

Inhaltsverzeichnis

1 Warum sind Menschen mobil?	9
2 Psychologische Einflussfaktoren.....	11
2.1 Kontrollüberzeugungen	12
2.2 Einstellungen	16
2.3 Normen	19
2.4 Werte	23
2.5 Sozialpsychologische Handlungstheorien zum Mobilitätsverhalten.....	24
2.6 Bewusste Entscheidungen und Gewohnheiten bei der Verkehrsmittelnutzung	34
3 Zusammenwirken von personenbezogenen und situativen Einflussfaktoren	37
4 Ansätze zur Segmentierung von NutzerInnengruppen	47
4.1 Nutzen von Segmentierungsansätzen	48
4.2 Methodische Verfahren zur Identifikation von Zielgruppen	49
4.3 Ansätze zur Zielgruppensegmentierung im Mobilitätsbereich	50
4.3.1 Geographische Ansätze	51
4.3.2 Verhaltensbasierte Ansätze.....	53
4.3.3 Soziodemographische Ansätze	55
4.3.4 Psychographische Ansätze	59
4.4 Vergleichende Bewertung der Ansätze.....	70
5 Personenfokussierte Interventionen.....	75
5.1 Soft Policies, Mobilitätsmanagement und Mobilitätsmarketing	76
5.2 Wirksamkeit einzelner Interventionsmaßnahmen	81
5.3 Personenfokussierte Interventionen vor dem Hintergrund psychologischer Handlungstheorien.....	84
Literaturverzeichnis	93