

Pressemitteilung**ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung****Yvonne Bräutigam**

01.02.2023

<http://idw-online.de/de/news808612>Forschungsergebnisse
Gesellschaft, Umwelt / Ökologie, Verkehr / Transport, Wirtschaft
überregional**Gezielte Aufforderungen reduzieren Autofahrten von Beschäftigten**

ZEW-Studie zu Mobilitätsbudgets und Verhaltensänderungen im Verkehr Unternehmen können durch Mobilitätsbudgets und entsprechende kommunikative Begleitmaßnahmen einen wichtigen Beitrag zur Verringerung von CO₂-Emissionen leisten. Ein Feldexperiment des ZEW Mannheim belegt, dass die Nutzung von PKWs innerhalb eines Mobilitätsbudgets durch kleine, gezielte Aufforderungen und soziale Vergleiche per E-Mail an die Beschäftigten reduziert werden kann.

„Wir wurden davon überrascht, wie bewusst die Teilnehmer/innen aufgrund der E-Mails über ihre Mobilitätsoptionen nachdachten. Sie entschieden sich aktiv dazu, auf Autofahrten zu verzichten, um Treibhausgasemissionen zu reduzieren“, betont Ulrich Wagner, ZEW Research Associate im Forschungsbereich „Umwelt- und Klimaökonomik“ und Professor an der Universität Mannheim. „Das Auto hat unter den von uns untersuchten Verkehrsmitteln die höchsten CO₂-Emissionen. Umso bemerkenswerter ist es auch für die Politik, dass Kommunikationsmittel mit klaren Aufforderungen dafür sorgen können, dass Menschen das Auto seltener nutzen“, ergänzt Johannes Gessner, Doktorand an der Universität Mannheim.

Soziale Vergleiche und moralische Appelle können Mobilitätsverhalten beeinflussen

Die 341 Probanden – allesamt Angestellte eines großen deutschen Unternehmens – erhielten hierfür über einen Zeitraum von acht Wochen E-Mails von ihrem Arbeitgeber. Diesen Mails konnten die Angestellten entnehmen, ob sie öffentliche Verkehrsmittel mehr oder weniger als andere Angestellte nutzten.

Bei zufällig ausgewählten Empfänger/innen wurde dieser soziale Vergleich durch einen moralischen Appell ergänzt, öffentliche Verkehrsmittel aus Gründen des Klimaschutzes bevorzugt zu nutzen. Anhand der Veränderungen der Mobilitätsausgaben konnten die Forscher einen signifikanten Effekt dieser Informationen auf die individuelle Verkehrsmittelnutzung feststellen. Die Kombination aus sozialen Vergleichen und moralischen Appellen führt zu einer deutlichen Veränderung des Mobilitätsverhaltens.

Diese Erkenntnis steht im Gegensatz zu bisherigen Studien im Verkehrsbereich, welche soziale Vergleiche in Isolation betrachten und keine Effekte feststellen konnten. Die Kombination aus sozialen Vergleichen und moralischen Appellen trägt insbesondere zur Senkung der Mobilitätsausgaben für das Auto bei. Parallel dazu steigen die Ausgaben für Mikromobilität, beispielsweise durch E-Scooter oder Bike Sharing.

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Ulrich Wagner
ZEW Research Associate im Forschungsbereich „Umwelt- und Klimaökonomik“

ulrich.wagner@uni-mannheim.de

Originalpublikation:

<https://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp23003.pdf>

