

| Transport und Mobilitätswende: Unterthema 2

Zentrale Fragestellung:
Wie steigern wir die Attraktivität/Akzeptanz nachhaltiger Mobilitätslösungen für alle und haben Rebound-Effekte im Blick?

- Messbarkeit
- Subjektivität von Attraktivität/Akzeptanz
- Durchbrechen von Routinen
- Unterschiedliche Interessen

Kurze Beschreibung der Herausforderung/des Handlungsfelds

- Entscheidungsträger (Rahmenbedingungen)
- Anbieter (ÖPNV, private Unternehmen, Hersteller)
- Nutzer/Nicht-Nutzer

Akteure & Netzwerk

- Freiräume zum ausprobieren abseits bestehender Begegnungen (temporär) (z.B. Reservierungen im Straßenraum)

Politische Unterstützung & Governance

- Experimente mit Versuchsgruppen
- Reallabore
- Digitale Lösungen zur Kostentransparenz oder Internalisierung

Innovative (Lösungs-)Ansätze

Hoher Impact

Impact/ Langfristigkeit & Beständigkeit:

- Anbieter*innen
- Nutzer*innen

Zielgruppenadressierung & Kommunikation

- Abgeleitete wissenschaftliche Fragestellungen:
- Wirkung und Steuerungsmöglichkeiten von Kosten?
 - Wie lässt sich subjektive Attraktivität/Akzeptanz messen?
 - Wie lassen sich Rebound-Effekte untersuchen/quantifizieren?
 - Wie lassen sich (temporäre) Defizite der Infrastruktur nutzen nachhaltige Alternativen zu fördern?
 - Wie kann man nachhaltige Mobilitätslösungen wirtschaftlich attraktiv machen?

- Wie können digitale Lösungen Attraktivität/Akzeptanz steigern?
- Wie setzen wir das um?