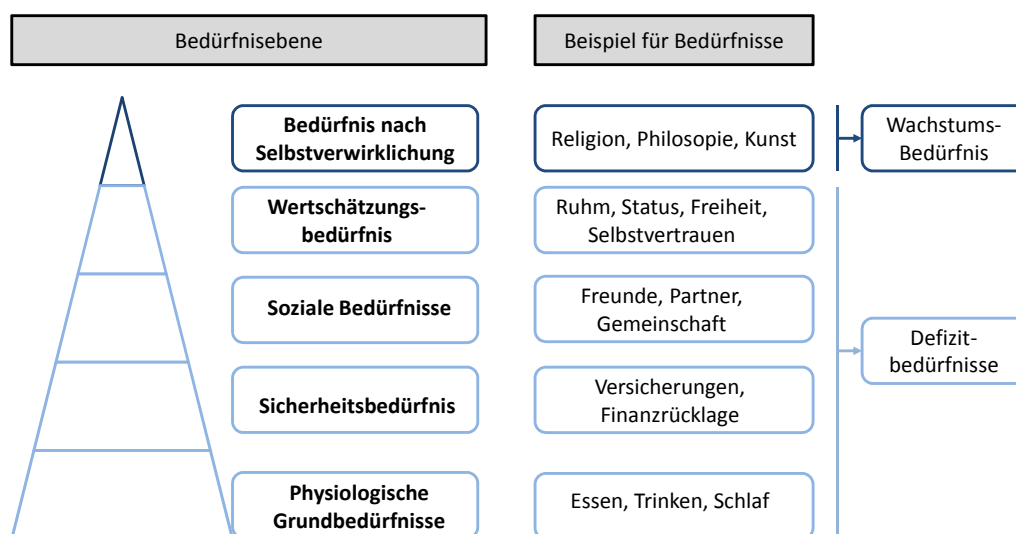


Gemeinschaftsgefühl und Motivationshintergrund: Eine qualitative Inhaltsanalyse im Bereich des Elektro-Carsharing

Mina Baburi², Katrin Günther³, Kenan Degirmenci⁴
und Michael H. Breitner⁵



¹ Kopien oder eine PDF-Datei sind auf Anfrage erhältlich: Institut für Wirtschaftsinformatik, Leibniz Universität Hannover, Königsworther Platz 1, 30167 Hannover (www.iwi.uni-hannover.de).

² Studentin der Wirtschaftswissenschaften an der Leibniz Universität Hannover (baburi.mina@gmail.com)

³ Studentin der Wirtschaftswissenschaften an der Leibniz Universität Hannover (katrin_guenther@gmx.de)

⁴ Doktorand, Institut für Wirtschaftsinformatik (degirmenci@iwi.uni-hannover.de)

⁵ Professor für Wirtschaftsinformatik und Betriebswirtschaftslehre und Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik (breitner@iwi.uni-hannover.de)

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	3
1.1 Ausgangssituation	3
1.2 Ziel der Arbeit	7
1.3 Aufbau der Arbeit	7
2 Stand der Forschung	8
3 Theoretisch-psychologisch fundierter Hintergrund	13
3.1 Bedürfnispyramide nach Maslow	14
3.2 Konzept des Gemeinschaftsgefühls	16
3.2.1 <i>Gemeinschaftsgefühl als Voraussetzung menschlicher Existenz</i>	17
3.2.2 <i>Minderwertigkeitsgefühl und die Rolle der Mutter</i>	18
3.2.3 <i>Gemeinschaftsgefühl und seine unterschiedlichen Ausprägungen</i>	21
3.3 Motivation als Impuls zur Bedürfnisbefriedigung.....	23
3.3.1 <i>Begriff der Motivation</i>	23
3.3.2 <i>Intrinsischer versus extrinsischer Begriff der Motivation</i>	26
4 Qualitative Inhaltsanalyse	27
4.1 Bestimmung des Ausgangsmaterials.....	30
4.2 Fragestellung der Analyse	32
4.3 Durchführung der Analyse.....	33
5 Diskussion	41
5.1 Identifizierung des Gemeinschaftsgefühls.....	42
5.2 Beeinflussung des Nutzerverhaltens.....	46
6 Limitationen und Ausblick	51
7 Zusammenfassung	53
Literaturverzeichnis	54
Anlage 1: Fragebogen	58
Anlage 2: Transkription	60

1 Einleitung

1.1 Ausgangssituation

Nach einem Bericht der UNITED NATIONS (2013:4f.) ist in den letzten Jahren ein weltweites Bevölkerungswachstum zu verzeichnen. So soll sich die Weltbevölkerungszahl zwischen 1950 und 2050 verdreifachen, wenn nicht sogar vervierfachen. Gleichzeitig wird prognostiziert, dass es in dieser Zeitspanne zu einer zunehmenden Verstädterung kommen wird. Während die Zahl der in der Stadt lebenden Menschen 1950 noch bei 29% lag, leben derzeit mehr als die Hälfte aller Menschen in Städten. Diese Zahl soll bis 2050 auf 69% der Weltbevölkerung ansteigen. Parallel dazu ist die Größe des Weltfuhrparks enorm angestiegen. Während die Zahl der Autos, der Busse und der Lastwagen im Jahre 1950 insgesamt noch bei rund 70 Millionen lag, ist allein die Zahl der Automobile bis zum Jahr 2010 auf rund 700 Millionen angestiegen. FIRNKORN und MÜLLER (2011:1519f.) nehmen in ihrer Publikation von 2011 zudem an, dass sich der Weltfuhrpark von 2010 bis 2050 verdreifachen wird.

Dieser Trend ist auch in Deutschland erkennbar. Der Automobilbesitz nimmt im Alltag der Menschen eine immer größere Rolle ein. Während 1962 nur rund 27% der Haushalte in Deutschland ein Auto besaßen, hat sich diese Zahl bis 2006 nahezu verdreifacht und ist auf 75% angestiegen. Es werden heute verstärkt Fahrten mit dem Auto durchgeführt, für die früher andere Transportmöglichkeiten herangezogen wurden oder die zu Fuß bewältigt wurden. 60% aller Fahrten sind kürzer als fünf Kilometer und 10% sogar kürzer als ein Kilometer. Es wird deutlich, dass auch sehr kurze Distanzen heutzutage mit einem Auto durchgeführt werden und dass das Auto verstärkt andere Transportmöglichkeiten wie beispielsweise den Bus, die Bahn oder das Fahrrad ersetzt.

Folgen sind unverkennbar: Verkehrsstaus, Parkplatzmangel und ansteigende Emissionen. Sie ziehen sowohl lokal als auch global erhebliche Auswirkungen mit sich. Diese Probleme, die sich zukünftig noch weiter verstärken werden, zwingen die Menschen zu einem Umdenkprozess in ihrem Verhalten. Der Bedarf von nachhaltigen Mobilitätslösungen steht im Fokus der heutigen Gesellschaft. Es stellt sich außerdem die Frage, ob manche Wege wirklich mit dem privaten Auto durchgeführt werden müssen oder ob es hier auch andere Möglichkeiten gibt, auf die zurückgegriffen werden kann (vgl. FIRNKORN/MÜLLER 2011:1519f.; RICKENBERG et al. 2013:1ff.; NOBIS 2006:90). Wie allerdings SOUI et al.

(2012:52) erkannt haben, wird es immer Fahrten geben, die aufgrund ihres Nutzungszwecks und den räumlichen und zeitlichen Gegebenheiten mit einem Auto durchgeführt werden.

Eine Alternative, den umwelttechnischen und sozio-ökonomischen Problemen in urbanen Regionen entgegenzuwirken ohne den Menschen die Mobilität, die ein Auto bietet zu nehmen, ist das Carsharing. Das Prinzip des Carsharing beruht auf einer alten Idee: „sharing an expensive resource to allow many people to use it without anyone assuming the entire financial burden on his own.“ (SOUI et al. 2012:53). Carsharing ist demnach eine Möglichkeit, die Lücke zwischen dem privaten Automobilbesitz und den öffentlichen Verkehrsmitteln zu schließen. Hierbei stehen dem Nutzer Fahrzeuge an verschiedenen Stationen zur Verfügung. Der Nutzer kann sich folglich aussuchen, welche Station die geringste Entfernung zu seinem Wohnsitz hat und sich somit am besten eignet. Vor der Inanspruchnahme eines Autos muss der Nutzer eine Reservierung des Fahrzeuges vornehmen. Dies kann entweder telefonisch oder über das Internet erfolgen. Je nach Verfügbarkeit des benötigten Fahrzeuges kann die Reservierung wenige Minuten vor Fahrtritt erfolgen. Carsharing eröffnet dem Nutzer demzufolge die Vorteile eines privaten Automobilbesitzes, ohne dass er allerdings die gesamten Kosten eines eigenen Autos tragen muss. Die Kosten des Carsharing sind abhängig von der Nutzungsdauer des Autos und von den gefahrenen Kilometern. Verglichen mit den konventionellen Autovermietungen erlaubt Carsharing ein kurzzeitiges Anmieten von Fahrzeugen und dies zu jeder Tageszeit und an sieben Tagen der Woche. Die fixen Kosten und die Unannehmlichkeiten eines privaten Autos werden hierbei von dem Individuum auf die Carsharing-Organisation übertragen (vgl. AWASTHI et al. 2007:58f.; CLEMENTE et al. 2013:250; SOUI et al. 2012:52).

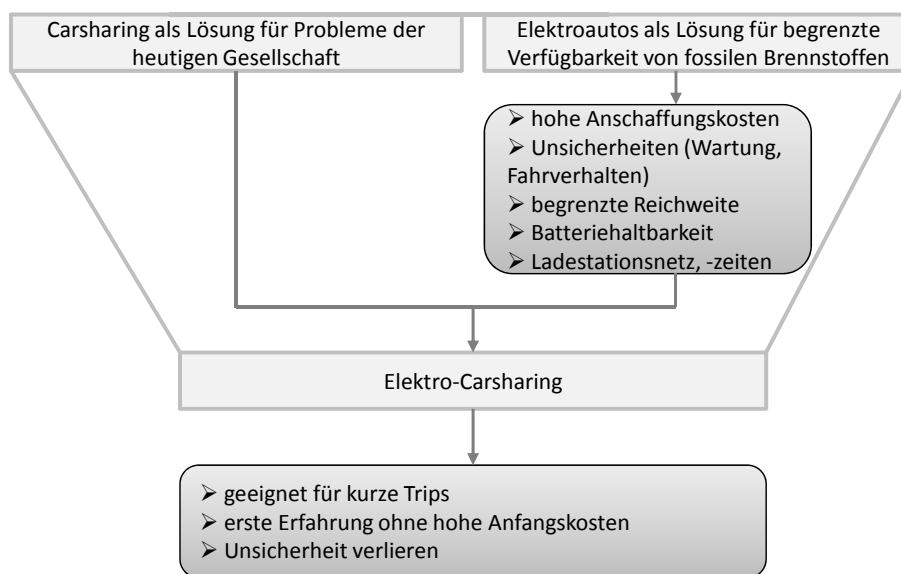
Aufgrund seiner Vorteile hat das Carsharing-Konzept in den letzten Jahren an Popularität gewonnen. Das Carsharing eignet sich sowohl für kurze wie auch für lange Mietzeiten. Die Abrechnung auf Stundenbasis und die kurzfristige Reservierung der Autos ermöglicht eine Flexibilität, welche durch die konventionelle Autovermietung nicht gegeben ist. Neben den Vorteilen für das einzelne Individuum weist das Carsharing-System allerdings auch positive Effekte in Bezug auf die Umwelt auf. So stellen beispielsweise die Reduktion von CO₂-Emissionen und von Kraftstoff sowie die verstärkte Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln einige umweltbezogene Vorzüge dar. Weitere Vorteile sind der zunehmende Verkauf von privaten Automobilen und Energieersparnisse durch die Nutzung von neuen Energiesparautos im Carsharing-Portfolio. Durch die stunden- beziehungsweise die minutenweise Abrechnung sensibilisiert Carsharing die Menschen außerdem für die Kosten, welche mit einer einzigen Autofahrt verbunden sind. „Carsharing forces a more direct consideration of

how much each trip costs in a way that a monthly car payment and a weekly gas purchase do not.” (DUNCAN 2011:365). Dies führt wiederum dazu, dass die Menschen mehr darüber nachdenken, ob diese Fahrt wirklich mit dem Auto erledigt werden muss oder ob auch alternative Transportmöglichkeiten herangezogen werden können. Die Carsharing-Nutzer gehen folglich bewusster mit der Automobilnutzung um, welches letztendlich zu einer Reduktion der Umweltverschmutzung und der Lärmbelästigung in den Städten führt. Menschen, die nicht täglich ein Auto benötigen, können somit die Vorteile und Flexibilität eines Autos in Anspruch nehmen, ohne selber ein Fahrzeug zu besitzen. Diese alternative Transportlösung ermöglicht es also den Problemen der heutigen Gesellschaft zu begegnen und Parkplatzmangel, Verkehrsstaus und Lärmbelästigung können folglich reduziert werden (vgl. AWASTHI et al. 2007:58f.; DOUMA/GAUG 2009:3; DUNCAN 2011:363ff.). Das Konzept des Carsharing wird zudem durch die Tatsache unterstützt, dass der Besitz von Gütern in den letzten Jahren für viele Menschen eine untergeordnete Rolle spielt. „Ownership is no longer the ultimate expression of consumer desire.“ (BARDHI/ECKHARDT 2012:881). Stattdessen leihen sich immer mehr Menschen Gebrauchsgegenstände für eine gewisse Zeit aus, um auf diese Weise Erfahrungen zu sammeln und sie gleichzeitig zweckgebunden zu nutzen. Auch das Interesse an der gemeinsamen Nutzung von Fahrzeugen wird immer größer. Ein Wertewandel ist gemäß einer Studie von Bratzel und Lehman aus Deutschland erkennbar. Viele Jugendliche im Alter zwischen 18 und 25 Jahren sehen das Auto nicht mehr als Statussymbol an, sondern lediglich als ein Gebrauchsgegenstand, um eine gewisse Flexibilität und Mobilität zu haben (vgl. FIRNKORN/MÜLLER 2012:265f.; BARDHI/ECKHARDT 2012:881; BARTH et al. 2004:2).

Die hohe Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen, die große Preisinstabilität und die Frage wie lange fossile Brennstoffe noch abbaubar sind, erweckt zudem das Interesse an Elektroautos. Allerdings gibt es im Bereich der Elektroautos noch wesentliche Nachteile, die die Menschen vor dem Kauf abschrecken. Die hauptsächlichen Nachteile des Elektroautos sind hierbei die begrenzte Reichweite, die hohen Anschaffungskosten, die Größe der Batterie und die Unsicherheit bezüglich der Wartung und des Wiederverkaufswertes. Die Verbindung zwischen Carsharing und Elektroautos (Elektro-Carsharing) stellt nun eine Alternative dar, um den Menschen die Angst vor Elektroautos zu nehmen und ihnen die Möglichkeit einzuräumen Erfahrungen zu sammeln, ohne dabei die hohen Anfangskosten tragen zu müssen. Bereits 1990 wurden Elektroautos in das Carsharing-System integriert. Aufgrund logistischer und operativer Herausforderungen sind diese allerdings kurze Zeit später wieder vom Markt genommen wurden. Durch den Erfahrungsanstieg und den technischen Fortschritt

konnte in den letzten Jahren ein Wiederaufleben der Elektroautos in Kombination mit dem Carsharing-Konzept verzeichnet werden. Viele Carsharing-Anbieter sehen ein großes Potenzial in der Zukunft des Elektro-Carsharing. Die charakteristischen Eigenschaften des Carsharing, wie beispielsweise kurze Trips innerhalb der Stadt, ergänzen sich mit den Anforderungen des Elektroautos (beispielsweise kurze Reichweite). Das Elektroauto in Kombination mit dem Carsharing-System kann nochmals zu einer nachhaltigen urbanen Mobilität beitragen. CO₂-Emissionen und andere Schadstoffe wie auch die Lärmbelastigung können auf diese Weise weiter reduziert werden und zu einer nachhaltigen Umwelt verhelfen (vgl. CLEMENTE et al. 2013:251; HINKEDEIN et al. 2012:2f.; SHAHEEN et al. 2013:2f.).

Abbildung 1: Darstellung der Ausgangssituation
(Quelle: eigene Darstellung)



Die vorgestellte Problematik ist in Abbildung 1 zusammenfassend dargestellt. In den letzten Jahren wurden verschiedene Mobilitätslösungen entwickelt. Das Carsharing-Konzept stellt hierbei eine Lösung für die Mobilitäts- und Umweltprobleme der heutigen Gesellschaft dar. Eine weitere Entwicklung, die die zunehmenden Umweltprobleme verbunden mit der Knappheit an fossilen Brennstoffen betreffen, stellen die Elektroautos dar. Allerdings schrecken die hohen Anschaffungskosten eines Elektroautos potenzielle Nutzer von einem Kauf ab. Ebenso besteht eine hohe Unsicherheit über die Fahrreichweite eines Elektroautos. Wie die Abbildung 1 verdeutlicht, gehen die Eigenschaften des Elektroautos mit dem Konzept des Carsharing einher. So wird das Carsharing beispielsweise hauptsächlich für kurze Trips eingesetzt, welches sich mit der kurzen Reichweite des Elektroautos vereinbaren lässt. Die negativen Aspekte des Elektroautos werden hierbei durch das Elektro-Carsharing ausgeglichen. Durch das Elektro-Carsharing können die Individuen also erste Erfahrungen in diesem

Bereich sammeln, Unsicherheiten verringern und die Popularität von elektrisch angetriebenen Autos kann erhöht werden.

1.2 Ziel der Arbeit

Wie die Ausgangssituation verdeutlicht hat, kann dem Elektro-Carsharing das Potenzial zugeschrieben werden, bei der Bewältigung von städtischen Mobilitäts- und Umweltproblemen eine wichtige Rolle einzunehmen. Aus der Kombination der Nutzung von Elektroautos und dem Konzept des Carsharing kann das folgende allgemeine Forschungsthema abgeleitet werden: *„Gemeinschaftsgefühl und Motivationshintergrund: eine qualitative Inhaltsanalyse im Bereich des Elektro-Carsharing“*. Um diesem allgemein formulierten Thema nachzugehen, wird dieses konkretisiert und folgende spezifische Forschungsfragen untersucht:

FF I: *Ist ein Gemeinschaftsgefühl im Bereich des Elektro-Carsharing aktuell identifizierbar?*

FF II: *Ist es den Carsharing-Anbietern möglich, mittels eines Gemeinschaftsgefühls das Nutzerverhalten bezüglich Elektro-Carsharing positiv zu beeinflussen?*

Als Grundlage für eine Annäherung an die spezifischen Forschungsfragen erfolgt die Darstellung des Begriffs „Gemeinschaftsgefühl“ nach Alfred Adler. Desweiteren wird der Motivationsbegriff eingeführt und seine verschiedenen Ausprägungen aufgezeigt. Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, eine Verknüpfung zwischen diesen in der Psychologie bereits etablierten Theorien beziehungsweise Begriffen und dem Bereich des Elektro-Carsharing herzustellen. Basierend auf diesen theoretischen Erkenntnissen und im Hinblick auf die Fragestellung ist ein weiteres Ziel, eine eigene Datenerhebung durchzuführen, um daraus ableitend eine Stellungnahme hinsichtlich der Forschungsfragen vornehmen zu können. Hierbei soll die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring als Leitfaden für die Auswertung dieser Daten dienen.

1.3 Aufbau der Arbeit

Als Einstieg in die Arbeit geht Kapitel zwei auf den aktuellen Forschungsstand im Bereich des Elektro-Carsharing ein. Der Fokus liegt hierbei vor allem auf folgende Fragestellungen: Welche Zielgruppe hat das Carsharing? In welchen Bereichen und für welche Fahrten wird das Carsharing angewendet? Schließlich wird aufgezeigt, ob sich die Auswirkungen des Carsharing durch empirische Studien bestätigen lassen. Das dritte Kapitel liefert einen theore-

tion der charakteristischen Eigenschaften einer Gemeinschaft. Diese Problematik überträgt sich somit auch auf die Analyse. Die Ergebnisse besitzen somit keine Allgemeingültigkeit und können je nach Definition variieren.

7 Zusammenfassung

Diese Bachelorarbeit zielt darauf ab, bereits in der Literatur etablierte Theorien aus dem Bereich der Psychologie auf das neue Mobilitätskonzept des Elektro-Carsharing zu übertragen. Im Hinblick auf die theoretischen Erkenntnisse wird untersucht, ob zum Zeitpunkt der Datenerhebung ein Gemeinschaftsgefühl im Bereich des Elektro-Carsharing zu identifizieren ist. In diesem Rahmen steht der Motivationshintergrund von potenziellen Elektro-Carsharing-Nutzern im Fokus der durchgeführten Interviews. Für die weitere Forschung lassen sich folgende Ergebnisse zusammenfassen.

Bei 40% der Befragten kann ein Umwelt- und Nachhaltigkeitsgedanke mit dem Elektro-Carsharing in Verbindung gebracht werden. Allerdings spielt nur bei 11,43% der Befragten dieser Gedanke auch bei der Autoauswahl eine ausschlaggebende Rolle. Die Mehrheit der Teilnehmer ist aktuell nicht bereit, Einschränkungen für eine nachhaltige Umwelt in Kauf zu nehmen.

Eine abschließende Beantwortung der Frage, ob es den Carsharing-Anbietern möglich ist, mittels eines Gemeinschaftsgefühls, das Nutzerverhalten im Elektro-Carsharing positiv zu beeinflussen, ist nicht möglich. Es kann lediglich die Vermutung aufgestellt werden, dass die zunehmenden Umweltprobleme die Attraktivität des Elektro-Carsharing steigern lassen. Dieser Zusammenhang wirft die Frage auf, ob ein Gemeinschaftsgefühl im Elektro-Carsharing durch Carsharing-Organisationen erzwungen beziehungsweise initiiert werden kann oder ob sich dies nur selbstständig entwickelt.