

## Exposé zur Masterarbeit von Julia Klemme

# Jobticket als Freizeitticket? Eine Untersuchung zum Nutzungsverhalten von Jobticketinhabern im Verkehrsverbund Rhein-Sieg.

## 1. Hintergrund, Problemstellung und aktueller Forschungsstand

Der Verkehr in Städten und Ballungsgebieten nimmt seit Jahren kontinuierlich zu. Dieses Phänomen stellt Stadt- und Regionalplaner sowie die Politik vor neue Aufgaben und Probleme. Die zunehmende Verkehrsnachfrage führt zu ökologischen Problemen und an die Grenzen der Finanzierbarkeit. Ausgehend von diesen Problemen muss ein Schritt in Richtung Entkopplung von Mobilität und PKW-Verkehr geschaffen werden (ISOE 1998: 1).

Eine Studie vom Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas) befasste sich bereits 2008 mit dem Thema ‚Mobilität in Deutschland‘ und kam zu dem Ergebnis, dass die Nutzung des Autos in Deutschland immer noch auf einem unverändert hohen Niveau liegt (INFAS 2008: 4). Dies hat auch ökologische Folgen: Etwa 1/5 des insgesamt in Deutschland ausgestoßenen CO<sub>2</sub> geht auf das Konto des Verkehrs (INFAS 2008: 17). Dabei ist CO<sub>2</sub> nur eine der negativen Auswirkungen des hohen Verkehrsaufkommens. Durch Abgas-, Feinstaub- und Lärmbelastungen werden die Umwelt sowie das Klima nachhaltig geschädigt (GATHER et al. 2008: 117).

Der Berufsverkehr erzeugt dabei mit 66 Mio. t pro Jahr den größten Anteil des durch Verkehr verursachten CO<sub>2</sub> (INFAS 2008: 18). Da die meisten Berufspendler den Weg zur Arbeit mit dem eigenen PKW zurücklegen, ergeben sich aber auch für sie selbst oft Probleme. Sie stehen zum Beispiel viel im Stau. Nutzer der öffentlichen Verkehrsmittel oder aber Personen, die mit dem Fahrrad zur Arbeit kommen, haben weniger mit diesem Problem zu kämpfen. Daher sind es auch die Radfahrer, die am entspanntesten bei der Arbeit ankommen (SCHARNWEBER 2012: 258).

Eine Studie kam zu dem Ergebnis, dass Betriebe und Unternehmen bei ihren Angestellten Verhaltensänderungen im Bezug auf die Verkehrsmittelwahl auf dem Arbeitsweg bewirken können (GUNTERMANN et al. 2014: 32). Den Betrieben und Unternehmen kann damit eine wichtige Rolle zur verstärkten Nutzung nachhaltiger Verkehrsmittel zukommen. Eine Maßnahme, die eine Verhaltensänderung im Bezug auf die Verkehrsmittelwahl haben kann, ist das aktive Mobilitätsmanagement. Mit diesem werden im Betrieb Maßnahmen durchgeführt, die eine nachhaltigere Verkehrsmittelwahl unterstützen. Dazu zählen beispielsweise neben bewusstseinsbildenden Maßnahmen die Einführung von Betriebsfahrrädern, die Errichtung von Fahrradstellplätzen, die Umstellung auf alternative Fahrzeuge oder auch die Bereitstellung von Jobtickets sowie weitere Maßnahmen (DENA o.J.). Durch diese Maßnahmen soll eine Veränderung des Modal Splits zu einer Stärkung der öffentlichen Verkehrsmittel und des Fahrrads auf den Arbeitswegen bewirkt und die Alleinnutzung von PKW reduziert werden (AUSSENDORF 2014). Die vielen verschiedenen Maßnahmen im Rahmen des Mobilitätsmanagements werden jeweils auf Betrieb und Beschäftigte zugeschnitten.

Das **Jobticket** ist die Mobilitätsmanagement-Maßnahme, die Betriebe bislang am häufigsten umsetzen (MONHEIM 2013). Dabei handelt es sich um ein ermäßigtes Ticket, das Arbeitnehmer erhalten können, wenn der Betrieb einen Vertrag mit dem jeweiligen Verkehrsverbund geschlossen hat. Je nach Verkehrsverbund variieren die Konditionen, zu denen das Jobticket angeboten wird. Das Ticket wurde in den 1990er Jahren eingeführt, um die Straßen zu entlasten und den öffentlichen Nahverkehr zu stärken (KALBOW 2001:13 f.). Die Stadt Offenbach stellte nach Einführung des Jobtickets tatsächlich fest, dass der motorisierte Individualverkehr stark verringert wurde (STAHL 2010: 102). Laut Michael Schramek von EcoLibro haben einige Verkehrsverbände die Befürchtung, dass durch Jobtickets zwar die Nachfrage nach öffentlichen Verkehrsmitteln in den Hauptverkehrszeiten gesteigert wird, jedoch nicht in gleichem Maße in

den übrigen Zeiten, so dass damit die Problematik der stark schwankenden Tageslastkurve noch verstärkt wird und die Wirtschaftlichkeit sinkt.

## 2. Zielstellung und Leitfragen

Diese Arbeit soll sich daher vornehmlich mit der Frage beschäftigen, wie das Jobticket jenseits der Arbeitswege genutzt wird. Dazu soll beispielsweise geklärt werden, ob sich das Jobticket als Maßnahme des aktiven Mobilitätsmanagements nicht nur auf die Verkehrsmittelwahl auf dem Arbeitsweg, sondern auch auf andere Wege in der Freizeit auswirkt. Interessant ist es herauszufinden, ob es nur für Freizeitwege an Wochentagen oder eher am Wochenende genutzt wird. Zudem ist es von Interesse, zu welcher Tageszeit es vor allem genutzt wird. Eine größere Zahl an Fragen lässt sich entwickeln:

Für welche Art von Fahrten wird es in Anspruch genommen? Etwa eher um Freunde und Familie zu besuchen, um einkaufen zu gehen oder um zu kulturellen Einrichtungen zu gelangen?

Nutzen überhaupt alle Jobticketinhaber das Ticket für den Weg zur Arbeit oder wird es eventuell sogar nur in der Freizeit benutzt?

Wie oft wird die Möglichkeit in Anspruch genommen, jemanden mit dem Ticket mitzunehmen? Werden Familienmitglieder oder Freunde durch Jobticketnutzer animiert, ebenfalls vermehrt den öffentlichen Nahverkehr zu nutzen?

Gibt es Jobticket Besitzer, die ihr (Zweit-)Auto durch das Jobticket nicht mehr benötigen und dieses abschaffen?

Haben Alter oder Geschlecht der Ticketinhaber Auswirkungen auf die Nutzung?

Wenn ein Zusammenhang zwischen Jobticket und Nutzung des öffentlichen Verkehrs in der Freizeit festgestellt werden sollte, könnte man mit dem Jobticket nicht nur eine nachhaltigere Verkehrsmittelwahl auf dem Arbeitsweg, sondern auch auf anderen Wegen im Alltag erreichen?

Außerdem soll untersucht werden, warum sich Personen für oder gegen das Jobticket entschieden haben. Dies ist wichtig, da sich die Frage der Motivation zum Jobticket vermutlich auch in der Nutzung widerspiegelt. Jemand, der kein Auto besitzt und sich deshalb für das Jobticket entschieden hat, wird den ÖPNV in der Freizeit vermutlich auch anders nutzen, als jemand, der sich beispielsweise aus reiner Bequemlichkeit oder Kostengründen für das Ticket entschieden hat.

Auch die Fragen, wie viel das Ticket kostet und ob das Ticket vom Arbeitgeber bezuschusst und / oder aktiv beworben wird, haben vermutlich Auswirkungen auf die Entscheidung, sich für oder gegen ein Jobticket zu entscheiden.

Die vorläufigen **Leitfragen** dieser Arbeit sollen daher sein:

1. Wie wird das Jobticket jenseits der Arbeitswege genutzt?
2. Warum entscheidet sich jemand für oder gegen das Jobticket?
3. Lassen sich unterschiedliche Motivationstypen zwischen den Jobticketnutzern erkennen und zeigen diese ein unterschiedliches Nutzungsverhalten?

## 3. Methodik

Um Nutzungsverhalten und Motivation zum Jobticket zu untersuchen, soll ein quantitativer, standardisierter Fragebogen genutzt werden. Um möglichst viele Personen zu erreichen, wird es sich dabei um einen online-Fragebogen handeln.

Befragt werden Personen in Unternehmen, die das Jobticket anbieten. Für Mitarbeiter die das Jobticket nicht besitzen, wird der Fragebogen deutlich verkürzt sein, da die Fragen zum Nutzungsverhalten wegfallen.

Durch einen Ansprechpartner beim VRS wurden bereits Kontakte zu größeren Bonner Unternehmen hergestellt. Diese haben sich bereiterklärt, eine E-Mail mit dem Link zur Befragung an ihre Mitarbeiter zu schicken oder die Untersuchung im Intranet publik zu machen.

Im Vorfeld der quantitativen Befragung sollen Leitfadeninterviews mit einigen Jobticketnutzern durchgeführt werden. Mithilfe der Ergebnisse dieser Interviews soll der quantitative Fragebogen entwickelt werden.