

Verbrauchermonitoring

Auswertung und Ergebnisse der Befragung zu Fahrrad und ÖPNV



der Prognos AG für das Projekt „für mich. für dich. fürs **klima.**“
im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

Helma E. Dirks
Prognos AG

Berlin, 11.09.2009

Klimaschutz bereits gesellschaftlicher Konsens

Für über 75% der Verbraucher ist Klimaschutz ein wichtiges Thema, ebenso wichtig ist es für 80%, selbst etwas für den Klimaschutz zu tun

70% der Befragten kennen den Zusammenhang zum Klimaschutz, Mobilität steht dabei an der Spitze der Klimaschutzabsichten

Verbraucher haben konkrete Zukunftspläne zur Verhaltensänderung

35% planen häufigere Nutzung des Fahrrads

19% planen Umstieg auf ÖPNV

31% planen häufigeren, 8% vollständigen Autoverzicht

Was beeinflusst klimafreundliches Verhalten?

1

Soziale Norm

Wird Klimaschutz von meiner Familie, Freunden, Vorbildern befürwortet und praktiziert?



2

Selbstwirksamkeit

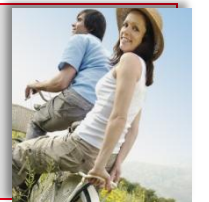
Macht es einen Unterschied, ob ich meine persönliche CO₂-Bilanz verringere?



3

Erfahrung

Bin ich schon einmal mit dem Fahrrad oder ÖPNV statt mit dem Auto gefahren?



Wer diese Fragen mit „Ja“ beantwortet, verfügt mit hoher Wahrscheinlichkeit über eine bessere Klimabilanz!

Verbraucher sehen Hemmnisse aber auch Vorteile bei der Nutzung des ÖPNV

Hemmnisse

71% vermissen beim Umsteigen aufeinander abgestimmte Verkehrsmittel

68% halten das Tarifsystem für unübersichtlich

67% vermissen die Pünktlichkeit der öffentlichen Verkehrsmittel

64% empfinden die Taktzeiten als zu groß

63% empfinden die überfüllten Verkehrsmittel als störend

62% halten die Preise für zu hoch

Vorteile

88% haben keine Parkplatzsorgen

73% nutzen die Zeit im öffentlichen Verkehr für andere Dinge

72% kommunizieren in öffentlichen Verkehrsmittel

67% fühlen sich in öffentlichen Verkehrsmitteln sicherer als auf dem Rad

65% beobachten gerne andere Menschen

63% entspannen sich während der Fahrt in öffentlichen Verkehrsmitteln

Was hindert Verbraucher, Fahrrad zu fahren?

am häufigsten wurden genannt ...

68%

sehen Einschränkungen bei der Kleiderauswahl

65%

lassen sich von den Wetterverhältnissen leiten

63%

befürchten, verschwitzt am Zielort anzukommen

weitere Hemmnisse lauten ...

eine zu lange Fahrtstrecke haben

48%

geeignete Fahrradabstellplätze fehlen

47%

ausreichend Fahrradwege vermissen

40%



Das Fahrrad ist auf der Überholspur

attraktiv

Fahrradfahren halten je über 90% für umweltfreundlich, gesund und kostengünstig. Fahrradfahrer sind für mehr als die Hälfte attraktiv!

beliebt

Fahrrad steht bei den Bürgern an zweiter Stelle der Beliebtheitsskala, für 4 km-Weg bevorzugten es ebenso viele Verbraucher wie das Auto

machbar

Wer das Fahrrad nutzt, bewertet die Hemmnisse geringer als Nichtnutzer



Bedarf der Verbraucher für mehr Klimaschutz

1

70% fühlen sich gut über klimafreundliche Mobilität informiert, aber sie wissen nicht alles im Detail

2

Immerhin fehlt 40 % der Verbraucher das Vertrauen in Informationen zu klimafreundlicher Mobilität

3

Verständliche und sachliche Informationen sowie glaubwürdige Konzepte können Defizite beheben

4

Praktikable Lösungen mit moderater Umstellung und einfache Tipps nahe am Alltag der Menschen sind gewünscht



**Herzlichen Dank für Ihr
Interesse und Ihre Fragen!**