



University of St.Gallen

Institute for Mobility

Klimagerechtes Verkehrsverhalten

Einblicke in die verhaltenswissenschaftliche Forschung zu nachhaltiger Mobilität und deren Förderung

Dr. Philipp Scharfenberger

Vize-Direktor des Instituts für Mobilität, Universität St.Gallen

Treffen der Schweizerischen Vereinigung der Mobilitäts- und Verkehrsfachleute (SVI)

From insight to impact

Die Entstehungsgeschichte des IMO-HSG

- Gründung des Instituts für Customer Insight im Jahr 2009
- Intensive Forschung im Bereich Konsum und Marketing
- Starke Zusammenarbeit mit zahlreichen OEMs

Mehr als 20 Jahre akademischer Exzellenz im
Bereich Customer Insight

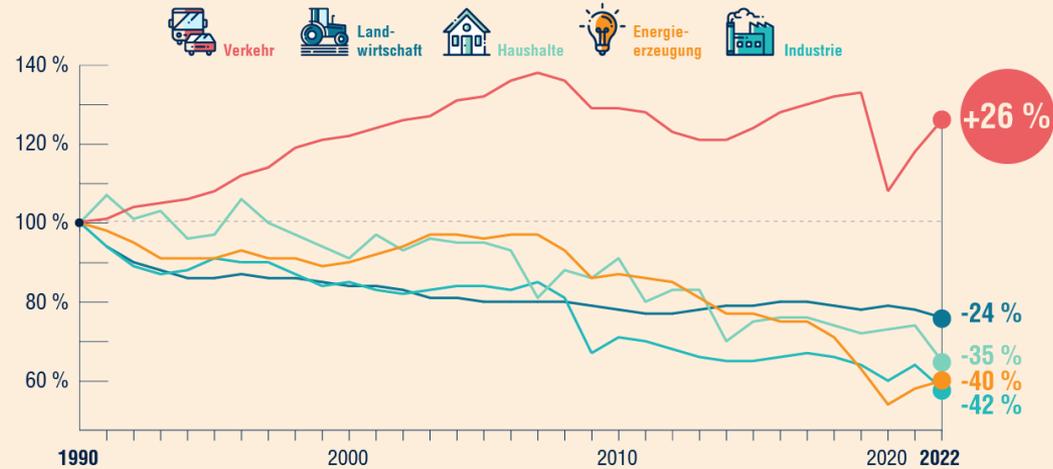
«Behavioral
Economics in
Mobility»

Die sich zuspitzende Dringlichkeit
einer Mobilitätstransformation

Das Problem auf einen Blick

Entwicklung der Treibhausgasemissionen in der EU

1990 bis 2022 (1990=100%)



Quelle: Allianz pro Schiene | 09/2024 | auf Basis von Europäische Umweltagentur (EEA) | Verkehr inklusive internationalem See- und Flugverkehr
Lizenz: Nutzung frei für redaktionelle Zwecke unter Nennung der Allianz pro Schiene

Mobilität falsch gelebt

1,45 Mrd. Fahrzeuge weltweit

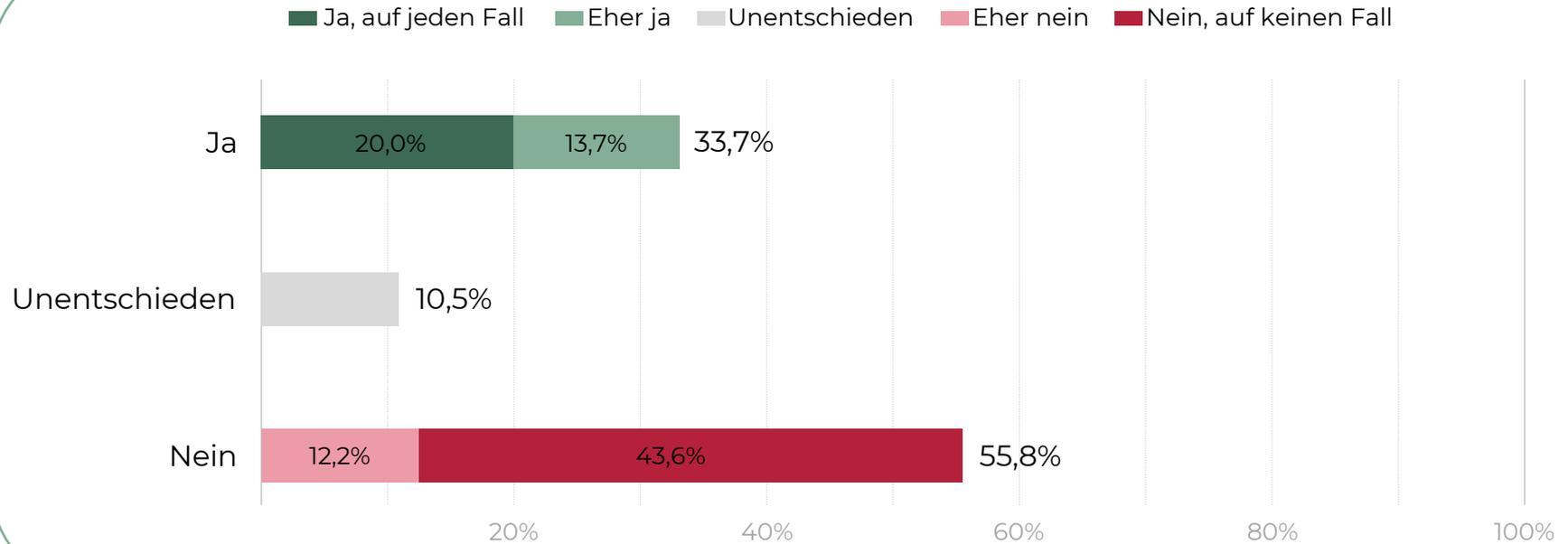
1 % Sitzplatzausnutzung (1,5 von 5 Sitzen nur 55 min in 24 h besetzt)

24 Mio. Fussballfelder für Parkplätze weltweit

1,3 Mio. Verkehrstote, 50 Mio. Verletzte, 4,2 Mio. Tote durch Emissionen / pro Jahr

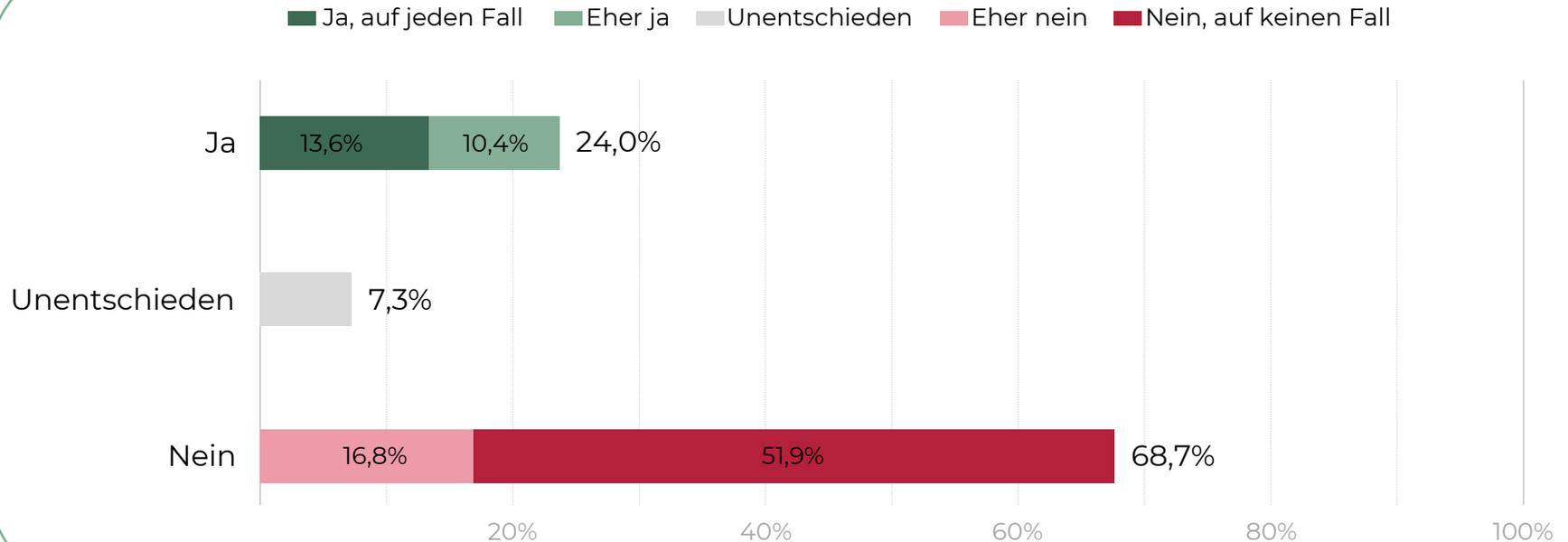
Faktor Mensch

Könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, Ihr Mobilitätsverhalten zugunsten der Umwelt zu ändern?

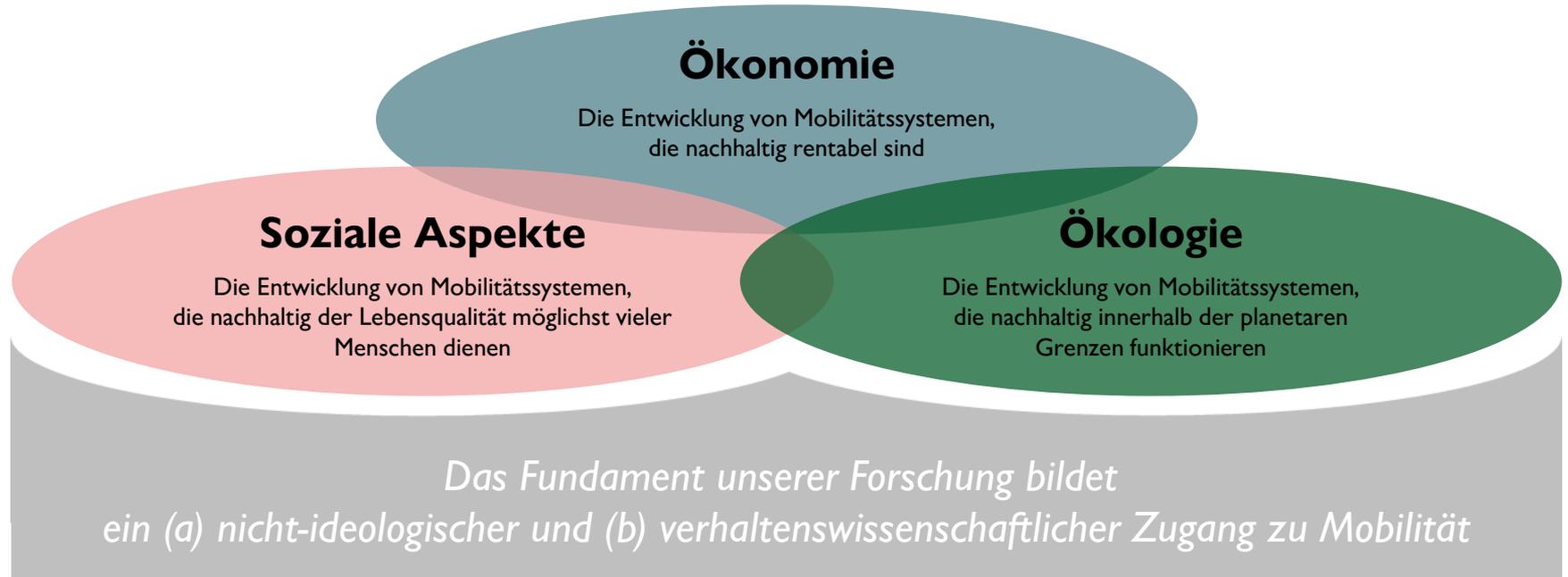


Faktor Mensch

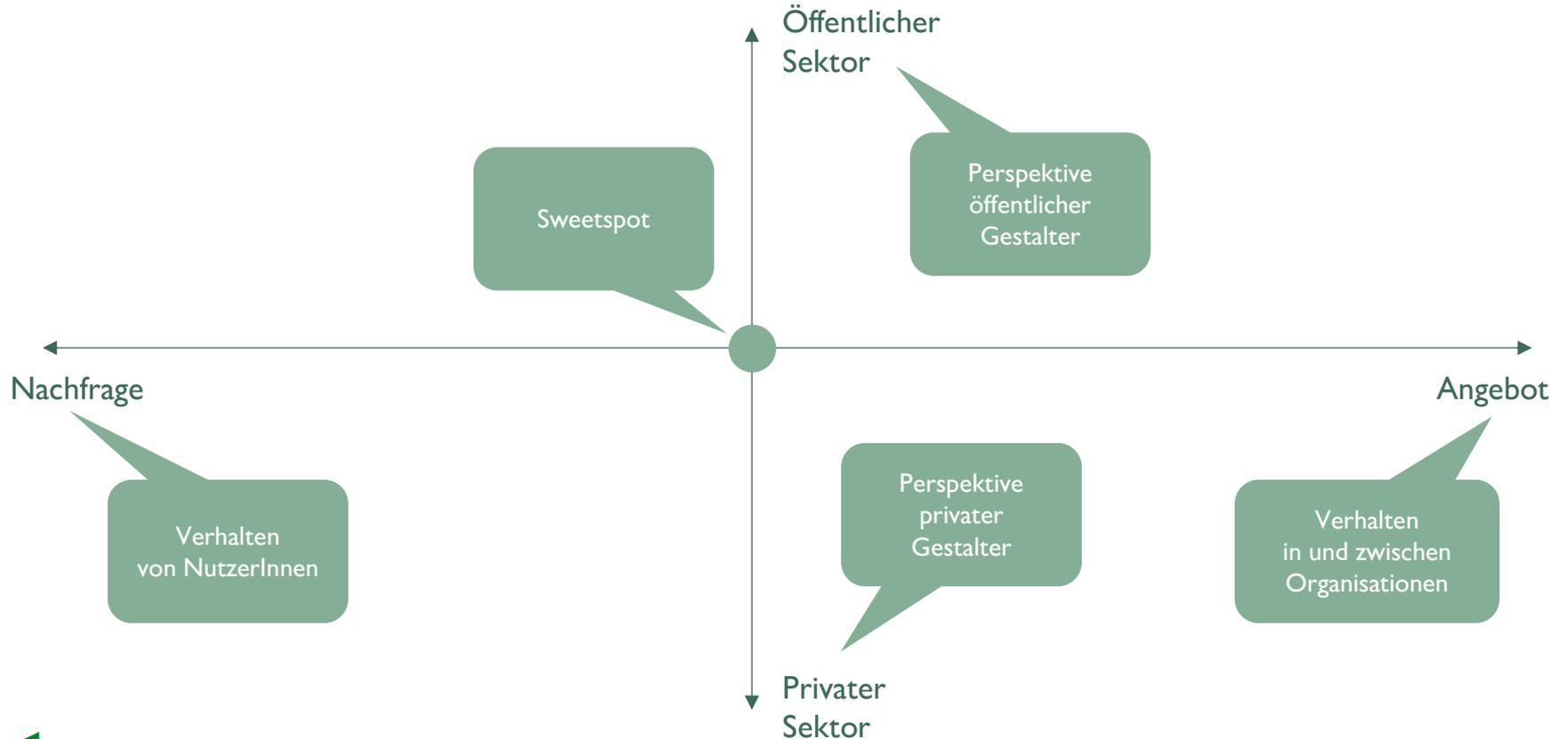
Haben Sie in letzter Zeit Ihr Mobilitätsverhalten zugunsten der Umwelt geändert (z.B. häufiger klimafreundliche Verkehrsmittel genutzt)?



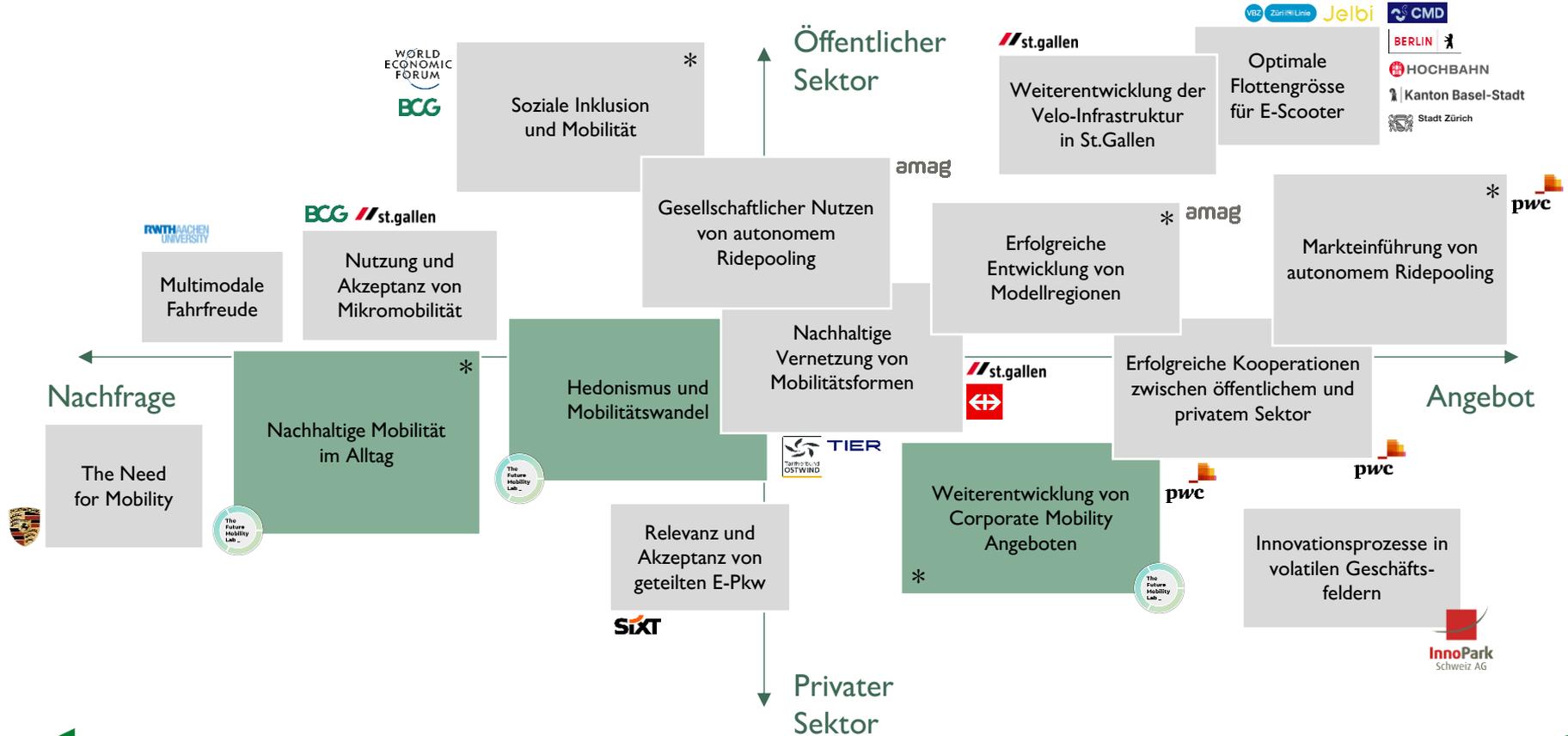
Unsere Mission am IMO-HSG: Die Mobilität der Zukunft erkenntnisbasiert mitgestalten – unter besonderer Beachtung folgender Bezugfelder:



Unser verhaltenswissenschaftliches Forschungsfeld



Ausgewählte Projekte im Überblick



THE FUTURE MOBILITY LAB _



Das Konsortium zur Förderung nachhaltigen Mobilitätsverhaltens

Zunächst: Fokus auf den Nukleus der Mobilität (FML 2023/24)

Berlin



Hamburg



St.Gallen

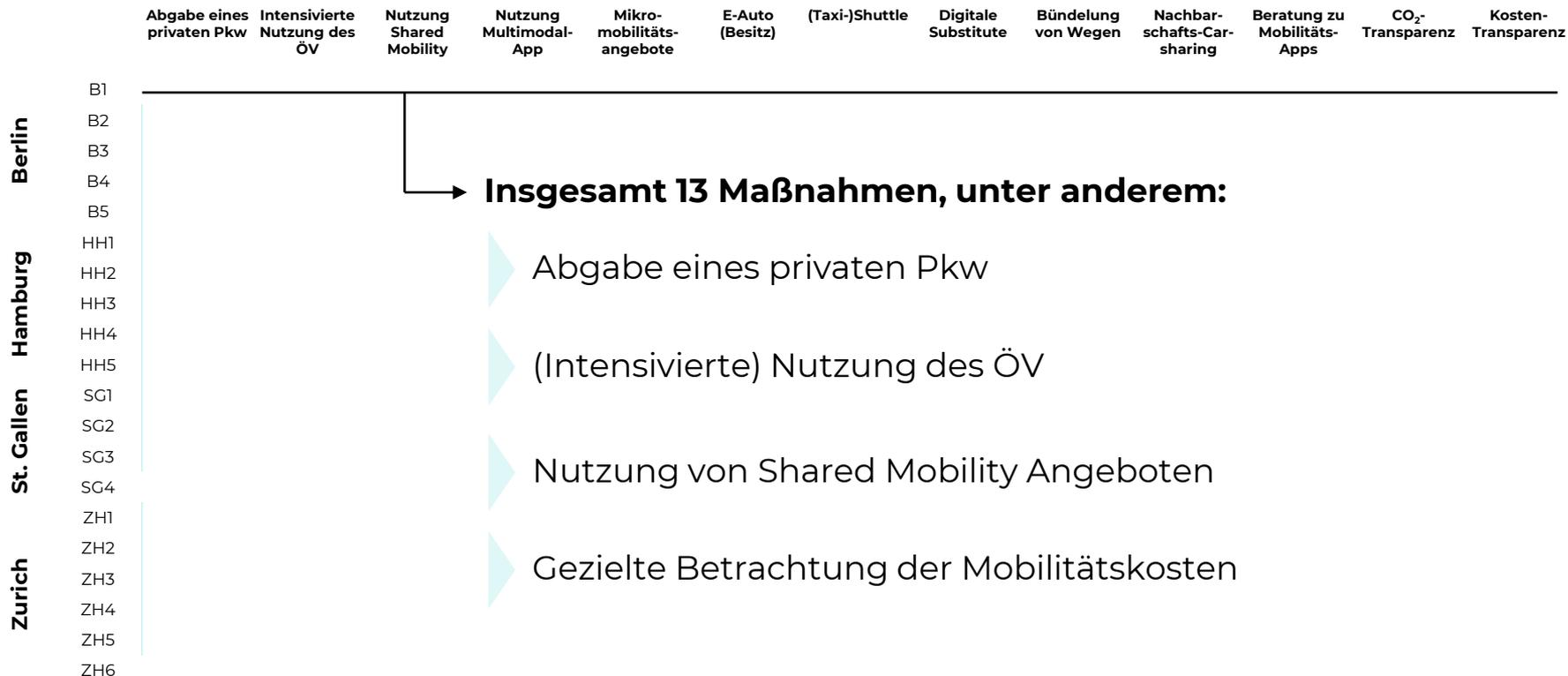


Zürich



In unserem Projekt «New Mobility Buddys» haben wir 20 Haushalte über 4 Monate dabei begleitet nachhaltige Mobilitätsformen in den Alltag zu integrieren

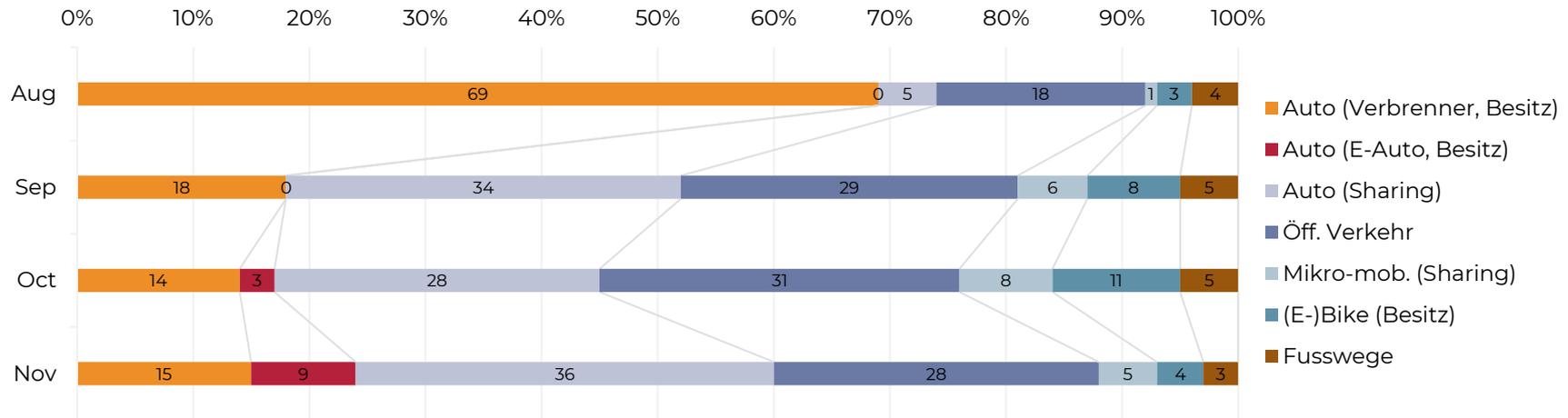
Während 4 Monaten wurden in 20 Haushalten 13 Maßnahmen in mehr als 100 Interventionen durchgeführt.



Während 4 Monaten wurden in 20 Haushalten 13 Maßnahmen in mehr als 100 Interventionen durchgeführt.



Die Veränderung im Modal Split zeigen den realen Einfluss der durchgeführten Mobilitätsinterventionen.



Grafik: Eigene Abbildung; N=37 (Nutzende der Tracking-App); % Anteil der Wege je Transportmittel während der Studienzeit; Nullmessung in Aug. 2022; Interventionen von Sep. bis Nov. 2022; Flüge exkludiert.

Ausgewählte Ergebnisse in Zahlen.

9/14

Haushalte, die bereit sind trotz guter Alternative höhere Kosten für ihr Auto hinzunehmen (exkl. Haushalte mit Dienstwagenbesitz)

6/6

Haushalte mit einem Dienstwagen, die jedes andere Verkehrsmittel als direkte Verlustrechnung denken

5/8

Haushalte, die aufgrund der Zugänglichkeit und/oder der Bedienbarkeit der Ladeinfrastruktur die Nutzung eines E-Autos als problematisch empfinden

Ausgewählte Ergebnisse in Zahlen.

-18%

Reduktion der CO₂-Emissionen für das gesamte Sample (Aber Achtung: Sehr kleines Sample)

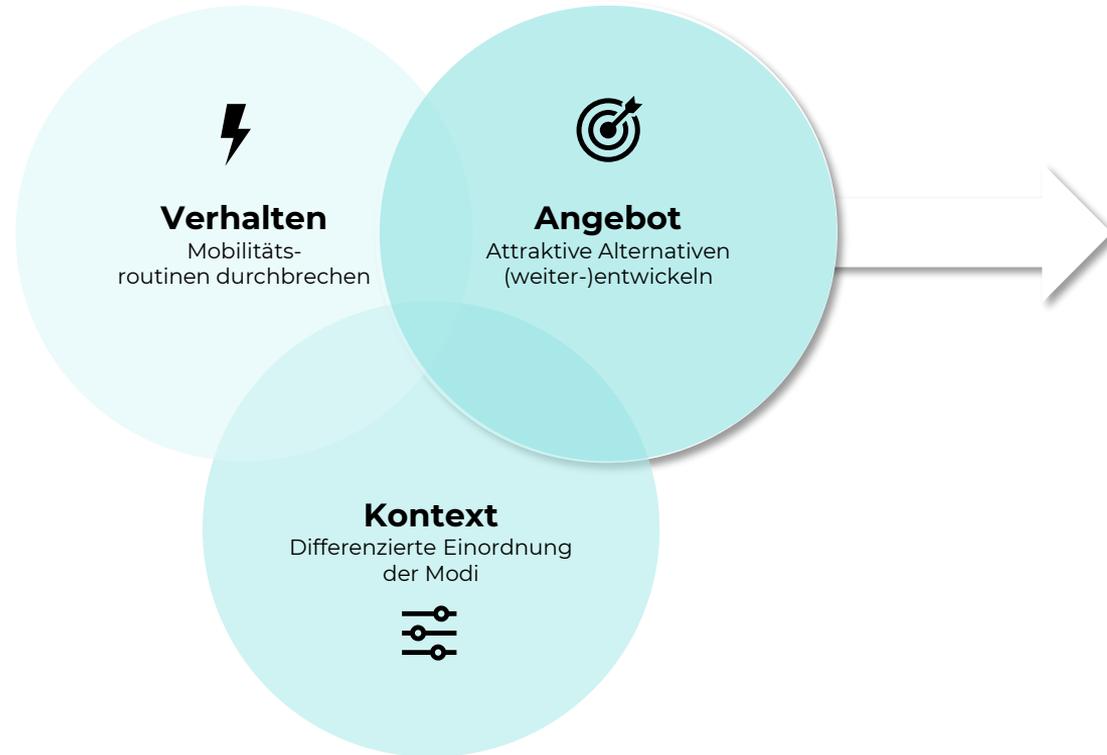
-22%

Durchschnittliche finanzielle Ersparnis bei Mobilitätsbudgets in Hamburg und Berlin

2 Autos

2 Haushalte haben im Rahmen der Studie ihr Auto verkauft (Je 1x Erst- und Zweitwagen)

Nachhaltige Mobilität in den Alltag integrieren: Das VAK-Modell



D2: Angebot – Attraktive Alternativen (weiter-)entwickeln

Wahrgenommene Vorteile eines privaten Pkw, die durch eine Alternative adressiert werden müssen:

Räumliche Flexibilität

Zeitliche Flexibilität

Transportmöglichkeiten

Wetterunabhängig

Safe Space

Hedonik / Freude

...

rational

emotional

Alternative A:

Geteilte Mobilität ausbauen

Öffentlicher
Verkehr

Shared Mobility
Angebote

ToDos

1.

Qualität der jeweiligen Angebote weiterentwickeln; **vor allem aber stärkere Integration der Angebote durch Multimodal Apps**

Alternative B:

Nachhaltigen Fahrzeugbesitz fördern

Elektrifizierung

Downsizing

ToDos

2.

Angebot attraktiver Fahrzeuge ausbauen; **vor allem aber Ausbau der Ladeinfrastruktur und nachhaltiger Energiequellen fördern**

Alternative C:

Vermeidung nicht notwendiger Wege

Reflexion

Virtualisierung

ToDos

3.

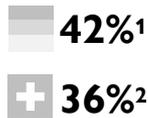
Reflexion über Mobilität und Berücksichtigung von virtuellen Substituten

Aus dem Interesse an privatem Mobilitätsverhalten hat sich unser Interesse für berufliche Mobilität entwickelt.

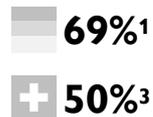
Berufliche Fahrten machen einen grossen Teil der Verkehrsleistung (DE) und zurückgelegten Tagesdistanz (CH) aus

6/6

Haushalte mit einem Dienstwagen empfinden jedes alternative Verkehrsmittel als nachteilig
(FML Studie I)



Der PKW wird für den grössten Anteil an beruflichen Fahrten genutzt



Beruflich bedingte Wege sind für mehr als die Hälfte der CO₂ Emissionen im Personenverkehr in Deutschland verantwortlich

53%⁴



Release 26.3.25



* 1: ifas, DLR, IVT und ifas 360, 2018; 2: Bundesamt für Statistik (BFS) und Bundesamt für Raumentwicklung (ARE), 2023; 3: Bundesamt für Statistik (BFS), 2022; 4: Umweltbundesamt, 2020

Unsere Studien kommen zu einem ziemlich klaren Resultat, wie Mobilitätsverhalten erfolgreich verändert werden kann



Studie 23/24



Studie 24/25



Wie kann Mobilitätsverhalten erfolgreich verändert werden?

Hedonismus & Mobilitätswandel

Spass & Freude an neuem Verhalten

ZUCKERBRÖT
&
PEITSCH

Druck & Anreize

Mobilität & Regulatorik

Hedonismus & Mobilitätswandel: FML 2025-26

Wie können wir Mobilitätsverhalten durch Spass / Freude verändern. Was lernen wir aus der Vergangenheit? Welche Ideen ergeben sich für die Zukunft?



Was macht das Auto cool & begehrenswert?

Hedonismus & Mobilitätswandel: FML 2025-26

Wie können wir Mobilitätsverhalten durch Spass / Freude verändern. Was lernen wir aus der Vergangenheit? Welche Ideen ergeben sich für die Zukunft?

Welche emotionalen Erlebnisse verbindet man mit dem ÖV?
Was macht den ÖV kultig?



Hedonismus & Mobilitätswandel: FML 2025-26

Wie können wir Mobilitätsverhalten durch Spass / Freude verändern. Was lernen wir aus der Vergangenheit? Welche Ideen ergeben sich für die Zukunft?



Was hat die Renaissance des Fahrrads verursacht? Wie ist das Velo wieder begehrenswert geworden?



Was macht den Scooter in bestimmten Zielgruppen cool? Und in anderen nicht?



Was können wir aus der Entwicklung der Skaterkultur lernen?

Hedonismus & Mobilitätswandel: FML 2025-26

Wie können wir Mobilitätsverhalten durch Spass / Freude verändern. Was lernen wir aus der Vergangenheit? Welche Ideen ergeben sich für die Zukunft?



Kontakt



Dr.
Philipp Scharfenberger

Vize Direktor IMO-HSG
+41 71 224 78 86
philipp.scharfenberger@unisg.ch

