

Zeitschrift: Energie & Umwelt : das Magazin der Schweizerischen Energie-Stiftung SES

Herausgeber: Schweizerische Energie-Stiftung

Band: - (2003)

Heft: 4: Ölland Schweiz : der Traum vom eigenen Erdöl und Gas

Artikel: "Besitzen oder Teilen : sozialwissenschaftliche Analyse des Car Sharings"

Autor: Piller, Bernhard

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-586974>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Besitzen oder Teilen – Sozialwissenschaftliche Analyse des Car Sharings»

Car Sharing ist eine umweltfreundliche Innovation. Allerdings sind nur die wenigsten NutzerInnen ehemalige AutobesitzerInnen, sondern waren schon beim Einstieg ins Car Sharing autolos.

*Von Bernhard Piller,
Mitglied der SES-Geschäftsleitung*

Car Sharing hat ein hohes Potenzial, die Umwelt zu entlasten. Allerdings muss dafür ein signifikanter Anteil der NutzerInnen das eigene Auto aufgeben. Es dürfen durch das Car Sharing nicht nur autolose Personen angezogen werden. Dieses Ziel erreicht das Car Sharing bis heute nur sehr bedingt. Alle bisherigen Studien zeigen auf, dass nur zirka 1/4 – 1/3 der NutzerInnen von Car Sharing ehemalige AutobesitzerInnen sind.

Hemmschwelle Car Sharing

Sylvia Harms stellt folgende Hemmschwellen beim Übergang vom eigenen Auto zum Car Sharing fest:

Fahrten mit Car Sharing-Autos müssen im Voraus geplant werden und sind mit einem höheren Zeitaufwand verbunden. Spontaneität und Flexibilität sind Werte, die in der heutigen Gesellschaft als sehr wichtig eingestuft werden. Aus diesen Gründen gilt Car Sharing in breiten Schichten als unattraktiv.

Das Car Sharing bietet demgegenüber auch konkreten Nutzen: Es fallen keine Kosten und kein Aufwand für Wartung, Reparatur und Versicherungen an. Es entstehen nur dann Kosten für das Autofahren, wenn das Auto tatsächlich genutzt wird. Zudem wird kein eigener Parkplatz benutzt, man verfügt über eine grössere Autoflotte, es stehen verschiedene Typen zur Auswahl, und es handelt sich um neuere und umweltfreundlichere Autos.

Verhaltensroutine und Kontextrelevanz

Harms konnte in ihrer Arbeit zeigen, dass sich eingespielte Verhaltensrouti-

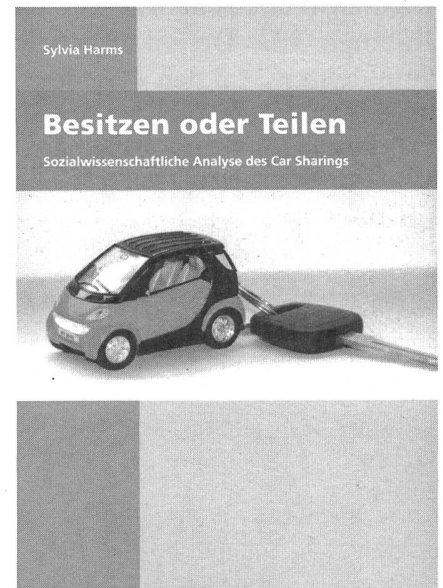
nen («ich benütze mein Auto, weil es da ist») hemmend auf die Suche nach innovativen Verhaltensangeboten auswirken. AutobesitzerInnen werden von Werbemassnahmen nicht erreicht, da sie sehr selten den öffentlichen Verkehr benutzen und wenige Car Sharing-NutzerInnen kennen. Wird das Car Sharing-Angebot wahrgenommen, wird schnell eine Inkongruenz des eigenen Verhaltens festgestellt und das Individuum verweigert sich einer eigenen Meinungsbildung oder bewertet das Car-Sharing-Angebot deutlich negativer als das eigene Auto. Ändert sich jedoch die persönliche Lebenssituation, können sich Routinen der Autonutzung aufweichen und Abwägungsprozesse eingeleitet werden.

Marketingmässig müsste also besser auf potenzielle Kontextänderungen Acht gegeben werden – Wohnortwechsel, Wechsel der Arbeitsstelle, Erwerb eines Führerscheins etc. Ebenfalls konnte nachgewiesen werden, dass auch Veränderungen in den äusseren Mobilitätsbedingungen zum Umdenken veranlassen können. Eine Politik des Zurückdrängens des Autos aus der Stadt kann sich auf das individuelle Mobilitätsverhalten auswirken.

Generell empfiehlt Sylvia Harms das Angebot an innovativen Mobilitätstechnologien um Optionen zu erweitern, die mehr individuelle Mobilität zulassen. Beispiele sind hier eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen Bahnen und Car-Sharing-Organisationen oder auch das Modell des «Cash Car», bei dem Car-Sharing-KundInnen Autos über längere Zeit «leasen» können.

Fazit: Das Car Sharing alleine reicht nicht, damit aufs eigene Auto verzichtet wird.

Car Sharing ist eine umweltfreundliche Innovation. Das Angebot hält KonsumentInnen beim öffentlichen Verkehr und bietet keine Anreize für vermehrte Autofahrten. Das Angebot



Car Sharing alleine aber reicht nicht, um Autobesitzende zu radikalen Verhaltensänderungen, sprich zu einem Autoverkauf, zu bewegen. Erst durch andere Faktoren und Auslöser werden AutobesitzerInnen dazu bewogen, sich kritisch mit der eigenen Verkehrsmittelwahl auseinanderzusetzen. In einem solchen Fall ist es aber wichtig, dass ein Angebot wie das Car Sharing vorhanden ist, sozusagen zur Option – «Auto versus ÖV» noch zusätzlich die Zwischenvariante «viel ÖV plus etwas Auto».

Sylvia Harms, Besitzen oder Teilen – Sozialwissenschaftliche Analyse des Car Sharings

Verlag Rüegger, Zürich 2003
ISBN 3-7253-0753-9.

Sylvia Harms untersucht in ihrer Dissertation den ökologischen Nutzen des Car Sharings. Sie macht dies anhand einer qualitativer Befragung von 39 Mitglieder einer Car-Sharing-Organisation, einer theoretischen Analyse adaptionshemmender und -förderlicher Faktoren und einer quantitativen Studie, die sich hauptsächlich um die Wichtigkeit von Routinebrüchen im individuellen Verhalten dreht und bei der 655 Personen befragt werden.