



Förderung einer umweltfreundlichen Verkehrsmittelwahl durch die Emotionalisierung angebotsseitiger Infrastruktur

Relevance of design during modal choice

Die Arbeit identifiziert produktsprachliche Faktoren, welche speziell bei umweltfreundlichen Verkehrsmitteln das Potenzial besitzen, eine Emotion beim Nutzenden auszulösen. So wird aufgezeigt, welche Relationen zwischen produktsprachlichen Faktoren und Emotionen einen besonderen Stellenwert im gesamten Planungs- und Umsetzungsprozess haben sollten, um eine maximale emotional-positive Wirkung beim Nutzenden zu erzielen. Die Arbeit legt auch dar, ob und welche Unterschiede sich bei dem Vergleich der Daten von Nutzergruppen mit soziodemografischen Unterschieden beobachten lassen. So zeigt sich beispielsweise, dass produktsprachliche Elemente auf jüngere Personen eine andere emotionale Wirkung haben, als auf ältere Personen. Auch wird ein Trend bei der geschlechterspezifischen Unterscheidung identifiziert. Zudem ist die Ausprägung der emotionalen Wirkung stets von dem jeweiligen Befragungsort abhängig. Übergreifend zeigen sich jedoch auch deutliche Tendenzen, über die eine verkehrsmittel-übergreifende und ortsunabhängige Aussage getroffen werden kann.

Fokusthema • Mobility Systems

Art des Projektes • Forschungsprojekt, Promotionsprojekt

Institution • Frankfurt University of Applied Sciences (FRA UAS), Fachgruppe Neue Mobilität, LOEWE-Schwerpunkt IDG

Disziplin • Verkehrsplanung

Betreuende • Prof. Dr.-Ing. Petra Schäfer

Promovend • Dr.-Ing. Dominic Hofmann

Kontakt • project-mo.de@hfg-offenbach.de, FGNeueMobilitaet@fb1.fra-uas.de

Status • abgeschlossen

Projektzeitraum • 10/2016 – 02/2019

Weitere Informationen • www.project-mo.de → Forschung → Designstudien und Dokumentationen, https://tuprints.ulb.tu-darmstadt.de/8353/7/Dissertation_Hofmann.pdf