damit ist gemeint, dass symbolisch-emotionale Bindungen mit dem Auto in dieser Generation stark ausgeprägt sind, teils sogar stärker als bei älteren Kohorten (etwa der Pkw als Ausdruck von Freiheit und Unabhängigkeit, einer gelebten Privatsphäre und Vermeidungsoption unerwünschter Kontakte, einer Aufladung mit Statussymboliken oder auch hedonistischen Assoziationen). Es scheint sich ein im

Zuge der Generation Y diagnostizierter Trend zur Ent-Emotionalisierung des Privatautos also wieder umzukehren. Das Automobil wird re-emotionalisiert.

Interessant ist jedoch, dass diese Re-Emotionalisierung eben nicht mit einer einseitigen Pkw-Fixierung assoziiert werden darf. Der Pkw spielt für viele junge Menschen eine wichtige, symbolisch-emotional aufgeladene Rolle, jedoch nicht mehr als uneingeschränkte alleinige Mobilitätsoption, sondern als eine Option unter vielen. Diese historische Relativierung bedeutet: Es findet zwar keine weitere symbolisch-emotionale Distanzierung zum Auto statt, aber das Auto wird im Alltag der Gen Z im Zeichen einer stark ausgeprägten mentalen Multioptionalität zum integrierten Bestandteil ihres vielfältigen Mobilitätsmixes „degradiert“; auch weil neue und alte Pkw-Alternativen eine positive symbolisch-emotionale Bewertung erfahren; vor allem in großstädtischen Zusammenhängen.

Gestaltungsbewusstsein für eine Verkehrs- und Mobilitätswende existent

Allgemein existiert innerhalb der Gen Z aber ein durchaus ausgeprägter progressiver Gestaltungswille mit Blick auf die Entwicklung künftiger Mobilität. Alternative Verkehrsmittel und neue Mobilitätsservices werden nicht als nette Ergänzung betrachtet, sondern bewusst und teils ebenso emotional aufgeladen in die Alltagsmobilität integriert, d. h. je nach Kontext und Situation. Junge Menschen zeigen eine hohe Offenheit gegenüber Innovationen: Smarte Mobilitätsdienste, digitale Plattformen oder autonome Fahrzeuge stoßen bei ihnen auf großes Interesse und Sympathie.

Diese Aufgeschlossenheit entfaltet sich vor dem Hintergrund eines wachsenden ökologischen Bewusstseins. Die Gen Z weist starke umweltbezogene Normen auf und

ist deutlich klima- und umweltbewusster eingestellt als ältere Generationen, ohne in Dogmatismus zu verfallen. Klimasensibilität ist klar vorhanden, doch anstatt das Auto prinzipiell zu verdammen, werden ökologische Ansprüche mit anderen Bedürfnissen wie Komfort, Flexibilität und Privatsphäre situativ ausgehandelt. So kommt es, dass die Gen Z zwar nachhaltige Mobilität wertschätzt und einfordert, im konkreten Moment jedoch abwägt und pragmatische Entscheidungen trifft, anstatt eindimensional auf Verbote oder Verzicht zu setzen. Insgesamt markiert die Gen Z somit den Ausgangspunkt einer Zeitenwende: weg von der unangefochtenen Monokultur des Autos hin zu einer kulturell verankerten Vielfalt im Mobilitätsverhalten.

Raumstrukturelle Differenzierungen zwischen Automobilität und Multimodalität

Die Erfahrungen, die innerhalb der jungen Gen Z derzeit im Feld der Alltagsmobilität gemacht werden, differenzieren sich raumstrukturell aus. Diesbezüglich sollte die junge Gen Z durchaus als heterogene Alterskohorte bei Mobilitätstrends beschrieben werden, wonach das hohe Niveau an Multimodalität und die starken Ausprägungen mentaler Multioptionalität vor allem im großstädtischen Kontext verortet werden können, während bevölkerungskleine (vor allem ländliche)

Räume weiterhin stärker automobil geprägt bleiben. Das dürfte strukturell vor allem damit zu tun haben, dass der Aufbau multimodaler Verkehrssysteme eben vor allem in großstädtischen Zusammenhängen verortet wird und Pkw-Alternativen in ländlichen Lagen bis heute weniger stark etabliert sind. Das gilt sowohl für den traditionellen ÖPNV als auch für die neuen Mobilitätsdienstleistungen.

„Automobilität vs. Multimodalität“: Gegenstand gegenwärtiger Kulturkämpfe?

Eine kollektive Verlagerung von automobilen hin zu multimodalen Verkehrsmittelnutzungen innerhalb der Gen Z muss nicht nur raumstrukturell ausdifferenziert werden: Eine soziale Differenzierungslinie lässt sich diesbezüglich milieubezogen ziehen. Hierbei lassen sich vor allem mit Blick auf die

mittleren und oberen Schichten Unterschiede zwischen Orientierungen hin zur Multimodalität und Automobilität feststellen: Verortung grüner multimodaler Verkehrsmittelnutzungen – einschließlich ökologischer Normen, symbolisch-emotionaler Aufladungen von Pkw-Alternativen, mentaler Multioptionalität –

ten und symbolisch-emotionaler Pkw-Orientierungen in vergleichsweise abgeschwächter Form - in progressiven sozialen Milieus mit Modernisierungs- und Neuorientierungswerten. Die Verortung autobasierter Multimodalitäten (und auch Monomodalitäten) zeigt sich verstärkt in den sozialen Milieus mit traditionellen Werteorientierungen. Diese Beobachtungen korrespondieren mit weiteren Studien aus der Verkehrs- und Mobilitätsforschung, die sich zuletzt Alltagsmobilität aus milieubezogener Perspektive angeschaut haben (z. B. Groth et al., 2021; Hunecke et al., 2020). Diese Beobachtung ist mobilitätspolitisch von Bedeutung, da sie die Frage aufwirft, inwieweit Transformationsprozesse von der Automobilität hin zur Multimodalität

nicht auch als gesellschaftlich umkämpft problematisiert werden sollten. So sehen sich progressive Protestbewegungen wie zum Beispiel „Last Generation“ oder „Fridays for Future“, die explizit für eine sozial-ökologische Verkehrs- und Mobilitätswende eintreten, konservativen Gegenbewegungen gegenüber (prominent z. B. „Fridays for Hubraum“), die wiederum die Dominanz fossiler Automobilität verteidigen. Beide Bewegungen stehen übergeordnet in einem Zusammenhang mit den neuen Kulturkämpfen, die nicht nur zwischen jungen und alten Generationen ausgetragen werden, sondern in zugespitzter Deutung der vorliegenden Analyseergebnisse auch milieubezogen innerhalb der jungen Generation.

Jenseits von Automobilität und Multimodalität: junge Verkehrs- und Mobilitätsarmut

Eine weitere, explizit soziale Differenzierungslinie lässt sich im Hinblick auf unterschiedliche sozioökonomische Lebenslagen herausstellen. Hierbei zeigen die Ergebnisse, dass vor allem privilegierte soziale Milieus stärker in (grünen und autobasierten) multimodalen Verkehrsmittelnutzungen verortet werden können, während marginalisierte soziale Milieus in prekarierten Lebenslagen (geringes Einkommen, prekäre Beschäftigung, geringe formale Bildung usw.) überdurchschnittlich häufig weder automobile noch multimodale Formen der Verkehrsmittelnutzung aufzeigen und etwa monomodal (ohne Pkw) ausprägen. Damit entsteht ein Brückenschlag zu sozialwissenschaftlichen Arbeiten, die für die letzten zwei Jahrzehnte neue Armutserfahrungen in Deutschland problematisieren (z. B. Nachtwey, 2018; Reckwitz, 2019) und auch eine Relevanz im Feld der Alltagsmobilität etwa im Zeichen einer Verkehrs- und Mobilitätsarmut entfalten (siehe auch Hunecke et al., 2020; Lucas, 2012; Naumann, 2024). Dies ist insofern problematisch, als die Partizipation an einer auf weite Entfernungen ausgerichteten Gesellschaft wie der deutschen den Rückgriff auf entsprechende Mobilitätsressourcen voraussetzt und der ökonomische Ausschluss von eben diesen Ressourcen Möglichkeiten der Partizipation an Gesellschaft insgesamt beschneidet. Ein

Entgegenwirken dieser Entwicklung wird international bereits unter den Begriffen von Transport and Mobility Justice verhandelt.

Insgesamt bezieht die Gen Z klar Position zu Mobilitätsfragen – sie vereint urbane Lebensentwürfe (eine starke Großstadt-Affinität und den Ruf nach guter Infrastruktur) mit dem Wunsch nach individuell gestaltbaren, vernetzten Mobilitätsoptionen. Damit wird deutlich, dass diese Jugendgeneration zwar nicht per se die treibende Kraft einer radikalen Transformation ist, aber sehr wohl bereit und in der Lage, als wichtige Impulsgeberin für die zukünftige Ausrichtung der Mobilitätspolitik zu agieren – insbesondere dort, wo es um Innovation und die Integration neuer Mobilitätsformen geht. Die zentrale Erkenntnis lautet: Die Gen Z bringt die Voraussetzungen für einen mentalen Paradigmenwechsel mit, indem sie Tradition und Wandel verknüpft. Sie betrachtet Mobilität nicht mehr als festen Besitzstand (etwa zwingend ein eigenes Auto), sondern als kuratiertes Set an Optionen, das je nach Bedarf genutzt und kombiniert wird. Flexibel, technologieaffin und ökologisch sensibilisiert, ist diese Generation gerüstet, um den Mobilitätswandel mitzutragen – wenn die Rahmenbedingungen stimmen.

7.2 Limitationen und weiterer Forschungsbedarf

So aufschlussreich und umfassend die Ergebnisse der Studie auch sind, gibt es doch Grenzen und offene Fragen. **Erstens** handelt es sich bei der Untersuchung um eine Momentaufnahme der heutigen Gen Z. Die erhobenen Daten bilden die aktuelle Situation und die Einstellungen junger Menschen ab, können jedoch nicht unmittelbar beantworten, wie stabil diese Befunde über die Zeit bleiben. Lebensphasenübergänge – etwa der Einstieg ins Berufsleben, Umzüge, Familiengründungen – könnten die Mobilitätspraktiken der jungen Generation in Zukunft beeinflussen. Frühere Forschungsarbeiten (z. B. die „Trichter-These“) legen nahe, dass mit zunehmendem Alter tendenziell eine (Wieder-)Hinwendung zum privaten Auto erfolgen kann, wenn komplexere Lebenslagen die Ansprüche an Mobilität verändern. Unsere Querschnittsergebnisse deuten zwar bereits altersbezogene Muster innerhalb der Gen Z an, doch bleibt offen, ob die beobachtete Multimodalität und Offenheit gegenüber nachhaltigen Optionen im späteren Lebensverlauf abnehmen oder bestehen bleiben. Hier liegt ein wichtiger Ansatzpunkt für weiterführende Längsschnittstudien, um den Einfluss der Lebensphasen vom reinen Generationeneffekt zu trennen und die Dynamik individueller Mobilitätsbiografien besser zu verstehen.

Zweitens ist zu beachten, dass die Heterogenität innerhalb der Gen Z die Interpretation der Ergebnisse anspruchsvoll macht. Zwar sprechen wir von der Gen Z, doch unterscheiden sich Mobilitätsressourcen und -präferenzen teils deutlich nach sozioökonomischem Status, Wohnumfeld und Lebensstil-Milieus. Beispielsweise verfügen junge Menschen in urbanen und ressourcenstarken Kontexten über erheblich mehr Möglichkeiten, ein multioptionales Mobilitätsverhalten auszuleben, als Gleichaltrige in ländlichen Regionen oder in prekären Lebenslagen. Unsere Stichprobe wurde zwar so angelegt, dass verschiedene Teilgruppen vertreten sind (inklusive intergenerationaler Vergleichsgruppen), dennoch können bestimmte Subgruppen – etwa sozial marginalisierte oder sehr spezifische Milieus – in quantitativen Erhebungen untergehen. Diese Differenzen müssen bei der Interpretation berücksichtigt werden: Die Gen Z ist kein homogener Block, und was für den Durchschnitt gilt, mag für einzelne Untergruppen nur eingeschränkt zutreffen. Hier besteht Forschungsbedarf, um tiefer zu analysieren, wie strukturelle Faktoren (Einkommen, Infrastruktur vor Ort, Bildung) sowie Werthaltungen und Lebensstile die Mobilitätsentscheidungen der Jugend unterschiedlich prägen. Eine vertiefende quantitative multivariate Analytik kann in der weiteren Vertiefung des Datensatzes helfen, die feineren Mechanismen hinter den hier vereinfacht explorierten Unterschieden aufzudecken, etwa, warum manche junge Menschen trotz verfügbarer Alternativen am Auto festhalten oder welche kulturellen Narrative in verschiedenen Milieus mit bestimmten Verkehrsmitteln verknüpft sind.

Drittens sollten wir die äußeren Rahmenbedingungen zum Zeitpunkt der Untersuchung reflektieren. Die Erhebung fand in einer Zeit multipler Veränderungen und Krisen statt, welche die Einstellungen und Möglichkeiten junger Leute beeinflussen. Solche Faktoren können Ergebnisse verzerren oder kurzfristig überlagern. Beispielsweise könnten sprunghafte technologische Durchbrüche (etwa neue Mobilitäts-Apps oder Mikrofahrzeuge) bestimmte Trends begünstigt oder gehemmt haben. Weiterer Forschungsbedarf ergibt sich daher in der kontinuierlichen Beobachtung und Aktualisierung: Die Mobilitätswelt entwickelt sich dynamisch weiter, und insbesondere eine Generation wie die Gen Z, die mitten im gesellschaftlichen Wandel steht, reagiert sensibel auf neue Entwicklungen. Zukünftige Studien sollten in regelmäßigen Abständen prüfen, ob die hier dokumentierten Einstellungen und Verhaltensweisen Bestand haben oder sich verschieben – etwa, wenn autonomes Fahren vom Zukunftsversprechen zur greifbaren Realität wird, wenn politische Weichenstellungen (z. B. ein 49-Euro-Ticket oder starker Ausbau des ÖPNV) greifen, oder wenn unvorhergesehene Krisen neue Prioritäten setzen.

Neben diesen zentralen Limitationen inhaltlicher Art gibt es natürlich auch weitere methodische Grenzen, die weiterer Untersuchung bedürfen. Zum einen konnten aufgrund des Befragungsumfangs nicht alle psychologischen Konstrukte mit in den Fragebogen integriert werden und zum anderen konnte das Mobilitätsverhalten nicht über einen ganzen Stichtag abgefragt werden. Die Daten beruhen größtenteils auf Selbstauskünften und standardisierten Erhebungsinstrumenten. Subjektive Einschätzungen – sei es zur Bedeutung von Mobilität, zur Bewertung von Szenarien oder zur eigenen Verkehrsmittelwahl – können von sozialen Erwünschtheitstendenzen oder begrenzter Selbstreflexion beeinflusst sein. Hier könnten ergänzende Beobachtungsstudien oder Experimentalforschungen ansetzen, um geäußerte Präferenzen mit tatsächlichem Verhalten abzugleichen.

Da unsere Studie sich auf Deutschland konzentriert, bleibt unklar, inwieweit die Befunde auf Jugendgenerationen in anderen Ländern – mit teils abweichenden Mobilitätssystemen und Kulturen – übertragbar sind. Schließlich eröffnet auch die vorliegende Untersuchung selbst neue Fragen: zum Beispiel, wie politische Maßnahmen von jungen Menschen konkret erlebt werden oder welche Bildungs- und Informationsangebote die Lücke zwischen hoher Offenheit und verhaltener Umsetzungserwartung schließen könnten.

Insgesamt zeigt sich:

„Was wir (noch) nicht wissen“: Die Gen Z-Mobilitätsforschung steckt trotz dieses großen Schrittes weiterhin in den Anfängen. Um sowohl Wissenslücken zu füllen als auch der jungen Generation gerecht zu werden, braucht es ein fortgesetztes Engagement der Forschung – interdisziplinär, methodenübergreifend und nah dran an den realen Lebenswelten junger Menschen.

8

Literatur- verzeichnis

A

ADAC 2025: ADAC Umfrage: Junge Menschen halten am Auto fest. Verfügbar unter: <https://www.adac.de/verkehr/standpunkte-studien/mobilitaets-trends/umfrage-mobilitaetsverhalten-junge-menschen/?redirectId=querjungemenschen>. Zugriffen am 05.08.2025.

Ahlmeyer, F. & Wittowsky, D. (2018). Was brauchen wir in ländlichen Räumen? Erreichbarkeitsmodellierung als strategischer Ansatz der regionalen Standort- und Verkehrsplanung. *Raumforschung und Raumordnung | Spatial Research and Planning*, 76(6), 531–550.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. Verfügbar unter: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Albert, M., Hurrelmann, K. & Quenzel, G. (Hrsg.). (2019). *Jugend 2019*. 18. Shell Jugendstudie: Eine Generation meldet sich zu Wort. Weinheim: Beltz.

Albert, M., Hurrelmann, K., Leven, I., Quenzel, G. & Schneekloth, U. (2019). Der Nutzen des Begriffs Generation in Soziologie und Jugendforschung. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 71(3), 457–469.

Anable, J. (2005). Complacent Car Addicts or Aspiring Environmentalists?: Identifying travel behaviour segments using attitude theory. *Transp. Policy* 12, 65–78. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2004.11.004>

B

Bamberg, S., Ajzen, I. & Schmidt, P. (2003). Choice of travel mode in the theory of planned behavior: The roles of past behavior, habit, and reasoned action. *Basic and Applied Social Psychology*, 25, 175–187. Verfügbar unter: https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2503_01

Beck, U. (1984). *Jenseits von Stand und Klasse. Auf dem Weg in die individualisierte Arbeitsgesellschaft*. Merkur 38 (427), 485–497.

Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards A New Modernity*. SAGE, London.

Beck, U., Giddens, A. & Lash, S. (1994). *Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Stanford University Press.

Beckmann, K. J., Chlond, B., Kuhnimhof, T., Ruhren, S. von der, Zumkeller, D. (2006). Multimodale Verkehrsmittelnutzer im Alltagsverkehr. Zukunftsperspektive für den ÖV? In: *Internationales Verkehrswesen* 58, 4, 138–145.

Bourdieu, P. (2016 [1979]). *Distinction*. In: *Social theory Re-wired* (S. 198–215). Routledge.

Brand, U. (2009). *Die Multiple Krise. Dynamik und Zusammenhang der Krisendimensionen, Anforderungen an politische Institutionen und Chancen progressiver Politik*. Heinrich-Böll-Stiftung. Verfügbar unter: https://www.boell.de/sites/default/files/multiple_krisen_u_brand_1.pdf

Bratzel, S. (2011). Ent-Emotionalisierung der Automobilität bei der jungen Generation? Neuere empirische Studien zum Auto im Wandel in Deutschland. *Der Kfz-Sachverständige*, 6(2011), 6.

Bratzel, S. (2014). Die junge Generation und das Automobil–neue Kundenanforderungen an das Auto der Zukunft?. In: Automotive Management: Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft (S. 93–108). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Busch-Geertsema, A. & Lanzendorf, M. (2017). From university to work life – Jumping behind the wheel? Explaining mode change of students making the transition to professional life. *Transportation research part A: policy and practice*, 106, 181–196.

C

Calmbach, M., Flaig, B., Gaber, R., Gensheimer, T., Möller-Slawinski, H., Schleer, C., Wisniewski, N. (2024). Wie ticken Jugendliche? 2024 – Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Canzler, W. & Knie, A. (2016). Mobility in the age of digital modernity: Why the private car is losing its significance, intermodal transport is winning and why digitalisation is the key. *Applied Mobilities*, 1(1), 56–67.

Chiellino, Ulrich (2025). Das Auto erobert sich rasch seinen Platz im Leben. ADAC Experten-dialog. Fakten & Infos rund um die Mobilität, (27), 1. Halbjahr 2025.

Choo, S. & Mokhtarian, P. L. (2004). What type of vehicle do people drive? The role of attitude and lifestyle in influencing vehicle type choice. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 38(3), 201–222.

Cohen-Blankshtain, G. & Rotem-Mindali, O. (2016). Key research themes on ICT and sustainable urban mobility. *International Journal of Sustainable Transportation*, 10(1), 9–17.

Çoklar, A. N. & Tatli, A. (2021). Examining the Digital Nativity Levels of Digital Generations: From Generation X to Generation Z. *Shanlax International Journal of Education*, 9(4), 433–444.

Continental 2024: Mobilitätsstudie 2024. Verfügbar unter: <https://www.continental.com/de/presse/initiativen-umfragen/continental-mobilitaetsstudien/mobilitaetsstudie-2024/>. Zugegriffen am 03.09.2025.

Curl, A., Clark, J. & Kearns, A. (2018). Household car adoption and financial distress in deprived urban communities: A case of forced car ownership?. *Transport Policy*, 65, 61–71.

D

Dahrendorf, R. (1979 [1965]). *Society and democracy in Germany*. Norton & Company, New York.

Daubitz, S., Aberle, C., Schwedes, O. & Gertz, C. (2023). *Mobilität und soziale Exklusion: Alltag – Strategien – Maßnahmen* (Vol. 10). LIT Verlag Münster.

Deckman, M., McDonald, J., Rouse, S. & Kromer, M. (2020). Gen Z, gender, and COVID-19. *Politics & Gender*, 16(4), 1019–1027.

Deffner, J., Hefter, T. & Götz, K. (2013). Multi-optionalität auf dem Vormarsch? Veränderte Mobilitätswünsche und technische Innovationen als neue Potenziale für einen multimodalen Öffentlichen Verkehr. In: *Öffentliche Mobilität: Perspektiven für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung* (S. 201–227). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Delbosc, A. & Currie, G. (2013). Causes of youth licensing decline: a synthesis of evidence. *Transport Reviews*, 33(3), 271–290.

Delbosc, A. & Currie, G. (2014). Using discussion forums to explore attitudes toward cars and licensing among young Australians. *Transport Policy*, 31, 27–34.

Demirović, A. (2013). Multiple Krise, autoritäre Demokratie und radikaldemokratische Erneuerung. *PROKLA. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft*, 43(171), 193–215.

Diana, M., Mokhtarian, P. L. (2009). Desire to change one's multimodality and its relationship to the use of different transport means. In: *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour* 12, 2, 107–119.

Docherty, I., Marsden, G. & Anable, J. (2018). The governance of smart mobility. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 115, 114–125.

Durand, A., Hamersma, M., Oort, N. van, & Hoogendoorn, S. (2024). Digital engagement for travel information among car and public transport users in the Netherlands. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 28, 101285.

E

Elliott, A. & Urry, J. (2010). *Mobile lives*. Routledge.

F

Fisu, A. A., Syabri, I., Andani, I. G. A. & Humang, W. P. (2024). Rethinking Gen-Z mobility: A comparative study of travel behavior across developed and developing nations. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(9), 5873.

Flade, A. & Achnitz, C. (1991). Der alltägliche Lebensraum von Kindern: Ergebnisse und eine Untersuchung zum home range. IWU.

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

Franke, S. (2001). *Car-Sharing: vom Ökoprojekt zur Dienstleistung*. Berlin.

Franke, S., Maertins, C. (2005). Die unentdeckte Spezies der Multimodalen: Möglichkeiten der Bindung und Gewinnung von ÖPNV-Kunden mit innovativen Mobilitätsdienstleistungen. In: Schwedes, O. (Hrsg.). *Öffentliche Mobilität. Perspektiven für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung*. Wiesbaden, 216–238.

G

Gardner, B. & Abraham, C. (2008). Psychological correlates of car use: A meta-analysis. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 11, 300–311. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1016/j.trf.2008.01.004>

Geiselberger, H. (Ed.) (2017). *The great Regression*. Cambridge, Polity Press.

Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Univ of California Press.

Götz, K. & Schubert, S. (2004). Mobilitätsstile: Ein sozial-ökologisches Analyse-, Integrations- und Zielgruppenkonzept. *Bleibt das Auto mobil*, 224–239.

Götz, K. (2007). Mobilitätsstile. In: *Handbuch Verkehrspolitik* (S. 759–784). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Groth, S. (2019a). Multioptionalität: Ein neuer („alter“) Terminus in der Alltagsmobilität der modernen Gesellschaft?. *Raumforschung und Raumordnung Spatial Research and Planning*, 77(1), 17–34.

Groth, S. (2019b). Von der automobilen zur multimodalen Gesellschaft?: Multioptionalität als Voraussetzung für multimodales Verhalten. Bielefeld: transcript Verlag.

Groth, S. & Kuhnimhof, T. (2021). Multimodality in transportation. In: *International Encyclopedia of Transportation*, Vol. 5 (S. 118–126). Amsterdam: Elsevier.

Groth, S., Hunecke, M. & Wittowsky, D. (2021). Middle-class, cosmopolitans and precariat among millennials between automobility and multimodality. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 12, 100467.

H

Harland, P., Staats, H. & Wilke, H. A. M. (1999). Explaining proenvironmental intention and behavior by personal norms and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 2505–2528. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1999.tb00123.x>

Häußermann, H., Läßle, D. & Siebel, W. (2008). *Stadtpolitik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Haustein, S. & Hunecke, M. (2007). Reduced use of environmentally friendly modes of transportation caused by perceived mobility necessities: An extension of the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 37, 1856–1883. Verfüg-

bar unter: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2007.00241.x>

Heath, Y. & Gifford, R. (2002). Extending the theory of planned behavior: Predicting the use of public transportation. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 2154–2189. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb02068.x>

Heinen, E., Chatterjee, K. (2015). The same mode again? An exploration of mode choice variability in Great Britain using the National Travel Survey. In: *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 78, 266–282.

Heinzlmaier, B. (2025). *Babyboomer gegen Generation Z: Vom Ende des neuen Biedermeier*. Promedia Verlag.

Hradil, S. (1992). Alte Begriffe und neue Strukturen Die Milieu-, Subkultur- und Lebensstilforschung der 80er Jahre. In: *Zwischen Bewußtsein und Sein: Die Vermittlung objektiver Lebensbedingungen und subjektiver Lebensweisen* (S. 15–55). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hradil, S. (2006). Soziale Milieus – eine praxisorientierte Forschungsperspektive. *Aus Politik und Zeitgeschehen (APuZ)* 3–10.

Hunecke, M. (2015). *Mobilitätsverhalten verstehen und verändern: Psychologische Beiträge zur interdisziplinären Mobilitätsforschung*. Springer-Verlag.

Hunecke, M., Haustein, S., Grischkat, S. & Böhler, S. (2007). Psychological, socio-demographic, and infrastructural factors as determinants of ecological impact caused by mobility behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 27, 277–292. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.08.001>

Hunecke, M., Groth, S. & Wittowsky, D. (2020). Young social milieus and multimodality: Interrelations of travel behaviours and psychographic characteristics. *Mobilities*, 15 (3), 397–415. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1080/17450101.2020.1732099>

Hunecke, M., Heppner, H. & Groth, S. (2021). Fragebogen zu psychologischen Einflussfaktoren der Nutzung von Pkw, ÖPNV und Fahrrad (PsyVKN). Diagnosti-

ca (68), 1–11. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000277>

Hurrelmann, K. & Albrecht, E. (2021). *Gen Z: Between climate crisis and coronavirus pandemic*. Routledge.

Hüttenmoser, M. (1995). Children and their living surroundings: Empirical investigations into the significance of living surroundings for the everyday life and development of children. *Children's Environments*, 403–413.

Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Institut für Mobilitätsforschung – Ifmo (2011). *Mobilität junger Menschen im Wandel – multimodaler und weiblicher*. Verfügbar unter: https://habitatmobilitae.ch/wp-content/uploads/2024/07/ifmo_2011_Mobilitaet_junger_Menschen_de.pdf

K

Konrad, K. & Wittowsky, D. (2018). Virtual mobility and travel behavior of young people – Connections of two dimensions of mobility. *Research in: Transportation Economics*, 68, 11–17.

Kuhm, K. (1997). *Moderne und Asphalt: die Automobilisierung als Prozeß technologischer Integration und sozialer Vernetzung* (Vol. 9). Pfaffenweiler: Centaurus.

Kuhnimhof, T., Buehler, R. & Dargay, J. (2011). A new generation: travel trends for young Germans and Britons. *Transportation Research Record*, 2230(1), 58–67.

Kuhnimhof, T., Armoogum, J., Buehler, R., Dargay, J., Denstadli, J. M. & Yamamoto, T. (2012a). Men shape a downward trend in car use among young adults – evidence from six industrialized countries. *Transport Reviews*, 32(6), 761–779.

Kuhnimhof, T., Buehler, R., Wirtz, M. & Kalinowska, D. (2012b). Travel trends among young adults in Germany: increasing mul-

timodality and declining car use for men.
Journal of Transport Geography, 24, 443–450.

Kuhnimhof, T., Nobis, C., Hillmann, K., Folmer, R. & Eggs, J. (2019). Veränderungen im Mobilitätsverhalten zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität. Abschlussbericht. Umweltbundesamt (Hrsg.), Texte 101/2019. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.

L

Lanzendorf, M. (2002). Mobility Styles and travel behavior: application of a lifestyle approach to leisure travel. *Transp. Res. Rec.* 1807, 163–173. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.3141/1807-20>

Lee, L. & Yu, H. (2023). Socioeconomic diversity in the hospitality industry: the relationship between social class background, family expectations and career outcomes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(11), 3844–3863.

Lucas, K. (2012). Transport and social exclusion: Where are we now?. *Transport policy*, 20, 105–113.

M

Mangelsdorf, M. (2015). Von Babyboomer bis Generation Z: Der richtige Umgang mit unterschiedlichen Generationen im Unternehmen. Offenbach: GABAL.

Mannheim, K. (2023 [1928]). Das Problem der Generationen. In: *Schriften zur Wirtschafts- und Kulturosoziologie*: Herausgegeben und eingeleitet von Amalia Barboza und Klaus Lichtblau (S. 121–169). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Marx, K. (1990 [1867]). *Capital Volume 1: A critique of political economy*. Penguin Books, London.

Mehdizadeh, M., Zavareh, M. F. & Nordfjaern, T. (2019). Mono- and multimodal green transport use on university trips during winter and summer: Hybrid choice models on the norm-activation theory. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 130, 317–332.

N

Nachtwey, O. (2018). *Germany's hidden Crisis: Social Decline in the Heart of Europe*. Verso, Brooklyn.

Nagle, A. (2018). *Die digitale Gegenrevolution: Online-Kulturkämpfe der Neuen Rechten von 4chan und Tumblr bis zur Alt-Right und Trump*. transcript Verlag.

Naumann, M. (2024). Mobilitätsarmut – ein Thema für die bundesdeutsche Raumentwicklung?. *Standort*, 48(3), 227–232.

Nobis, C. (2007). Multimodality: facets and causes of sustainable mobility behavior. *Transportation Research Record*, 2010(1), 35–44.

P

Paterson, M. (2006). *Automobile politics. Ecology and Cultural Political Economy*. Cambridge: University Press.

R

Reckwitz, A. (2019). *Das Ende der Illusionen. Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne*. Suhrkamp, Berlin.

S

Sachs, W. (1984). *Die Liebe zum Automobil: Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche* (Vol. 8789). Rowohlt.

Scholz, C. (2014). *Generation Z: Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt*. Weinheim: Wiley-VCH.

Schönduwe, R., Bock, B. & Deibel, I. (2012). *Alles wie immer, nur irgendwie anders?*. InnoZ-Baustein 10. Berlin.

Schopf, J. M. & Emberger, G. (2013). Die Straße, die Fußgänger und die Stadtentwicklung – Straße als Lebensraum. *Derive: Zeitschrift für Stadtforschung*, 4–9.

Schulze, G. (2005). *Die Erlebnisgesellschaft: Kulturosoziologie der Gegenwart*. Campus Verlag.

Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, 221–279. Verfügbar unter: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60358-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60358-5)

Shell Deutschland Holding, Albert, M., Hurrelmann, K. & Quenzel, G. (2010). Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich. 16. Shell Jugendstudie. Frankfurt am Main.

Sheller, M. (2004). Automotive emotions: Feeling the car. *Theory, culture & society*, 21(4–5), 221–242.

Sheller, M. & Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and planning A*, 38(2), 207–226.

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH (2018). Die Sinus-Milieus. Verfügbar unter: https://www.mb-micromarketing.de/sinus-milieus/?gad_source=1&gad_campaignid=16038015030&gbraid=0AAAAA-oYTRJi91Qc35SPkSimuv8E-siJSPw&gclid=CjwKCAjwlOrFBhBaEiwAw-4bYDe3lioahSDqJ-cCx7E1X4QK9DhcaS100-A0UD7lhkzNzfzNUyJ1MsBoCluMQAvD_BwE

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2025). Gebietskörperschaften. In: *Glossar öffentliche Finanzen*. Verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Oeffentliche-Finanzen/Glossar/gebietskoerper-schaften.html>

Steg, L. (2005). Car use: lust and must. Instrumental, symbolic and affective motives for car use. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 39(2–3), 147–162.

T

Tully, C. J. (Ed.). (1999). *Erziehung zur Mobilität: Jugendliche in der automobilen Gesellschaft*. Campus Verlag.

Tully, C. & Alfaraz, C. (2017). Youth and mobility: The lifestyle of the new generation as an indicator of a multi-local everyday life. *Applied Mobilities*, 2(2), 182–198.

Tully, C. & Baier, D. (2018). Mobilitätssozialisation. In: *Verkehrspolitik: eine interdisziplinäre Einführung* (S. 225–241). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Twenge, J. M. (2023). Generations: the real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents – and what they mean for America's future. Simon and Schuster.

U

Urry, J. (2004). The 'system' of automobility. *Theory, culture & society*, 21(4–5), 25–39.

Urry, J. (2013). *Societies beyond oil: Oil dregs and social futures*. Bloomsbury Publishing.

V

Vester, M., Oertzen, P. von, Geiling, H., Hermann, T. & Müller, D. (2001). *Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel: zwischen Integration und Ausgrenzung* (Vol. 1312). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

W

Waard, J. van der, Immers, B., Jorritsma, P. (2012). *New Drivers in Mobility: What Moves the Dutch in 2012 and Beyond? Discussion Paper No. 2012–15*. Delft. = Long-Run Trends in Travel Demand.

Wilde, M. (2023). Sharing-Economy – Teilen statt Besitzen. In: *Vernetzte Mobilität: Grundlagen, Konzepte und Geschäftsmodelle* (S. 79–119). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Wolking, C. (2021). Öffentliche Mobilität und neue Mobilitätsdienstleistungen – Rahmenbedingungen und Gestaltungsperspektiven. In: *Öffentliche Mobilität: Voraussetzungen für eine menschengerechte Verkehrsplanung* (S. 105–138). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

