

"Besitzen oder Teilen : sozialwissenschaftliche Analyse des Car Sharings"

Autor(en): **Piller, Bernhard**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(2003)**

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

PDF erstellt am: **28.05.2024**

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

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

«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-

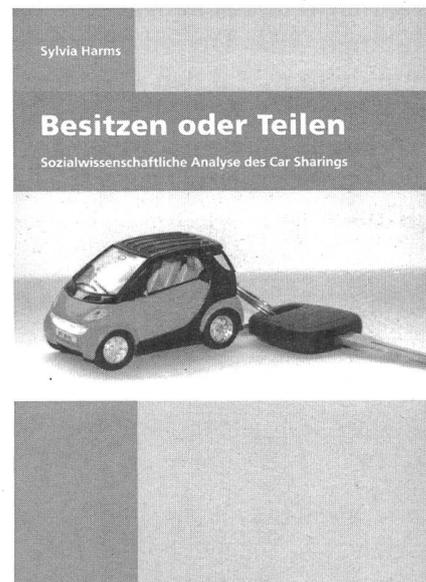
nen («ich benütze mein Auto, weil es da ist») hemmend auf die Suche nach innovativen Verhaltensangeboten auswirken. AutobesitzerInnen werden von Werbemassnahmen nicht erreicht, da sie sehr selten den öffentlichen Verkehr benutzen und wenige Car Sharing-NutzerInnen kennen. Wird das Car Sharing-Angebot 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.