

Wirkungsvolle Risikokommunikation für junge Fahrerinnen und Fahrer

Berichte der
Bundesanstalt für Straßenwesen

Mensch und Sicherheit Heft M 249

The logo consists of the word "bast" in a bold, lowercase, green sans-serif font. The letters are slightly shadowed, giving them a 3D appearance as if they are floating above a surface. The background is a light gray with a thin white vertical line on the right side.

Wirkungsvolle Risikokommunikation für junge Fahrerinnen und Fahrer

von

Hardy Holte

Bundesanstalt für Straßenwesen
Bergisch Gladbach

Christoph Klimmt
Eva Baumann
Sarah Geber

Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung
Hochschule für Musik, Theater und Medien
Hannover

**Berichte der
Bundesanstalt für Straßenwesen**

Mensch und Sicherheit Heft M 249

bast

Die Bundesanstalt für Straßenwesen veröffentlicht ihre Arbeits- und Forschungsergebnisse in der Schriftenreihe **Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen**. Die Reihe besteht aus folgenden Unterreihen:

- A - Allgemeines
- B - Brücken- und Ingenieurbau
- F - Fahrzeugtechnik
- M - Mensch und Sicherheit
- S - Straßenbau
- V - Verkehrstechnik

Es wird darauf hingewiesen, dass die unter dem Namen der Verfasser veröffentlichten Berichte nicht in jedem Fall die Ansicht des Herausgebers wiedergeben.

Nachdruck und photomechanische Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Bundesanstalt für Straßenwesen, Stabsstelle Presse und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Hefte der Schriftenreihe **Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen** können direkt bei der Carl Schünemann Verlag GmbH, Zweite Schlachtpforte 7, D-28195 Bremen, Telefon: (04 21) 3 69 03 - 53, bezogen werden.

Über die Forschungsergebnisse und ihre Veröffentlichungen wird in der Regel in Kurzform im Informationsdienst **Forschung kompakt** berichtet. Dieser Dienst wird kostenlos angeboten; Interessenten wenden sich bitte an die Bundesanstalt für Straßenwesen, Stabsstelle Presse und Öffentlichkeitsarbeit.

Ab dem Jahrgang 2003 stehen die **Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt)** zum Teil als kostenfreier Download im elektronischen BASt-Archiv [ELBA](http://elba.bast.opus.hbz-nrw.de) zur Verfügung.
<http://bast.opus.hbz-nrw.de>

Impressum

Bericht zum Forschungsprojekt F1100.4311017
Bedingungen einer wirkungsvollen Risikokommunikation für junge Fahrer und Fahrerinnen

Herausgeber

Bundesanstalt für Straßenwesen
Brüderstraße 53, D-51427 Bergisch Gladbach
Telefon: (0 22 04) 43 - 0
Telefax: (0 22 04) 43 - 674

Redaktion

Stabsstelle Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Druck und Verlag

Fachverlag NW in der
Carl Schünemann Verlag GmbH
Zweite Schlachtpforte 7, D-28195 Bremen
Telefon: (04 21) 3 69 03 - 53
Telefax: (04 21) 3 69 03 - 48
www.schuenemann-verlag.de

ISSN 0943-9315

ISBN 978-3-95606-103-5

Bergisch Gladbach, Juli 2014

Kurzfassung – Abstract

Wirkungsvolle Risikokommunikation für junge Fahrerinnen und Fahrer

Für die Gruppe der 18- bis 24-Jährigen besteht auch weiterhin das höchste Risiko, bei einem Verkehrsunfall verletzt oder getötet zu werden. Diese Tatsache begründet die Notwendigkeit, sich auch in Zukunft intensiv der Verbesserung der Verkehrssicherheit dieser Altersgruppe zu widmen. Verschiedene Formen der Ansprache sind dabei ein zielführender Weg, junge Fahrerinnen und Fahrer im Hinblick auf die Gefahren im Straßenverkehr zu sensibilisieren und somit auch längerfristig ihre Einstellungen und Verhaltensweisen zu verändern.

Die vorliegende Studie knüpft unmittelbar an die JUFA-Studie der BAST aus dem Jahr 2012 an, aus der umfassende Beschreibungen mehr oder weniger gefährdeter Lebensgruppen junger Fahrerinnen und Fahrer hervorgingen. Mit der Fortsetzung der JUFA-Studie wurden drei zentrale Ziele verfolgt: (1) eine stärkere Differenzierung der Lebensstilgruppen durch die Hinzunahme von Werthaltungen, (2) eine differenzierte Charakterisierung der Mediennutzung als Grundlage für die Entwicklung zielgruppenspezifischer Anspracheformen und (3) die Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Persönlichkeitsmerkmalen, Lebensstilen, verkehrssicherheitsrelevanten Erwartungen und verschiedenen Formen der Mediennutzung. Um diese Ziele zu erreichen, wurde eine Repräsentativbefragung (N = 1.995) in der Zielgruppe der 15- bis 24-Jährigen durchgeführt.

Die Erweiterung der Lebensstildefinition um die Werthaltungen führte zur Identifikation von neun Lebensstilgruppen, die sich hinsichtlich der Gefährdung im Straßenverkehr deutlich voneinander unterscheiden. Durch die Ausdifferenzierung der Lebensstilgruppen kristallisierten sich zwei unterschiedliche autozentrierte Typen heraus. Die höchste Unfallgefährdung besteht für den „autozentrierten Typ A“, der große Ähnlichkeit mit dem gleichnamigen Lebensstiltyp aus der JUFA-Studie besitzt. Abgesehen von den klassischen Medien, die unterhaltsam über Autothemen berichten, sind Personen dieser Lebensstilgruppe prinzipiell sehr gut über Mobiltelefone, App-Anwendungen oder soziale Netzwerke erreichbar. Ihr relativ geringes Interesse an Verkehrssicherheit macht es jedoch

erforderlich, sich in der Risikokommunikation einer angemessenen Strategie und „Verpackung“ zu bedienen, um diese Zielgruppe erreichen zu können.

Die Prüfung des theoretischen Modells dieser Studie im Rahmen von Pfadanalysen ergab eine sehr gute Anpassung an die empirischen Daten für alle Lebensstilgruppen und beide Geschlechter. Diese Ergebnisse stützen damit erneut die im JUFA-Projekt entwickelten theoretischen Grundlagen und empfehlen ihre Anwendung in der zukünftigen Forschung und bei Umsetzung von Maßnahmen im Bereich der Risikokommunikation. Für eine solche Umsetzung, in der zielgruppenspezifische strategische und inhaltliche Aspekte zu berücksichtigen sind, bietet der hohe Differenzierungsgrad der Beschreibungen der neun Lebensstilgruppen eine breite empirische Grundlage.

Effective risk communication for young drivers

The risk group of 18-24 year olds continues to be at highest risk of being injured or killed in a traffic accident. This fact justifies the need to devote attention to the improvement of road safety for this age group in the future. Various methods are sensitising young drivers with regard to the dangers of road traffic and thereby changing their attitudes and behaviour for the long term.

The present study is directly linked to the JUFA (youth and family) study by the Federal Highway Research Institute (BAST) from 2012. Vulnerable groups of young drivers emerged from the comprehensive descriptions. With the continuation of the JUFA study, three central aims followed: (1) a greater differentiation of lifestyle groups through the incorporation of values and attitudes, (2) a differentiated characterisation of media use as the basis for the development of group-specific communication, and (3) the analysis of the connection between personality traits, lifestyles, expectations related to traffic safety, and various forms of media use. To achieve these goals, a representative survey (N = 1,995) was conducted in the target group of 15 to 24 year olds.

The expansion of the lifestyle definitions to values and attitudes resulted in the identification of nine lifestyle groups that differ significantly from one another in terms of the hazards in road traffic. Two different self-reliant types emerged through the differentiation of the lifestyle groups. The highest accident risk exists for the “car-centred type A”, which has large similarities with the lifestyle type of the same name from the JUFA study. Aside from the traditional media that reports on entertaining motoring topics, people of this lifestyle group can be reached via mobile phones, mobile apps and social networks. Their relatively low interest in road safety makes it necessary to engage in risk communication with an appropriate strategy and “packaging” in order to reach this target group.

The testing of the theoretical model of this study within the framework of the path analyses revealed a very good adaptation to the empirical data for all lifestyle groups and both genders. These results once again support the theoretical basis developed in the JUFA project and recommend its use in future research and for the implementation of measures in the field of risk communication. For such an implementation, in which target-group-specific strategic and conceptual aspects are taken into account, the high degree of differentiation between the descriptions of the nine lifestyle groups provide a broad empirical basis.

Inhalt

1	Einleitung	7	4.5.2.1	Lebensstil und Werthaltungen	29
2	Unfallstatistik und Unfallrisiko	8	4.5.2.2	Einstellung zur Geschwindigkeit	36
2.1	Verunglückte und Getötete	8	4.5.2.3	Handlungskompetenzerwartung	36
2.2	Entwicklung der Verunglücktenzahl	8	4.5.2.4	Einstellung zum Auto und Autofahren	38
2.3	Unfallursachen und -schwerpunkte	9	4.5.2.5	Erwartete soziale Konsequenzen hinsichtlich des eigenen Fahr- stils	39
3	Einflussfaktoren auf das Fahr- verhalten und Unfallrisiko	10	4.5.2.6	Wahrgenommene Gemeinsam- keiten von Freunden	39
3.1	Soziodemografische Merkmale	10	4.5.2.7	App-Nutzung	39
3.2	Verkehrssicherheitsrelevante Personenmerkmale	12	4.5.2.8	Gesprächsthemen zu „Auto“ und „Autofahren“ mit Freunden	41
3.3	Verkehrssicherheitsrelevante Kontextmerkmale	15	4.5.2.9	Reizbarkeit, Erlebnishunger und Normlosigkeit	41
4	Empirische Studie	15	4.5.2.10	Gruppenattraktivität	42
4.1	Theoretische Grundlagen	15	4.5.3	Aggregation durch Indexbildung: Sozioökonomischer Status	43
4.2	Darstellung eines theoretischen Modells	18	4.5.4	Profile junger Fahrerinnen und Fahrer	43
4.3	Hypothesen	22	4.5.4.1	Gruppenbildung durch Clusteranalyse	43
4.4	Methodik	22	4.5.4.2	Darstellung und Kurzbeschreibung der 9-Cluster-Lösung	44
4.4.1	Erhebungsinstrumente	23	4.5.4.3	Vergleich der JUFA- und RISCOM-Lebensstile	54
4.4.1.1	Personenmerkmale ohne Verkehrsbezug	23	4.5.5.	Charakteristika der Lebensstil- gruppen	56
4.4.1.2	Verkehrsbezogene Personenmerkmale	24	4.5.5.1	Soziodemografische Merkmale	56
4.4.2	Stichprobe und Stichproben- gewinnung	25	4.5.5.2	Risikoprofile	59
4.4.3	Auswertungsdesign	25	4.5.5.3	Kommunikationsprofile der Lebensstilgruppen	70
4.5	Ergebnisse	26	4.5.6	Modelltests	91
4.5.1	Deskriptive Analysen	26	4.5.6.1	Zwei Modellvarianten	91
4.5.1.1	Stichprobenbeschreibung	26	4.5.6.2	Multipler Gruppenvergleich: Lebensstilgruppen	95
4.5.1.2	Alkohol- und Drogenkonsum, Medikamenteneinnahme	26	4.5.6.3	Multipler Gruppenvergleich: Geschlecht	95
4.5.1.3	Verkehrsbezogene Merkmale	28			
4.5.2	Datenaggregation: Faktorenanalysen	29			

4.5.6.4	Zusammenfassung: „Modelltests“	97
5	Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen.	97
5.1	Die kommunikative Erreichbarkeit der Lebensstilgruppen	98
5.2	Handlungsempfehlungen	99
5.3	Schlussbetrachtungen und Ausblick	102
6	Dokumentation	103
6.1	Fragebogen	103
6.2	Stichprobenzusammensetzung: ungewichtete und gewichtete Daten	112
6.3	Drogenkonsum und Medikamenteneinnahme	113
6.4	Modifizierte Tabelle zur Handlungs- kompetenzerwartung im Projekt JUFA (HOLTE, 2012a)	114
7	Literatur	115

1 Einleitung

Die Anlage der vorliegenden RISCOM-Studie baut im Wesentlichen auf den Ergebnissen der BAST-Studie „Einflussfaktoren auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer“ (HOLTE, 2012a) und der EU-Studie im Rahmen des DRUID-Projekts „DRUID outcomes and risk communication to young drivers“ (HEIßING, HOLTE, SCHULZE, BAUMANN & KLIMMT, 2011) auf. Während in der ersten Studie umfassende Profile von mehr oder weniger gefährdeten jungen Fahrerinnen und Fahrern erstellt wurden, lieferte die zweite Studie Erkenntnisse über die Gruppe der 15- bis 24-Jährigen als Nutzer unterschiedlichster Medien. Dabei war insbesondere ein Augenmerk auf die Teilnahme der Zielgruppe an sozialen Netzwerken im Internet gerichtet, die in den vergangenen fünf Jahren eine immense Ausdehnung erfahren haben und eine immer größere Bedeutung im Kommunikationsverhalten und in der Informationsgewinnung junger Menschen spielen.

Ziel dieser Studie ist es, die inhaltliche Ausrichtung dieser beiden Vorgängerstudien zu verbinden und somit eine Verknüpfung zwischen verkehrssicherheitsrelevanten Personenmerkmalen und inhaltlichen, strategischen sowie formalen Aspekten von Risikokommunikation herzustellen. Dadurch verbessern sich die Voraussetzungen für einen maßgeschneiderten Zuschnitt von Verkehrssicherheitskampagnen, personaler Kommunikation und verschiedenster Formen der Kommunikation im Internet für die Zielgruppe. Konkret bedeutet dies den Erwerb der Kenntnisse darüber, welcher Typ junger Fahrer bzw. junger Fahrerinnen mit Blick auf welches Problemverhalten über welche kommunikativen Kanäle mit welcher kommunikativen Strategie und mit welcher erwarteten Wirkung angesprochen werden kann. Mit der Umsetzung dieser spezifischen Erkenntnisse in verschiedenen Formen der Risikokommunikation ist die Erwartung verbunden, die Verkehrssicherheit in der Zielgruppe nachhaltig positiv beeinflussen zu können.

Neben einer Verknüpfung der beiden Themenbereiche „Profile junger Fahrerinnen und Fahrer“ und „Risikokommunikation“ wird in dieser Studie auch eine jeweilige Vertiefung vorgenommen. So erfolgt im zuerst genannten Bereich eine Erweiterung des Lebensstilansatzes um die Facette der „sozialen Werte“. Nach ROKEACH (1973) sind Lebensstile auch als Manifestationen eines individuellen internalisierten Wertesystems anzusehen, wobei die An-

zahl der Wertorientierungen relativ gering ist. Im Gegensatz zu Einstellungen sind Werte objekt- und situationsübergreifend. Die Implementation der sozialen Werte in eine Lebensstilkonzeption verspricht eine sinnvolle Ausdifferenzierung der bislang vorliegenden Lebensstilstruktur und damit einen noch pointierteren Blick auf die im Straßenverkehr gefährdeten Subgruppen. Eine Erweiterung der Einstellungskonzepte erfolgt u. a. durch die Entwicklung einer Skala zur Messung der Einstellungen zum Auto und Autofahren. Erfasst werden dabei unterschiedliche Funktionen, die das Autofahren oder der Besitz eines Autos erfüllen kann. Dabei wird der Aspekt der Geschwindigkeit ausgeklammert, der bereits in einer mehrfach bewährten Extraskala berücksichtigt wird. Im Bereich der Risikokommunikation erfolgt eine Ausweitung im Hinblick auf die Peer-Kommunikation, die Nutzung sozialer Netzwerke, die Nutzung von Anwendungsprogrammen für Handys bzw. Smartphones und das Lesen von Zeitschriften. Das theoretische Modell dieser Studie schließt beide Bereiche ein. Es wird durch eine Struktur unterschiedlicher Erwartungen gebildet, die ihrerseits in einem Gefüge personenbezogener und situationsabhängiger Einflussfaktoren eingebunden sind.

Datenbasis dieser Studie ist eine Repräsentativbefragung von 1.995 Personen, die in standardisierten persönlich-mündlichen Interviews befragt werden. Im Unterschied zur Vorgängerstudie JUFA „Einflussfaktoren auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer“, die auf die Grundgesamtheit der 17- bis 37-Jährigen ausgerichtet war, reicht die Altersspanne in dieser Studie von 15 bis 24 Jahren. Die Berücksichtigung der 15- und 16-Jährigen erfolgt vor dem Hintergrund der Überzeugung, dass es sinnvoll ist, zukünftig auch junge Menschen im Rahmen von Verkehrssicherheitskampagnen anzusprechen, die noch keinen Führerschein besitzen. Die Ergebnisse der o. g. DRUID-Studie stützen diese Überzeugung.

Der Anlass für die Durchführung dieser Studie ist der weiterhin bestehende dringende Handlungsbedarf auf Seiten der Verkehrssicherheitsarbeit. Trotz der nachweisbaren Erfolge verschiedener Verkehrssicherheitsmaßnahmen (Begleitetes Fahren, Alkoholverbot für Fahranfänger) werden die 18- bis 24-Jährigen noch immer überproportional häufig bei einem Verkehrsunfall verletzt oder getötet (siehe Kapitel 2). Die umfangreichen Ergebnisse der vorliegenden Studie über die Zielgruppe der jungen Fahrerinnen und Fahrer sowie Jugend-

lichen, die noch keinen Pkw-Führerschein besitzen, sollen im Dienste der Planung und Optimierung von Verkehrssicherheitsmaßnahmen stehen, die primär auf den vielfältigen Einsatz von Risikokommunikation im Bereich der personalen Kommunikation und Massenkommunikation ausgerichtet sind. Die in dieser Arbeit abgeleiteten konkreten Empfehlungen zur Umsetzung der Ergebnisse konzentrieren sich im Wesentlichen auf massenmedial verbreitete Verkehrssicherheitsbotschaften (z. B. Kampagnen), die darauf abzielen, verkehrssicherheitsrelevante Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen junger Menschen zu beeinflussen.

2 Unfallstatistik und Unfallrisiko

2.1 - Verunglückte und Getötete

Im Jahr 2012 sind in Deutschland 72.130 Personen im Alter zwischen 18 und 24 Jahren im Straßenverkehr verunglückt. Insgesamt 611 Personen starben bei einem Unfall, 17,1 % weniger als im Vorjahr. Insgesamt 435 Personen starben als Pkw-Insassen bei einem Unfall, 9,8 % weniger als im Vorjahr. Schwer verletzt wurden 11.293 Personen, 6,4 % weniger als in 2011. Leicht verletzt wurden 60.226, 2,3 % weniger als in 2011.

Der Anteil der 18- bis 24-Jährigen an der Gesamtgruppe der im Straßenverkehr Verunglückten betrug knapp 18,6 %. Der Anteil dieser Altersgruppe an allen im Straßenverkehr Getöteten lag bei 17 %. Mit einem noch höheren Anteil von 24,3 % (2 % weniger als in 2011) sind die 18- bis 24-Jährigen in der Gruppe aller bei einem Verkehrsunfall getöteten Pkw-Insassen vertreten. Damit ist diese Altersgruppe, die mit einem Anteil von 8,1 % (6.653.000 Millionen) in der Gesamtbevölkerung vertreten ist, in der amtlichen Unfallstatistik deutlich überrepräsentiert (Statistisches Bundesamt, 2013).

Die Gesamtzahl der im Straßenverkehr tödlich verunglückten 18- bis 24-Jährigen teilt sich wie folgt auf:

- 340 als Pkw-Fahrer bzw. -fahrerin (55,6 %),
- 95 als Pkw-Mitfahrer bzw. -mitfahrerin (15,5 %),
- 94 als Motorradfahrer bzw. -fahrerin (15,4 %),
- 8 als Motorradmitfahrer bzw. -mitfahrerin (1,3 %),
- 12 mit dem Fahrrad (2 %),

- 36 als Fußgänger (5,9 %).

54,4 % aller im Straßenverkehr verunglückten 18- bis 24-Jährigen im Jahr 2012 waren Männer, 45,6 % waren Frauen. Der Unterschied zwischen den beiden Geschlechtern zeigt sich noch deutlicher bei Betrachtung der Getötetenanzahl. Insgesamt 74,9 % der getöteten Pkw-Insassen in dieser Altersgruppe in 2012 waren Männer. 21,9 % im Pkw tödlich Verunglückte waren Mitfahrer, davon 15,2 % Männer und 6,7 % Frauen. Auch bei der Berechnung des fahrleistungsbezogenen Getötetenrisikos, bei dem die unterschiedliche Anzahl der in einem Jahr mit dem Pkw zurückgelegten Kilometer beider Geschlechter berücksichtigt wird, zeigt sich ein deutlich höheres Getötetenrisiko der Männer gegenüber den Frauen. Genauer betrachtet, haben 18- bis 20-jährige Männer das deutlich höchste und die 21- bis 24-jährigen Frauen das niedrigste auf die Fahrleistung bezogene Getötetenrisiko innerhalb der Gruppe der 18- bis 24-Jährigen (HOLTE, 2012a).

2.2 - Entwicklung der Verunglücktenzahl

Die Zahl der im Straßenverkehr getöteten 18- bis 24-Jährigen in Deutschland ist seit 1979 kontinuierlich von 3.760 auf 611 im Jahr 2012 gesunken. Das entspricht einem Gesamtrückgang um etwa 84 %. Auch die Gesamtzahl der Verunglückten ist in diesem Zeitraum enorm zurückgegangen. Wie aus Bild 1 hervorgeht, verlaufen das auf die Bevölkerungszahl bezogene Verunglücktenrisiko der 18- bis 20-Jährigen sowie das der 21- bis 24-Jährigen sehr ähnlich, allerdings auf einem unterschiedlich hohen Niveau. Danach ist das Verunglücktenrisiko für die jüngere Altersgruppe deutlich höher als für die ältere (vgl. HOLTE, 2012a).

Das auf die Bevölkerungszahl bezogene Verunglücktenrisiko ist in der Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen mehr als doppelt so hoch wie das in der Gesamtbevölkerung (1.194 vs. 503) (Statistisches Bundesamt, 2009).

Wie Bild 2 zeigt, ist auch das fahrleistungsbezogene Verunglücktenrisiko bei den 18- bis 20-Jährigen deutlich am höchsten ausgeprägt. Dieser Risikoindex berücksichtigt neben der Zahl der Getöteten auch die Zahlen der Leicht- und Schwerverletzten. Dieser Index lag lediglich bei den 18- bis 20-Jährigen in 2008 höher als in 2002, und dies,

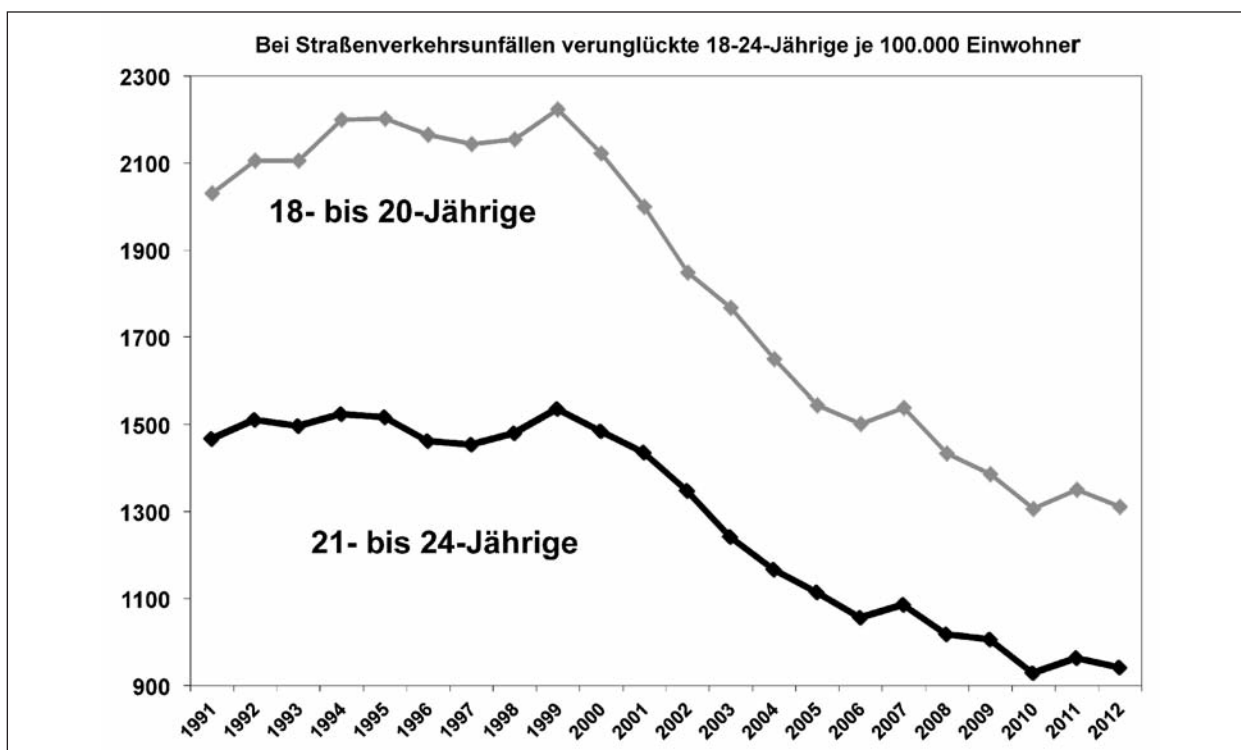


Bild 1: Verunglückte 18- bis 20-Jährige und 21- bis 24-Jährige je 100.000 Einwohner seit 1991 (Statistisches Bundesamt, 2011, 2012)

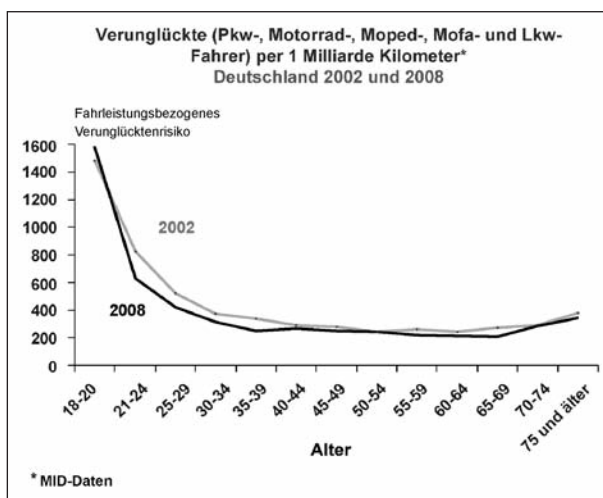


Bild 2: Fahrleistungsbezogenes Verunglückenrisiko (HOLTE, 2012a; Angaben zur Fahrleistung stammen aus MiD, 2002 und MiD, 2008)

obwohl sich die Jahresfahrleistung im motorisierten Individualverkehr (MIV) dieser Altersgruppe in diesem Zeitraum um 25 % verringert hat. Bei den 21- bis 24-Jährigen ergab sich lediglich eine Verringerung der Fahrleistung um 4 % (vgl. HOLTE, 2012a).

2.3 - Unfallursachen und -schwerpunkte

Grundlegend für die Angabe der Unfallursachen und Unfallschwerpunkte in der amtlichen Unfallstatistik ist die polizeiliche Unfallaufnahme. Diese Erfassung berücksichtigt keine psychologischen und medizinischen Merkmale, die für das Entstehen eines Unfalls ursächliche Bedeutung haben. Die relevanten Fehlverhaltensweisen der 18- bis 24-Jährigen bei Unfällen mit Personenschaden sind: die nicht angepasste Geschwindigkeit (22,5 %; Männer 24 %, Frauen 19,5 %), Abstandsfehler (13,7 %; Männer 12,9 %, Frauen 15,2%), Fehler beim Abbiegen, Wenden, Rückwärtsfahren, Ein- und Anfahren (12 %; Männer 11,3 %, Frauen 13,4%), Vorfahrt- bzw. Vorrangfehler (11,9 %; Männer 10,6 %, Frauen 14,5 %), falsche Straßennutzung (6,7 %; Männer 6,5 %, Frauen 7 %), Fahren unter Alkoholeinfluss (4,9 %; Männer 6,6 %, Frauen 1,6 %) und Fehler beim Überholen (3,2 %; Männer 3,7 %, Frauen 2,3 %). Das Fehlverhalten „Fahren unter Alkoholeinfluss“ kommt bei Männern deutlich häufiger vor (6,6 %) als bei Frauen (1,6 %). Wird die Betrachtung der Fehlverhaltensweisen auf Unfälle mit Todesfolge begrenzt, so besitzt die „nicht angepasste Geschwindigkeit“ einen Anteil von 40,6 % aller Fehlverhaltensweisen (lediglich 0,4 % weniger

als in 2008). Der Anteil der Fehlverhaltensweise „Fahren unter Alkoholeinfluss“ beträgt in diesem Fall 8,2 % (0,6 % weniger als in 2008) (Statistisches Bundesamt, 2009, 2013).

Unfälle mit Todesfolge häufen sich freitags zwischen 14 und 18 Uhr und zwischen 21 und 24 Uhr sowie samstags und sonntags zwischen 17 und 21 Uhr und zwischen 0 und 6 Uhr (Statistisches Bundesamt, 2010a). Wie bei HOLTE (2012a) berichtet, beträgt die Anzahl der Getöteten in den o. g. Zeiträumen ein Drittel aller im Straßenverkehr getöteten 18- bis 24-Jährigen.

Über das Gurtanlegeverhalten junger Fahrerinnen und Fahrer liegen keine aktuellen, auf systematischen Verkehrsbeobachtungen basierenden Daten für Deutschland vor. Die jährlichen Gurtanlegequoten der BAST berücksichtigen keine altersspezifischen Unterschiede (vgl. EVERS, 2010). Es liegen ebenfalls keine aktuellen Gurtanlegequoten vor, die sich auf Befragungsdaten beziehen. Nach den Ergebnissen der europaweiten SARTRE-3-Studie vor zehn Jahren wird in der Gruppe der 18- bis 24-jährigen Deutschen der Sicherheitsgurt auf Autobahnen und auf Hauptverkehrsstraßen jeweils von 93 %, auf Landstraßen von 92 % und innerorts von 83 % der Befragten immer angelegt (CAUZARD, 2004). Allerdings lassen diese Zahlen keinen sicheren Schluss auf die Gurtanlegepraxis junger Fahrerinnen und Fahrer bei ihren nächtlichen Freizeitfahrten zu. Wie bereits SCHULZE (1998) im Rahmen einer Analyse der bundesweit erfassten nächtlichen Freizeitunfälle zeigen konnte, hatten sich 40 % der Insassen nicht angeschnallt. Bei den unfallverursachenden Fahrern lag die Anlegequote noch niedriger bei 35 %.

3 Einflussfaktoren auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko

Der nachfolgend aufgeführte Kenntnisstand zu den verkehrssicherheitsrelevanten Einflussfaktoren auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer gliedert sich in (1) soziodemografische Merkmale, (2) verkehrssicherheitsrelevante Personenmerkmale und (3) verkehrssicherheitsrelevante Kontextmerkmale. Viele dieser Faktoren sind Bestandteil theoretischer Ansätze, allerdings werden sie in der Forschung auch häufiger ohne den expliziten Bezug auf eine Theorie verwendet. In dieser Arbeit erfolgt die Aufbereitung des empirischen Kennt-

nstandes weitgehend getrennt von einer Darstellung der jeweiligen theoretischen Ansätze. Eine Theoriendiskussion erfolgt in Kapitel 4.1.

3.1 Soziodemografische Merkmale

(1) - Geschlecht und Alter

Das höhere Unfallrisiko junger Fahrer gegenüber jungen Fahrerinnen ist in der Forschung hinreichend belegt (u. a. SCHADE, 2001; LAAPOTTI & KESKINEN, 2004; ÖZKAN & LAJUNEN, 2005; HOLTE, 2007, 2012a). Das trifft ebenfalls zu für eine riskantere Fahrweise (u. a. ARNETT, 1996; HARRÉ, FIELD & KIRKWOOD, 1996; DEERY 1999; BEGG & LANGLEY, 2001), für die höhere Anzahl von Verkehrsverstößen (u. a. ROSENBLOOM, BEN-ELIAYAHU, NEMDROV, BIEGEL & PERLMAN, 2009; Kraffahrt-Bundesamt, 2010a; HOLTE, 2012a), für die positivere Einstellung zu Verkehrsregeln und eine stärkere Bereitschaft, Verkehrsregeln zu beachten (YAGIL, 1998), für häufiger auftretende aggressivere Verhaltensweisen (u. a. SHINAR, 1998; SMITH, 2006; VANLAAR, SIMPSON, MAYHEW & ROBERTSON, 2008; ÖZKAN, LAJUNEN, PARKER, SÜMER & SUMMALA, 2010), für negativere, verkehrssicherheitsbezogene Einstellungen (u. a. HOLTE, 1994; RUDINGER & HOLTE, 1996; SCHULZE, 1999; ULLEBERG & RUNDMO, 2002; HOLTE, 2012), für eine stärker ausgeprägte Handlungskompetenzerwartung in schwierigen und riskanten Verkehrssituationen (HOLTE, 2012a) sowie für eine geringer ausgeprägte Risikowahrnehmung (u. a. TRÄNKLE, GELAU & METKER, 1990; DEJOY, 1992; RHODES & PIVIKC, 2011). Bei all diesen Vergleichen ist jedoch zu berücksichtigen, dass Männer im Jahr wesentlich mehr Kilometer zurücklegen als Frauen (MiD, 2008). Hinzu kommt, dass Frauen häufiger leistungsschwächere Autos fahren und häufig zu anderen Zeiten und anderen Zwecken unterwegs sind als Männer (vgl. HOLTE, 2000).

Ein hohes Unfallrisiko findet sich insbesondere in der Gruppe der jungen Männer zwischen 18 und 24 Jahren (MAYHEW & SIMPSON, 1990; FERGUSON, LEAF, WILLIAMS & PREUSSER, 1996; YAGIL, 1998). Das Unfallrisiko dieser Zielgruppe ist vor allem im ersten Jahr des selbstständigen Fahrens besonders hoch (MAYCOCK, LOCKWOOD & LESTER, 1991; SCHADE, 2001). Insbesondere junge Männer fahren häufiger unter Alkoholeinfluss, nutzen weniger häufig den Sicherheitsgurt, über-

schreiten häufiger die zulässige Höchstgeschwindigkeit und fahren häufiger mit zu geringerem Abstand zum Vorfahrenden (OECD, 2006; Kraftfahrt-Bundesamt, 2010b). Bei jungen Männern ist die geringste Motivation festzustellen, die Verkehrsregeln einzuhalten (YAGIL, 1998). Nach WILSON und DALY (1985) besteht die besondere Neigung dieser Zielgruppe für risikoreiche Aggressionsformen, deren Folgen Verletzungen und Tod sein können. Dieses „Syndrom junger Männer“ erklären die Autoren mit Hilfe der Evolutionstheorie.

Unabhängig vom Geschlecht ist das Unfallrisiko für Jüngere höher als für Ältere (u. a. MAYCOCK et al., 1991; HEINZMANN & SCHADE, 2004; WILLIAMS, FERGUSON & WELLS, 2005; FISCHBECK, GENGLER, GERALD & WEINBERG, 2006; LANGFORD, METHORST & HAKAMIES-BLOMQUIST, 2006; HOLTE, 2012a). Wie bereits in Kapitel 2 ausgeführt, ist innerhalb der Gruppe der jungen Fahrerinnen und Fahrer das Unfallrisiko für die 18- bis 20-Jährigen deutlich höher als das für 21- bis 24-Jährigen. Dieser Unterschied wird in der Literatur zu einem großen Teil auf mangelnde Kompetenz der 18- bis 20-Jährigen und die dafür verantwortliche mangelnde Fahrerfahrung zurückgeführt (DEERY, KOWADLO, WESTPHAL-WEDDING & FILDES, 1998; WILLMES-LENZ, 2002; OECD, 2006). Trotz der engen Verknüpfung der Fahrerfahrung mit dem Alter junger Fahrerinnen und Fahrer lassen sich für beide Personenmerkmale getrennte Einflussstärken auf die Unfallbeteiligung belegen. Nach McCARTT, MAYHEW, BRAITMAN, FERGUSON und SIMPSON (2009) ist der Effekt der Erfahrung deutlich stärker als der des Alters. So schätzen MAYCOCK et al. (1991) eine Verringerung des Unfallrisikos im Laufe der ersten acht Jahre der Fahrpraxis aufgrund zunehmender Erfahrung um 59 % und aufgrund des zunehmenden Alters um 31 %. Zur endgültigen Klärung der Frage nach der Einflussstärke der beiden Faktoren besteht jedoch weiterhin Forschungsbedarf.

Abgesehen von einem höheren Unfallrisiko der Jüngeren gegenüber den Älteren zeigen Jüngere ein riskanteres Fahrverhalten (u. a. JONAH, 1986, 1990), häufiger auftretende aggressive Verhaltensweisen (u. a. KRAHÉ & FENSKE, 2002; SHINAR & COMPTON, 2004; VANLAAR et al., 2008; WICKENS, MANN, STODUTO, IALOMITEANU & SMART, 2011), negativere verkehrssicherheitsbezogene Einstellungen (u. a. HOLTE, 1994; RUDINGER & HOLTE, 1996; SCHULZE, 1999; ULLEBERG & RRUNDMO, 2002; HOLTE, 2012a)

und eine geringer ausgeprägte Risikowahrnehmung (u. a. FINN & BRAGG, 1986; HARRÉ, 2000) als Ältere.

(2) Sozioökonomischer Status

Der sozioökonomische Status lässt sich über die Verfügbarkeit finanzieller Ressourcen (z. B. Haushaltsnettoeinkommen), den Bildungsgrad (z. B. erworbenen bzw. angestrebten Schulabschluss) sowie den Grad der gesellschaftlichen Anerkennung operationalisieren (vgl. HURRELMANN, 2010). Nicht immer liegt in der jeweiligen Studie ein Gesamtindex dafür vor, sondern wird über einzelne Merkmale bestimmt. Der Zusammenhang zwischen einem niedrigen sozioökonomischen Status und dem erhöhten Verkehrsunfallrisiko oder einer riskanten Fahrweise junger Leute wurde schon mehrfach empirisch nachgewiesen (u. a. HASSELBERG & LaFLAMME, 2003, 2005; HASSELBERG, VAEZ & LaFLAMME, 2005; OECD, 2006; CHEN et al., 2010). Jedoch liegen auch Ergebnisse vor, die diesen Zusammenhang nicht oder nur zum Teil bestätigen. Wie HASSELBERG und LaFLAMME (2003) herausfanden, erweist sich für Schweden die Bildung der Eltern als ein geeigneter Prädiktor für die Verletzungsgefahr junger Fahrerinnen und Fahrer, nicht jedoch das verfügbare Haushaltsnettoeinkommen. MALES (2009) weist darauf hin, dass der Unterschied zwischen jungen und älteren Fahrern sich nicht nur auf biologische und entwicklungsbedingte Einflussfaktoren beschränkt, sondern sich in der Prävalenz von Armut und Wohnen in ärmeren Wohngebieten äußert, was bei Jüngeren häufiger der Fall ist als bei Älteren. Seine regressionsanalytischen Auswertungen zeigen überraschenderweise, dass insbesondere die Armut einen starken Einfluss auf das Unfallrisiko ausübt (MALES, 2009), jedoch nicht das Alter. Wird der sozioökonomische Status – wie bei HOLTE (2012a) – über einen Index aus Haushaltsnettoeinkommen und erworbenen bzw. angestrebten Schulabschluss gemessen, ergibt sich kein signifikanter Zusammenhang zur Unfallbeteiligung (innerhalb der vergangenen drei Jahre). Auch wenn das Haushaltsnettoeinkommen und der Schulabschluss einzeln im Zusammenhang mit der Unfallbeteiligung betrachtet werden, ergeben sich keine signifikanten Ergebnisse. Jedoch besteht eine gewisse Tendenz beim Haushaltsnettoeinkommen: Die mittleren Einkommensgruppen haben einen geringeren Anteil Unfallbeteiligter als die unteren und oberen Einkommensgruppen.

3.2 Verkehrssicherheitsrelevante Personenmerkmale

Zu den nachfolgend dargestellten verkehrssicherheitsrelevanten Merkmalen zählen die Gefahrenwahrnehmung, Konzentration und Aufmerksamkeit, die Einschätzung der eigenen Fähigkeit, Motive, Einstellungen, Erwartungen und Erfahrungen.

(1) Gefahrenwahrnehmung

Das rechtzeitige Erkennen von Gefahrensituationen ist eine ganz wesentliche Aufgabe beim Autofahren. Im Unterschied zu Fahrerfahrenen entdecken Fahranfänger Gefahren langsamer und seltener, können die Verkehrsumwelt noch nicht im Gesamten erfassen, vermuten Gefahren weniger bei bewegten Objekten, sondern eher bei unbewegten und verfügen noch nicht über eine effiziente Blickstrategie (siehe Zusammenfassung bei GRATTENTHALER & KRÜGER, 2009). Fahranfänger haben ein engeres Blickfeld (MOURANT & ROCKWELL, 1972; UNDERWOOD, CHAPMAN, BOWDEN & CRUNDALL, 2002) als Fahrerfahrere, und ihre Blicke sind weniger häufig auf die Peripherie gerichtet (UNDERWOOD, CHAPMAN, BROCKLEHURST, UNDERWOOD & CRUNDALL, 2003). Sie entdecken Objekte in der Peripherie im Durchschnitt um 250 ms langsamer als Fahrerfahrere (PATTEN, KIRCHER, OSTLUND, NILSSON & SVENSON, 2006). Außerdem blicken sie stärker auf einen kleineren Bereich direkt vor dem Fahrzeug und schauen weniger oft in den Rückspiegel (MOURANT & ROCKWELL, 1972; FALKMER & GREGERSEN, 2001). Zudem sind ihre Blickzuwendungszeiten länger. Während Fahrerfahrere ihre visuelle Suchstrategie von der Komplexität der Verkehrssituation abhängig machen, bleibt sie bei Fahranfängern über alle Straßentypen weitgehend unverändert (CHAPMAN & UNDERWOOD, 1998). Das Fehlen automatisierter Abläufe und die damit einhergehende Bindung von Aufmerksamkeitsressourcen werden für die eingeschränkte Fähigkeit von Fahranfängern verantwortlich gemacht, Objekte in der Peripherie schnell und rechtzeitig zu erkennen (LEE, 2007).

(2) Konzentration und Aufmerksamkeit

Konzentration und Aufmerksamkeit werden durch eine Reihe innerer und äußerer Reize beeinflusst. Dazu gehören der Schwierigkeitsgrad der Fahraufgabe sowie der Schwierigkeitsgrad möglicher Ne-

benaufgaben (z. B. Telefonieren) und die damit einhergehende Ablenkung von der eigentlichen Fahraufgabe. Die Konzentration und Aufmerksamkeit können beeinflusst werden durch Alkohol, Drogen, Müdigkeit, Musik, Mitfahrer, Kommunikation, aber auch durch die Emotionen, Stress, kognitive und emotionale Belastungen sowie Gedanken eines Fahrers bzw. einer Fahrerin. Darüber hinaus bestehen individuelle Unterschiede in der Konzentrationsfähigkeit und Ablenkbarkeit, die zu einem gewissen Teil auch vom Temperament einer Person abhängig sind. Insbesondere Personen, die unter einem Aufmerksamkeits-Defizit-Syndrom mit Hyperaktivität (ADHS) leiden, sind anfällig für Aufmerksamkeitsstörungen. Wie bereits oben erwähnt, ist die Bindung von Aufmerksamkeitsressourcen durch fehlende Automatismen für Fahranfänger typisch. Beanspruchten Ereignisse während der Fahrt, die nichts mit der eigentlichen Fahraufgabe zu tun haben (z. B. Ablenkung durch Freunde im Fahrzeug), zusätzlich die Aufmerksamkeit in dieser Zielgruppe, können Gefahrenquellen möglicherweise nicht mehr rechtzeitig erkannt werden (vgl. OECD, 2006).

(3) Einschätzung der eigenen Fähigkeiten

Junge Fahrerinnen und Fahrer überschätzen häufig ihre Fähigkeiten (BROWN & GROEGER, 1988; MOE, 1986). Sie schätzen ihre eigene Fahrkompetenz höher ein, als dies Ältere für sich tun (FINN & BRAGG, 1986; MATHEWS & MORAN, 1986; GREGERSEN, 1996). Außerdem halten sie sich für fahrkompetenter als Gleichaltrige und sind der Ansicht, dass es für sie weniger wahrscheinlich ist, in einen Unfall verwickelt zu werden, als Personen ihrer Altersgruppe (SVENSON, 1981; MCKENNA, 1993; HORSWILL, WAYLEN & TOFIELD, 2004; WHITE, CUNNINGHAM & TITCHENER, 2011). Ein Großteil der jungen Fahrerinnen und Fahrer hält sich auch für fahrkompetenter als der Durchschnitt der Autofahrer (MCKENNA, STANIER & LEWIS, 1991; DEJOY, 1992; GUERIN, 1994; HARRÉ, FOSTER & O'NEILL, 2005; OECD, 2006) und unterschätzt häufig die Gefährlichkeit einer Verkehrssituation (GROEGER & BROWN, 1989; DEERY, 1999).

(4) Motive

Bedürfnisse und Motive sind verantwortlich für die Wahl der Richtung und der Ziele des Verhaltens. Bedürfnisse entstehen, wenn eine Person einen physiologischen oder psychologischen Mangelzu-

stand erlebt. Dieser wiederum kann bestimmte Motive auslösen, die ihrerseits zielgerichtete Handlungen nach sich ziehen. Je stärker der Mangelzustand erlebt wird, desto stärker die Ausprägung des Motivs. Bezogen auf Aspekte der Mobilität dienen nach NÄÄTÄNEN und SUMMALA (1976) „primäre“ Motive dem Zwecke des Transportes und der Selbsterhaltung, während die sogenannten Extramotive noch einen Zusatznutzen für eine Person besitzen. Dazu gehört die Möglichkeit, sich selbst zu bestätigen sowie Fahrspaß oder Risiko zu erleben. Wie SCHULZE (1996, 1999) zeigen konnte, besteht ein deutlicher Zusammenhang zwischen solchen Extramotiven und dem Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer. So besitzt der stärker als Autofahrer gefährdete „Action-Typ“ starke Ausprägungen der Fahrmotive „Spaß am schnellen Fahren haben“, „Nervenkitzel erleben“ oder „Kompetenzgefühle erleben“.

(5) Einstellungen

Mit einer Einstellung wird ein Objekt, eine Situation oder eine Verhaltensweise bewertet. Diese Bewertung kann über Gefühle, Gedanken oder Handlungsabsichten erfolgen und ist relativ stabil (vgl. ROSENBERG & HOVLAND, 1960). Verkehrssicherheitsbezogene Einstellungen sind Einstellungen von Verkehrsteilnehmern, die sich auf konkretes Fahr- oder Mobilitätsverhalten auswirken. Die Einstellung zur Geschwindigkeit ist eine solche Einstellung. Diese wurde mehrfach in Studien erfasst (u. a. HOLTE, 1994, 2012a; RUDINGER & HOLTE, 1996, 1998; SCHULZE, 1999; ULLEBERG, 2002; VORDERER & KLIMMT, 2006; HACKENFORT, 2008; KLIMMT & MAURER, 2009, 2010, 2012). Nach BANDURA (1992) lassen sich Einstellungen grundsätzlich auch als Erwartungen definieren. In dieser Studie werden die Begriffe Einstellungen und Erwartungen synonym verwendet. Verkehrsteilnehmer unterscheiden sich in der Ausprägung verkehrssicherheitsrelevanter Einstellungen bzw. Erwartungen (u. a. PFAFFEROTT, 1974; HUGUENIN, 1988; HOLTE, 1994, 2012a; ÅBERG, 2001; ULLEBERG, 2002; IVERSEN, 2004). Bestimmte Lebensstilgruppen wie der „Action-Typ“ bei SCHULZE (1996, 1998) und der „autozentrierte Typ“ bei HOLTE (2012a) haben die positivste Einstellung zur Geschwindigkeit. Bei HOLTE (2012a) zeigten sich für den autozentrierten Typ auch die positivste Einstellung zu aggressiven Verhaltensweisen und die am geringsten ausgeprägte Einstellung zum Begleiteten Fahren.

Neben dem Lebensstil, der sehr stark durch persönliche Interessen geprägt ist, wirken sich noch weitere Personenmerkmale auf die Bildung verkehrssicherheitsrelevanter Einstellungen aus. Dazu zählen Aspekte des Temperaments, die zum Beispiel durch die psychologischen Konstrukte „Sensation Seeking“ (u. a. SCHULZE, 1996, 1998; GREEN, KRUMHOLTZ, WALTERS, RUBIN & HALE, 2000; YAGIL, 2001; TRANTER & WARN, 2008) oder „Impulskontrolle“ (HOLTE, 2012a) zum Ausdruck kommen. Aber auch der Aspekt der Bildung schlägt sich in den entsprechenden Einstellungen nieder (HOLTE, 1994). Einstellung selbst wirken sich auf Verhaltensabsichten, berichtetes und konkretes Fahrverhalten aus (u. a. TRANTER & WARN, 2008; HOLTE, 2012a; von BELOW & HOLTE, in Vorbereitung). Geprüft werden solche Einflüsse vor dem Hintergrund unterschiedlicher theoretischer Annahmen und Modelle.

(6) Handlungskompetenzerwartung

Eine verhaltensrelevante Erwartung ist die Erwartung einer Person, in der Lage zu sein, ein bestimmtes Verhalten erfolgreich auszuführen. Sie wird als Handlungskompetenzerwartung bzw. Selbstwirksamkeitserwartung (BANDURA, 1977) bezeichnet. Wie bereits bei den verkehrsbezogenen Einstellungen unterscheiden sich Autofahrer in der Ausprägung der Handlungskompetenzerwartung bezüglich des Fahrens in schwierigen und riskanten Fahrsituationen (Bild 3). Am stärksten ist diese Erwartung beim „autozentrierten Typ“, der von allen anderen Lebensstilgruppen am stärksten unfallgefährdet ist. Die Handlungskompetenzerwartung bezüglich des Fahrens in schwierigen und

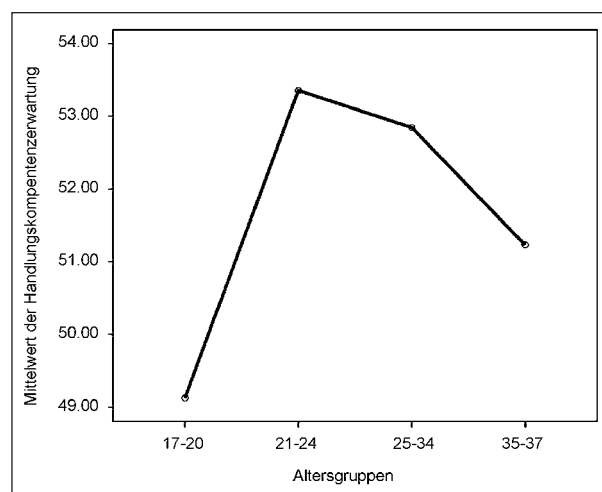


Bild 3: Handlungskompetenzerwartung in verschiedenen Altersgruppen (eigene Berechnungen; HOLTE, 2013)

riskanten Fahrsituationen ist am stärksten in der Gruppe der 21- bis 24-Jährigen ausgeprägt. Die 17- bis 20-Jährigen haben noch eine deutlich schwächere Ausprägung dieses Merkmals (Bild 3).

Eine stark ausgeprägte Handlungskompetenzerwartung führt zu einer schnelleren und riskanteren Fahrweise bei Autofahrern (HOLTE, 2012a) und Motorradfahrern (von BELOW & HOLTE, in Vorbereitung). Die Handlungskompetenz selbst wird sehr stark von den bestehenden verkehrssicherheitsrelevanten Einstellungen und der Fahrpraxis beeinflusst (HOLTE, 2012a; von BELOW & HOLTE, in Vorbereitung). Grundsätzlich tendieren Personen mit einer stark ausgeprägten Selbstwirksamkeitserwartung dazu, Fehler oder Versagen bei der Ausführung eines bestimmten Verhaltens auf äußere Einflussfaktoren zurückzuführen. Personen mit geringer ausgeprägter Selbstwirksamkeitserwartung dagegen erklären Fehlschläge eher mit der eigenen Unfähigkeit (MAIBACH & MURPHY, 1995).

(7) Erfahrungen

Erfahrungen von Autofahrern werden in der Interaktion mit ihrer verkehrlichen Umwelt erworben und finden ihren Niederschlag u. a. im gespeicherten Wissen, in Kompetenzen, Einstellungen, Motiven und Emotionen. Wie durch die einschlägige Forschung belegt wird, haben Fahranfänger ein wesentlich höheres Unfallrisiko als Fahrerfahrene (u. a. MAYCOCK et al., 1991; SCHADE, 2001). Die große Bedeutung der Fahrerfahrung unterstreicht auch ein Übersichtsartikel von McCARTT, MAYHEW, BRAITMAN, FERGUSON und SIMPSON (2009). Danach übt die Erfahrung einen stärkeren Effekt auf das Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer aus als das Alter. Bislang noch nicht geklärt ist, welche Gewichte der durch Fahrpraxis erworbene Kompetenzzuwachs und die durch Fahrpraxis verbesserte Motivregulation für die Verbesserung der Verkehrssicherheit junger Fahrerinnen und Fahrer zukommen. Dementsprechend ist auch die Frage offen, worauf der bisherige Erfolg des Begleiteten Fahrens als eine neue Form der Fahrausbildung letztlich zurückzuführen ist (HOLTE, 2007).

(8) Persönlichkeitsmerkmale

Die Bildung verkehrssicherheitsrelevanter Erwartungen bzw. Einstellungen und die damit einhergehenden Fahrverhaltensweisen stehen im Zusammenhang mit einer Reihe von personenbezogenen

Merkmale. Hierzu zählen u. a. Gewissenhaftigkeit (u. a. SÜMER, LAJUNEN & ÖZKAN, 2005), Ängstlichkeit (ULLEBERG, 2002), Altruismus (ULLEBERG, 2002; MACHIN & SANKEY, 2008), Reizbarkeit (ULLEBERG, 2002), Temperamentszüge wie zum Beispiel das „Sensation Seeking“ (u. a. ARNETT, 1996; DEERY, KOWADLO, WESTPHAL-WEDDING & FILDES, 1998; SCHULZE, 1999; ULLEBERG, 2002; IVERSEN & RUNDMO, 2002; HOLTE, 2012b), der Lebensstil und Erfahrungen (u. a. GREGERSEN & BERG, 1994; SCHULZE, 1999; HOLTE, 2012a, 2013) und Aggressivität (WITTHÖFT, HOFMANN & PETERMANN, 2011). Weitere empirische Belege des Einflusses von Persönlichkeitsmerkmalen auf das Fahrverhalten und das Unfallrisiko finden sich u. a. bei ARTHUR, BARRETT und ALEXANDER (1991), ELANDER, WEST und FRENCH (1993), BEIRNESS (1993) sowie WEST und HALL (1997). Die in diesen Studien berichteten Effekte sind relativ schwach ausgeprägt. Allerdings werden meistens ausschließlich direkte Effekte berichtet, sodass die indirekten Effekte dieser Merkmale unberücksichtigt bleiben und damit von einer Unterschätzung des Gesamteffekts dieser Merkmale auszugehen ist.

Ein erhöhtes Verkehrsunfallrisiko besteht für junge Fahrerinnen und Fahrer mit einem Aufmerksamkeits-Defizit-Syndrom mit Hyperaktivität (ADHS) (BARKLEY, 2007). Die ADHS-Symptomatik, die durch die drei Leitsymptome Hyperaktivität, Impulsivität und Aufmerksamkeitsstörungen gekennzeichnet ist, tritt nach den Ergebnissen der KiGGS-Studie des Robert-Koch-Instituts bei insgesamt 4,8 % der Kinder und Jugendlichen unter 18 Jahren in Deutschland auf. Bei den Jungen kommt diese Symptomatik mit 7,9 % wesentlich häufiger vor als bei Mädchen mit 1,8 %. Ebenfalls häufiger tritt ADHS in sozial schwächeren Familien auf (SCHLACK, HÖLLING, KURTH & HUSS, 2007).

(9) Fahrtüchtigkeit

„Fahrtüchtigkeit“ bezeichnet die Fähigkeit einer Person, ein Fahrzeug in einer ganz konkreten Fahrsituation sicher führen zu können, im Gegensatz zur zum Begriff „Fahreignung“, der für die Feststellung einer generellen, von der Situation unabhängigen Kompetenz zum Führen eines Kraftfahrzeugs verwendet wird (BERGHAUS & BRENNER-HARTMANN, 2007). Die Beeinträchtigung der Fahrtüchtigkeit durch Alkohol, Drogen oder Müdigkeit spielt als Unfallursache bei jünge-

ren Autofahrern eine herausragende Rolle (OECD, 2006). Insbesondere für junge Anfängerinnen und Anfänger besteht bereits bei niedrigen Alkoholkonzentrationen ein erhöhtes Unfallrisiko (u. a. KRÜGER, 1995; ZADOR, KRAWUCH & VOAS, 2000; PREUSSER, 2002). Die Tatsache, dass für junge Fahranfänger bereits bei niedrigen Alkoholkonzentrationen ein erhöhtes Unfallrisiko besteht, begründete die gesetzliche Einführung des absoluten Alkoholverbots für diese Zielgruppe in Deutschland (HOLTE, ASSING, PÖPPEL-DECKER & SCHÖNEBECK, 2010). Wie die Ergebnisse der DRUID-Studie generell zeigen, kommt das Fahren unter Alkoholeinfluss wesentlich häufiger vor als das Fahren unter Drogen- oder Medikamenteneinfluss (HOUWING et al., 2011). Nach dieser Studie fahren die 18- bis 24-Jährigen insgesamt häufiger unter dem Einfluss von Cannabis als die 25- bis 34-Jährigen, jedoch weniger häufig unter dem Einfluss von Kokain. Bei den 18-bis 24-Jährigen kommt das Fahren unter dem Einfluss von Opioiden oder Benzodiazepinen am seltensten vor. Was die müdigkeitsbedingten Unfälle betrifft, so besteht hier das höchste Risiko für junge Leute zwischen 18 und 29 Jahren (u. a. HORNE & REYNER, 1995; KNIPLING & WANG, 1995). Dass Jüngere häufiger unter dem Einfluss von Müdigkeit fahren als Ältere, belegen auch die Daten des SARTRE-4-Projekts (BIMPEH, BROSNAM, SCHMIDT & MIKLÓS, 2012).

3.3 Verkehrssicherheitsrelevante Kontextmerkmale

Das Verhalten von Autofahrern wird durch zahlreiche stabile und variable Merkmale einer Situation beeinflusst. Eine ausführliche Darstellung zur Bedeutung dieser Merkmale im Hinblick auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer befindet sich bei HOLTE (2012a). An dieser Stelle werden lediglich die vier Kategorien aufgeführt, denen sich diese Merkmale zuordnen lassen:

(1) Rahmenbedingungen

Zu diesen zählen Gesetze, Normen, Regelungen, Sanktionssysteme, Fahrausbildung, Angebote zur Ausbildungsergänzung, Verkehrserziehung, Kosten der Automobilität oder die allgemeine Wirtschaftslage. Beispiele für den Einfluss gesetzlicher Regelungen sind die Einführung des Gesetzes zum Alkoholverbot für Fahranfänger in Deutschland

(HOLTE et al., 2010), Einführung des Begleiteten Fahrens (SCHADE & HEINZMANN, 2011) und das Angebot freiwilliger Fortbildungsseminare (FSF-Modell) (SINDERN & RUDINGER, 2011).

(2) Konstante und variable Merkmale der Verkehrsumwelt

Zu den konstanten Merkmalen gehören der Straßentyp (z. B. Landstraße), der Streckenverlauf, die zulässige Höchstgeschwindigkeit auf einer Strecke, die Gestaltungsmerkmale einer Straße oder Straßenumgebung (z. B. Fahrbahnmarkierungen, Straßenbelag, Bepflanzung) und der Straßenzustand (z. B. Spurrillen, Schlaglöcher). Zu den variablen Merkmalen einer Verkehrssituation zählen zum Beispiel Wetterbedingungen, der soziale Kontext (Mitfahrer), Verkehrsdichte, die anderen Verkehrsteilnehmer, die Lichtverhältnisse oder auch Verkehrssicherheitskampagnen.

(3) Fahrzeugmerkmale

Hierzu zählen PS-Stärke, Sicherheitseinrichtungen, Fahrerassistenzsysteme oder technische Mängel eines Fahrzeugs. Bislang wurde der Einfluss der technischen Ausstattung von Fahrzeugen auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer nur wenig untersucht (vgl. OECD, 2006; LEE, 2007).

(4) Bezugspersonen

Bezugspersonen wie z. B. die Eltern, Lehrer, Erzieher oder die Bezugsgruppe der Gleichaltrigen können das Fahrverhalten junger Menschen über konkrete Fahrsituationen hinaus beeinflussen. Dies geschieht über das Vermitteln von Wissen, Einstellungen, Werten oder Normen sowie mögliche Belohnungen und Sanktionen.

4 Empirische Studie

4.1 Theoretische Grundlagen

Wie bereits bei HOLTE (2013) herausgearbeitet, ist das Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer sowohl von den entwicklungsbedingten Voraussetzungen als auch von den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig. Letzteres betrifft die verkehrspolitische, rechtliche und wirtschaftliche Situation sowie die Entwicklungen in den Bereichen

Demografie, Technik, Medien, medizinische Versorgung, Städte- und Verkehrsplanung sowie Mobilitäts- und Verkehrssicherheitskultur. Die Verkehrssicherheitskultur eines Landes umfasst die Gesamtheit seiner materiellen und geistigen verkehrssicherheitsrelevanten Produkte. Dazu gehören Sicherheitseinrichtungen im Fahrzeug, Ausbildungs- und Weiterbildungssysteme, verkehrserzieherische Maßnahmen, Verkehrsplanung, Verkehrssicherheitsprogramme, aber auch die Einstellungen, Motive, Erwartungen und Gewohnheiten der Verkehrsteilnehmer.

Die Komplexität der Einflussfaktoren auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer wird nur in geringem Umfang in der Theorie- und Modellbildung berücksichtigt. In der Regel wird lediglich ein Ausschnitt aus diesem Gefüge modelliert, wobei der gewählte Fokus durch den jeweiligen Blickwinkel der Forscher bestimmt wird. In der Theoriediskussion vernachlässigt werden Emotionen sowie die Wechselbeziehungen zwischen Emotionen und Kognitionen. Nach VAA (2001) habe sich die Fokussierung auf die Risikohomöostasethorie von WILDE (1982) hemmend auf die Entwicklung neuer Modelle des Fahrverhaltens ausgewirkt. Wie VAA (2001) berichtet, wurden in den achtziger Jahren noch zehn Modelle des Fahrverhaltens publiziert, in den neunziger Jahren dagegen nur eines.

Dass der Einfluss von Emotionen auf das Fahrverhalten bislang wenig empirisch erforscht worden ist (vgl. MESKEN, 2006; MESKEN, HAGENZIEKER, ROTHENGATTER & de WAARD, 2007), mag mit der größeren Schwierigkeit verbunden sein, diese zuverlässig zu erfassen. Somit bestehen auch keine zuverlässigen Angaben darüber, wie häufig verkehrssicherheitsrelevante Emotionen beim Autofahren auftreten. Eine wichtige Steuerungsfunktion des Fahrverhaltens übt das Sicherheitsempfinden bzw. die subjektive Sicherheit aus (KLEBELSBERG, 1982; WILDE, 1982; NÄÄTÄNEN & SUMMALA, 1974). VAA (2007) stellt einen theoretischen Ansatz vor, in dem Emotionen explizit berücksichtigt werden. Dabei bewegt er sich im Paradigma der Homöostase, mit dem Unterschied zu anderen Vertretern dieser theoretischen Ausrichtung, dass die Zielgröße eine bestimmte Emotion bzw. ein bestimmter emotionaler Zustand ist („target emotion“) und nicht die Risikoakzeptanz (WILDE, 1982) oder die Aufgabenschwierigkeit (FULLER, 2005). Nach VAA unterscheiden sich Autofahrer darin, was für sie eine erstrebenswerte

Emotion beim Autofahren ist, ob es zum „Spaß haben“ ist, „Abenteuerlust erleben“ oder „Entspannung spüren“. Bei WILDE (1982) dagegen besitzen Autofahrer ein grundsätzlich akzeptiertes Risiko und ein in einer konkreten Fahrsituation wahrgenommenes Risiko. Nach WILDEs Risikohomöostasethorie besteht das Bestreben der Autofahrer darin, das wahrgenommene und das grundsätzlich akzeptierte Risiko in einem Gleichgewicht zu halten. Ist dieses Gleichgewicht dadurch nicht vorhanden, dass die generelle Risikoakzeptanz größer ist als das in einer konkreten Verkehrssituation wahrgenommene Risiko, kann die betroffene Person durch höhere Geschwindigkeiten oder eine riskantere Fahrweise dieses Gleichgewicht wiederherstellen. Die von WILDE (1982) angenommene relative Stabilität der generellen Risikoakzeptanz sowie die Annahme eines kontinuierlich ablaufenden Prozesses der Sicherheitsbewertung werden von Kritikern der Theorie infrage gestellt. NÄÄTÄNEN und SUMMALA (1974) vertreten die Ansicht, dass ein kontinuierlich ablaufender Prozess der Sicherheitsbewertung nicht stattfindet und dass Autofahrer erst dann ein Risiko wahrnehmen bzw. erleben, wenn eine bestimmte Risikoschwelle überschritten wurde. Diese liege in der Regel sehr hoch und sei äußerst resistent gegenüber Änderungsversuchen. Dafür verantwortlich seien u. a. die sogenannten „Extramotive“, also solche Fahrmotive, die sich nicht nur auf den Transport von A nach B beziehen, sondern andere Zielsetzungen beinhalten wie zum Beispiel beim Autofahren etwas erleben wollen. Für FULLER (2005), der seinen theoretischen Ansatz analog zu WILDE (1982) entwickelte, ist nicht ein bestimmtes Sicherheitsempfinden die zentrale Steuervariable des Fahrverhaltens, sondern die wahrgenommene Schwierigkeit einer Fahraufgabe. Statt einer relativ stabilen Risikoakzeptanz postuliert FULLER einen grundsätzlich akzeptierten Schwierigkeitsgrad einer Fahraufgabe. Seiner Ansicht nach fungiere das Sicherheitsempfinden lediglich als eine wichtige interne Informationsquelle für die Bewertung der Schwierigkeit einer Fahraufgabe. Bei der Bewertung der Schwierigkeit einer Aufgabe spielen die vom Autofahrer wahrgenommenen Anforderungen der Fahrsituation und die wahrgenommenen eigenen Fähigkeiten eine zentrale Rolle. Als leicht bewertet wird eine Fahraufgabe, wenn ein Autofahrer sich befähigt sieht, eine Fahraufgabe erfolgreich zu bewältigen. Ist dieser Autofahrer grundsätzlich bereit, einen höheren Schwierigkeitsgrad zu akzeptieren, wird er im Sinne eines homöostatischen Mechanismus in dieser

Situation schneller bzw. riskanter fahren. Wie bereits bei HOLTE (2012a), so wird auch hier ein solcher Prozess als zentrale Motivationsquelle für Verhalten und Verhaltensänderungen grundsätzlich infrage gestellt. Der eigentliche Grund, warum ein Autofahrer schneller bzw. riskanter fährt, ist nicht damit allein zu begründen, dass die Fahraufgabe leichter ist als die grundsätzlich akzeptierte Schwierigkeit, sondern weil diese Person auch bestimmte Erwartungen bezüglich der Konsequenzen des Verhaltens hat, die nichts mit der eigenen Kompetenz zu tun haben. Diese Erwartungen wiederum können von Emotionen beeinflusst werden, wie zum Beispiel durch eine länger anhaltende Stimmung oder durch eine kurze, starke Emotion wie Ärger oder Wut. Ist Letzteres der Fall, besteht die Gefahr, sich aggressiv im Straßenverkehr zu verhalten und damit sich und andere zu gefährden (MAAG et al., 2003; HERZBERG & SCHLAG, 2006; HOLTE, 2007; WITTHÖFT et al., 2011).

Häufig werden die oft nicht angemessenen emotionalen Reaktionen junger Fahrerinnen und Fahrer durch Probleme in der Impulskontrolle erklärt (COOPER, WOOD, ROCHT & ALBINO, 2003). Eine Erklärung hierfür kommt aus der neurobiologischen Forschung, in der das Problem der Impulskontrolle bei Jugendlichen mit einer noch nicht abgeschlossenen Gehirnentwicklung begründet wird. Erst Mitte zwanzig seien die strukturellen Voraussetzungen gegeben, eine optimale Kommunikation zwischen dem Zentrum, in dem Emotionen entstehen (limbisches System), und dem Zentrum, das Emotionen kontrolliert (präfrontaler Cortex), zu ermöglichen (LENROOT & GIEDD, 2006; GLENDON, 2011). Eine andere Erklärung für Probleme bei der Impulskontrolle kommt aus der Temperamentforschung. Wie HERPERTZ und SASS (1997) berichten, sind die „Impulskontrolle“ und der „impulsive Antrieb“ zwei Dimensionen des Konstruktes „Impulsivität“. Der impulsive Antrieb wird als vorwiegend genetisch determiniert verstanden, die Impulskontrolle vorwiegend als gelernt. Letzteres ist maßgeblich dafür verantwortlich, ob ein impulsiver Antrieb sich in einer impulsiven Handlung äußert. Im Modell von BUSS und PLOMIN (1975) ist Impulsivität eine von vier Temperamentsdimensionen.

Auch in den vergangenen zehn Jahren wurde die Entwicklung theoretischer Modelle zur Erklärung und Vorhersage des Verhaltens von Autofahrern weitgehend vernachlässigt. Es erfolgte eine starke Konzentration auf die „Theorie des geplanten Ver-

haltens“, einen theoretischen Ansatz von AJZEN (1985), bei dem die Verhaltensintention – und in ihrer Folge Verhalten – durch die drei zentralen Konzepte Einstellung, soziale Norm und wahrgenommene Verhaltenskontrolle erklärt und vorhergesagt wird. Ihre hohe Akzeptanz mag unter anderem auch in der Einfachheit der Operationalisierung begründet liegen. Durchaus geeignet ist diese Theorie zur Erklärung und Vorhersage des Gurtanlegens, für das eine relativ stabile, von der Situation weitgehend unabhängige Verhaltensabsicht vorliegen mag, weniger jedoch zur Erklärung des Geschwindigkeitsverhaltens, bei dem impulsives und spontanes Reagieren eine wichtige Rolle spielt und das somit stark situationsabhängig ist. Solche Reaktionen werden jedoch in der Theorie von AJZEN (1985) nicht berücksichtigt, auch wenn dieser grundsätzlich auch die Wirkung spontaner und unbewusster Prozesse einräumt. Die Theorie selbst kann allerdings keine Antwort darauf geben, unter welchen Bedingungen welche Art von Informationsprozess stattfindet (MAYERL, 2009). Weiterhin ist der vielfach als gering ermittelte Vorhersagewert der „subjektiven Norm“ innerhalb der Theorie von AJZEN zu kritisieren (ARMITAGE & CONNER, 2001; WARNER, ÖZKAN & LAJUNEN, 2009; MOAN & RISE, 2011; CHAN, WU & HUNG, 2010; TUNNICLIFF et al., 2011). SCHWARZER (1992) erklärt diesen geringen Vorhersagewert mit einer geringen theoretischen Ausarbeitung des Konzeptes „subjektive Norm“ und mit einer eingeschränkten Art der Erfassung dieses Konstrukts. Die hierzu gestellte Frage, was die Befragten meinen, welches Verhalten die Freunde von ihnen erwarten, vermag den tatsächlichen Einfluss der sozialen Umwelt auf die Verhaltensabsicht nicht wirklich abbilden (vgl. CONNER & ARMITAGE, 1998; ARMITAGE & CONNER, 2001; TUNNICLIFF et al., 2011).

Wie bereits bei HOLTE (2012a, 2012b, 2013) und bei von BELOW und HOLTE (in Vorbereitung) greift diese Studie auf die Arbeiten von BANDURA (1977) zurück, der im Rahmen seiner sozial-kognitiven Theorie verschiedene Arten von Erwartungen definiert, die einen steuernden Einfluss auf das Verhalten ausüben. Eine dieser Erwartungen ist die „Selbstwirksamkeitserwartung“ (self-efficacy), die die Erwartung einer Person bezeichnet, in der Lage zu sein, ein bestimmtes Verhalten erfolgreich auszuführen. Nach BANDURA (1986) sind die Selbstwirksamkeitserwartung und die „wahrgenommene Kontrolle“ aus der Theorie des geplanten Verhaltens nicht gleichzusetzen (Diskussion siehe bei

HOLTE, 2012a). Eine Reihe von Studien belegt, dass die Selbstwirksamkeitserwartung in verschiedenen Verhaltensbereichen als besserer Prädiktor der Verhaltensintention fungiert als das psychologische Konstrukt „wahrgenommene Verhaltenskontrolle“ aus der Theorie des geplanten Verhaltens (ARMITAGRE & CONNOR, 2001). Das theoretische Modell der vorliegenden empirischen Studie nimmt im Wesentlichen Bezug zur sozial-kognitiven Theorie von BANDURA (1977) und zu Dual-Prozess-Modellen (u. a. EPSTEIN, 1994; SLOVIC, FINUCANE, PETERS & MacGREGOR, 2004).

Weitere theoretische Grundlagen werden ausführlich bei HOLTE (2012a) dargestellt. Sie betreffen die Bedeutung affektiver und kognitiver Schemata, Temperamenteigenschaften, Lebensstile, das Bedürfnis nach sozialer Akzeptanz (BAUMEISTER & LEARY, 1995), die Theorie des Problemverhaltens von JESSOR und JESSOR (1977) sowie Grundannahmen der evolutionären Psychologie. Die Theorie des Problemverhaltens besagt, dass Jugendliche mit einem ganz bestimmten Problemverhalten (z. B. riskant Auto fahren) häufig auch noch in anderen Lebensbereichen Problemverhalten zeigen (z. B. Drogenkonsum, ungeschützter Geschlechtsverkehr, Delinquenz). Protektive Faktoren (z. B. starker Familienzusammenhalt) und Risikofaktoren (z. B. Armut) bestimmen die Neigung zu einem bestimmten Problemverhalten. Die Gesamtheit der Neigungen zu sämtlichen Problemverhaltensweisen trägt zur Ausbildung eines Lebensstils bei. Wie BEIRNESS und SIMPSON (1988) zeigen konnten, erhöht sich das Unfallrisiko bei jungen Leuten mit einem Lebensstil, der durch Problemverhaltensweisen auffällt.

Aus dem Blickwinkel der Evolutionstheorie gehen junge Männer deshalb größere Risiken ein oder verhalten sich aggressiver als Frauen, weil ihre Fortpflanzungsstrategie generell auf höheres Risiko ausgerichtet ist als die der Frauen. Die Strategie der jungen Männer wird in einem Wettbewerb um die knappen Ressourcen des Lebens eingesetzt. Männer, die diesen Wettbewerb erfolgreich durchlaufen, schaffen sich eine günstige Voraussetzung bei der Partnersuche und damit für die Weitergabe der eigenen Gene. Erfolgreich ist, wer über lebenswichtige Ressourcen verfügt. Evolutionär betrachtet sind erfolgreiche Männer für Frauen eher eine Überlebensgarantie für die Nachkommenschaft als weniger erfolgreiche. Daher zeigen Männer beim Werben um das andere Geschlecht auch gerne die Ressourcen, über die sie verfügen, wie zum Bei-

spiel Kompetenz, Stärke, Macht, sozialen Status oder Reichtum (DALY & WILSON, 1999; GEARY, 1998; BUSS, 1994, 2005), oder sie täuschen vor, über diese Ressourcen zu verfügen. Die Annahme, dass das riskante Fahrverhalten junger Männer zu einem beträchtlichen Teil eine biologische Verankerung besitzt, erklärt, warum die Erziehung dieser Zielgruppe zu einem vorsichtigen, sicherheitsorientierten Fahrverhalten häufig auf starke Widerstände stößt und es besonderer Anstrengungen bedarf, eine Verhaltensänderung herbeizuführen.

4.2 Darstellung eines theoretischen Modells

Das in Bild 4 dargestellte Dual-Prozess-Modell des Mobilitätsverhaltens (HOLTE, 2012a, 2012b, 2013) hat mit anderen Dual-Prozess-Theorien (z. B. EPSTEIN, 1994) gemeinsam, dass die Existenz zweier unterschiedlicher Wege der Informationsverarbeitung angenommen wird. Die eine Form basiert auf einer automatischen, intuitiven und unbewussten Erfassung der Verkehrsumwelt und wird hier „schemabasierte“ Informationsverarbeitung genannt. Die andere Form der Informationsverarbeitung dagegen ist erwartungsgesteuert und kontrolliert und basiert auf einer analytischen und bewussten Erfassung der Verkehrsumwelt. Beide Formen der Informationsverarbeitung können parallel und interaktiv arbeiten.

(1) Schemabasierte automatische Informationsverarbeitung

Schemata sind im Gedächtnis gespeicherte Wissensseinheiten in bildhafter Form, die sehr schnell abrufbar sind. Sie beinhalten neben kategorialen Wissen auch Ereignisse, Geschichten oder bestimmte Szenen. Zu solchen Schemata zählen auch bildhafte Vorstellungen von prototypisch sicheren oder gefährlichen Verkehrssituationen. Das heißt, dass solche Schemata bereits die zu einem frühen Zeitpunkt vorgenommenen Sicherheitsbewertungen für diese Verkehrssituationen beinhalten (vgl. auch WAGENAAR, 1990). Darüber hinaus sind diese Schemata auch mit bestimmten Empfindungen und Emotionen verknüpft (vgl. SLOVIC et al., 2004). Im Unterschied zu Schemata steht der Begriff „Skripte“ für Ereignissequenzen, deren einzelne Schritte (z. B. Gangwechsel) automatisch, also ohne Nachdenken, ausgeführt werden. Skripte und Schemata sind wesentliche Elemente einer automatischen Informationsverarbeitung. Werden

diese bei Eintritt in eine Situation aktiviert, wird das Verhalten eines Autofahrers weitgehend automatisch gesteuert. Dadurch stehen mehr freie mentale Ressourcen für das Absolvieren schwieriger Fahraufgaben zur Verfügung. Allerdings neigen Autofahrer aufgrund des vereinfachenden Automatismus dazu, die freien Ressourcen für das Ausführen von Nebenaufgaben (z. B. Telefonieren) zu nutzen. Eine bewusste Entscheidung über das eigene Fahrverhalten wird erst dann getroffen, wenn sich die Situation verändert und kein passendes Schema verfügbar ist.

Schemata und Skripte stabilisieren sich durch positive Erfahrungen. Damit ist jedoch auch die Gefahr verbunden, dass eine Verkehrssituation unangemessen als sicher abgespeichert wird, obwohl das entsprechende Verhalten in dieser Situation – objektiv betrachtet – als gefährlich zu bewerten ist. Solche „dysfunktionalen“ Schemata sind eine wesentliche Ursache für eine nicht angemessene riskante Fahrweise. Ihre enorme Widerstandsfähigkeit gegenüber Änderungsversuchen stellt eine besondere Herausforderung für die Verkehrssicherheitsarbeit dar. Nach FAZIO (1986, 1989) und PETTY und CACIOPPO (1986) vollzieht sich ein Wechsel von einer automatisch-spontanen zu einer überlegt-kontrollierten Informationsverarbeitung über die Entstehung einer neuen Motivation, die auch eine Änderung der Wahrnehmung und Bewertung einer Situation zur Folge hat. Eine wichtige Aufgabe von Risikokommunikation besteht danach in der Veränderung der Motivation der Autofahrer. Die Voraussetzung für die Änderung einer Motivation sind Kognitionen (z. B. Überzeugungen, Bewertungen, Ansichten) oder Emotionen (z. B. Sicherheitsempfinden, Ängste, Wut). Aus Bild 4 geht hervor, dass auch Emotionen einen Wechsel von einem automatischen Verarbeitungsprozess zu einem kontrollierten bewussten Prozess bewirken können.

(2) Erwartungsgesteuerte kontrollierte Informationsverarbeitung

Wird in einer bestimmten Verkehrssituation kein Schema aktiviert oder ein zuvor bestehendes Schema deaktiviert, so setzt der mehr oder weniger bewusste Informationsverarbeitungsprozess ein. Eine Deaktivierung setzt zum Beispiel dann ein, wenn ein Autofahrer während seiner Fahrt auf einer Landstraße auf eine Gruppe Radfahrer trifft, die ungeordnet und in mehrerer Reihen nebeneinander fahren. Möglicherweise wird sofort ein anderes

Schema aktiviert und steuert automatisch das weitere Fahrverhalten (Reduzierung der Geschwindigkeit). Wird kein Schema aktiviert, geht die automatische Informationsverarbeitung in eine erwartungsgesteuerte kontrollierte Informationsverarbeitung über. Dabei wird eine Entscheidung getroffen, in die die Erwartungen über die Konsequenzen eines Verhaltens und der eigenen Fähigkeiten eingehen. Die erwarteten Konsequenzen des eigenen Verhaltens können sich auf die soziale Umwelt oder die nicht-soziale Umwelt beziehen. Für den ersten Fall werden die informellen (Freunde, Bezugsgruppe) und die formellen (Gesetze, Regelungen) erwarteten sozialen Konsequenzen unterschieden. Beim zweiten Fall handelt es sich um die Handlungskompetenzerwartung, die BANDURA (1977, 1986) als „Selbstwirksamkeitserwartung“ (self-efficacy) bezeichnet. Es handelt sich dabei um die Erwartung einer Person, inwieweit sich diese befähigt sieht, ein bestimmtes Verhalten in einer konkreten Verkehrssituation erfolgreich auszuführen. Handlungskompetenzerwartungen und die erwarteten Handlungskonsequenzen sind nach der sozial-kognitiven Theorie BANDURAS (1977, 1986) wesentliche Steuerungsgrößen des Verhaltens in einem selbstregulierenden System. Sie beeinflussen kognitive, motivationale und affektive Prozesse (BANDURA, 1992). Umgekehrt sind Emotionen eine wichtige Quelle für die Ausbildung einer Selbstwirksamkeitserwartung. Eine ähnliche Ansicht vertritt auch FULLER (2005), indem er das Sicherheitsempfinden als eine wichtige interne Informationsquelle für die Bewertung der Schwierigkeit einer Fahraufgabe ansieht. Grundsätzlich spielen Emotionen eine wichtige Rolle im Entscheidungsprozess. Sie werden unter anderem im Zusammenhang mit Affekt-Heuristiken diskutiert, die eine Bezeichnung für bildhafte Vorstellungen im Gehirn sind, die mit der jeweiligen Affektqualität eines Objektes oder einer Situation markiert sind (DAMASIO, 1994; SLOVIC et al., 2004). LEVENTHAL (1984) und IZARD (2007) sprechen von emotionalen Schemata, also bestimmten Wahrnehmungen, Bildern oder Gedanken, die mit bestimmten Emotionen assoziiert sind. IZARD nimmt an, dass Emotionen immer präsent sind und dass alle mentalen Prozesse von Emotionen beeinflusst sind.

(3) Aufmerksamkeitssteuerung

Die Aktivierung oder Deaktivierung bestehender Schemata oder Skripte hat einen maßgeblichen Einfluss auf die Steuerung der Aufmerksamkeit. Sie

wirken sich dahingehend aus, welche Informationen in einer Verkehrssituation wahrgenommen und erinnert werden (vgl. ARONSON, WILSON & AKERT, 2004). Diese Informationen können mit einem aktivierten Schema kongruent oder inkongruent sein. Schemakongruente Informationen sind erwartete Informationen, die nach der Aufmerksamkeits-Elaborations-Hypothese (BOBROW & NORMAN, 1975) keinen Informationsgewinn darstellen. Bei schemainkongruenten Informationen liegen demnach unerwartete Informationen vor, die einen Informationsgewinn bedeuten und daher bevorzugt verarbeitet werden sollen. Um die inkongruente Information zu erklären und einzuordnen, wird bei der Verarbeitung schemainkongruenter Informationen zusätzliche Verarbeitungskapazität benötigt. Das Unfallrisiko erhöht sich, wenn durch Ablenkung mentale Ressourcen gebunden sind und damit diese Kapazität nicht verfügbar ist.

Mangelnde Aufmerksamkeit kann letztlich dazu führen, dass Gefahren im Straßenverkehr nicht oder nicht rechtzeitig wahrgenommen werden und damit der erforderliche Wechsel in den erwartungsgesteuerten kontrollierten Informationsverarbeitungsmodus ausbleibt. Neben der Ablenkung durch äußere Reize spielen auch vorhandene Fahrkompetenzen, Erfahrungen und Beeinträchtigungen durch Alkohol, Drogen oder Müdigkeit bei der Aktivierung und Deaktivierung von Schemata und damit bei der Aufmerksamkeitssteuerung eine wichtige Rolle.

(4) Entscheidungsprozess

Die erwartungsgesteuerte kontrollierte Informationsverarbeitung führt zu einer Entscheidung, die eine Beurteilung dahingehend beinhaltet, inwieweit ein bestimmtes Verhalten mit Erfolg ausgeführt werden kann (Handlungskompetenzerwartung) und wie sehr die Konsequenzen dieses Verhaltens wünschenswert und wahrscheinlich sind. Für die Bewertung der erwarteten sozialen Konsequenzen ist eine Unterscheidung zwischen einer individuellen und einer sozialen Norm vorzunehmen. Während die individuelle Norm für die eigenen Standards einer Person steht und in den entsprechenden Erwartungen ihren Niederschlag findet, bezieht sich die soziale Norm auf Erwartungen, die andere Personen an diese Person haben. Entscheidungsrelevant ist dann die wahrgenommene soziale Norm. Dies bezeichnet die von einer Person wahrgenommenen Erwartungen anderer Personen. Mit „anderen“ Personen sind insbesondere wichtige Bezugs-

personen (z. B. Peergruppe, Freunde) gemeint. Nach BANDURA (1992) zieht das Verhalten einer Person gegen ihre individuelle Norm eine Missbilligung des eigenen Selbst nach sich und hat dadurch eine „bestrafende“ Selbstkritik bzw. Selbstsanktion zur Folge. Aus diesem Grund vermeiden Personen es möglichst, sich gegen ihre Standards zu verhalten (BANDURA & WALTERS, 1959). Ein möglicher Weg, dieses auch zu gewährleisten, ist es, sich mit solchen Freunden oder Bekannten zu umgeben, mit denen normative Standards geteilt werden. Die Selektion von Bezugspersonen bewirkt demnach, dass die soziale Norm der Gruppe mit den eigenen Standards weitgehend übereinstimmt, ohne dafür die eigenen Standards aufgeben zu müssen.

Bei Fahrverhaltensentscheidungen findet – mehr oder weniger bewusst – auch eine Gewichtung der Bewertungen verschiedenen Erwartungen statt. Dieser Vorgang erfolgt begrenzt rational, da er von mehr oder weniger starken Emotionen beeinflusst werden kann. Eine Gewichtung von Erwartungen kann zum Beispiel folgendermaßen aussehen: Für die Entscheidung sind die Handlungskompetenzerwartung des Fahrers „Ich bin in der Lage, mit hoher Geschwindigkeit durch eine Kurve zu fahren“ und die Erwartung der nicht-sozialen Konsequenz „Es macht mir Spaß, mit hoher Geschwindigkeit eine Kurve zu durchfahren“ präsent. Nun befindet sich im Fahrzeug aber eine Tramperin, die er an einer Tankstelle mitgenommen hat. Normalerweise würde das Fahrverhalten des Autofahrers durch ein bestimmtes Schema gesteuert, das ihn dazu bringt, automatisch mit hoher Geschwindigkeit durch diese Kurve zu fahren. Durch die unbekanntete Mitfahrerin ist aber eine neue Situation entstanden. Es entsteht die Erwartung des Autofahrers, dass die Mitfahrerin möglicherweise Angst bekommt, wenn er – wie gewohnt – die Kurve rasant durchfährt. Da er die Frau sympathisch findet und eine mögliche Ablehnung (Erwartung sozialer Konsequenzen) durch seinen riskanten Fahrstil vermeiden möchte, fährt er mit ungewohnt langsamerer Geschwindigkeit durch die Kurve. Ein anderer Autofahrer hätte möglicherweise nicht so reagiert, weil das erwartete Fahrvergnügen bei hoher Geschwindigkeit persönlich so bedeutsam ist, dass dieser mögliche soziale Sanktionen – Ablehnung durch die Mitfahrerin – durchaus in Kauf genommen hätte. Eventuell hätte auch eine als unsympathisch empfundene Mitfahrerin genügt, um dem eigenen Standard den Vorzug vor der Norm der Mitfahrerin zu geben. Ist die indivi-

duelle Norm stärker als die soziale Norm, wird der Fahrer sich über die Erwartung und Ängste seiner Begleitung hinwegsetzen und die Kurve mit hoher Geschwindigkeit durchfahren. Die Stärke der sozialen Norm ist wiederum abhängig von der Attraktivität der anderen Person bzw. einer Bezugsgruppe und damit verbunden mit den erwarteten Einbußen an sozialer Akzeptanz. Nach BAUMEISTER und LEARY (1995) haben Menschen ein grundlegendes Bedürfnis, von anderen akzeptiert bzw. anerkannt zu werden (siehe auch GARDNER, PICKETT & BREWER, 2000). Die Entstehung dieses Bedürfnisses geht nach Ansicht der beiden Autoren auf eine Adaption evolutionären Ursprungs zurück. Die daraus resultierende Entstehung stabiler sozialer Beziehungen war eine wichtige Voraussetzung für das Leben in der Gemeinschaft. Das wiederum verbesserte die Überlebens- und Reproduktionschancen gegenüber einem Leben als Einzelindividuum. Aufgrund dieses angeborenen Bedürfnisses ist zu erwarten, dass in Entscheidungssituationen insbesondere die informellen (Freunde, Bezugsgruppe) erwarteten sozialen Konsequenzen häufig ein stärkeres Gewicht haben als die individuelle Norm. Wie bereits erwähnt, wird der Widerspruch zwischen individueller und sozialer Norm dadurch umgangen, dass sich Personen im Falle einer freien Wahl bevorzugt solchen Gruppen anschließen, mit denen sie die gleichen Standards teilen.

(5) Personenbezogene Einflussfaktoren

Die Bildung verkehrssicherheitsrelevanter Erwartungen und die damit einhergehenden Fahrverhaltensweisen stehen im Zusammenhang mit einer Reihe von personenbezogenen Merkmalen. Hierzu zählen u. a. Gewissenhaftigkeit (u. a. SÜMER, LAJUNEN & ÖZKAN, 2005), Ängstlichkeit (ULLEBERG, 2002), Altruismus (ULLEBERG, 2002; MACHIN & SANKEY, 2008), Reizbarkeit (ULLEBERG, 2002), Temperamentszüge wie zum Beispiel das „Sensation Seeking“ (u. a. SCHULZE, 1999; ULLEBERG, 2002; HOLTE, 2012a), der Lebensstil und Erfahrungen (u. a. SCHULZE, 1999; HOLTE, 2012a, 2013) und Aggressivität (WITTHÖFT, HOFMANN & PETERMANN, 2011). Diese Personenmerkmale sind im theoretischen Modell (Bild 4) unter dem Begriff „Personenmerkmale“ subsumiert. Dem zuzuordnen ist außerdem der Begriff „Kompetenz“, der sowohl relativ stabile angeborene und erworbene Fähigkeiten („traits“, z. B. Aufmerksamkeitssteuerung) als auch variable Fähigkeiten („states“, z. B. Fahrtüchtigkeit) abdeckt. Da der Einfluss von Kompetenzen auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko nicht Gegenstand dieser Arbeit war, wurden diese nicht explizit bei der Modellbildung berücksichtigt. Es besteht die Annahme, dass sowohl objektiv vorhandene Kompetenzen als auch subjektiv wahrgenommene Kompetenzen sich auf die verschiedenen Erwartungen auswirken.

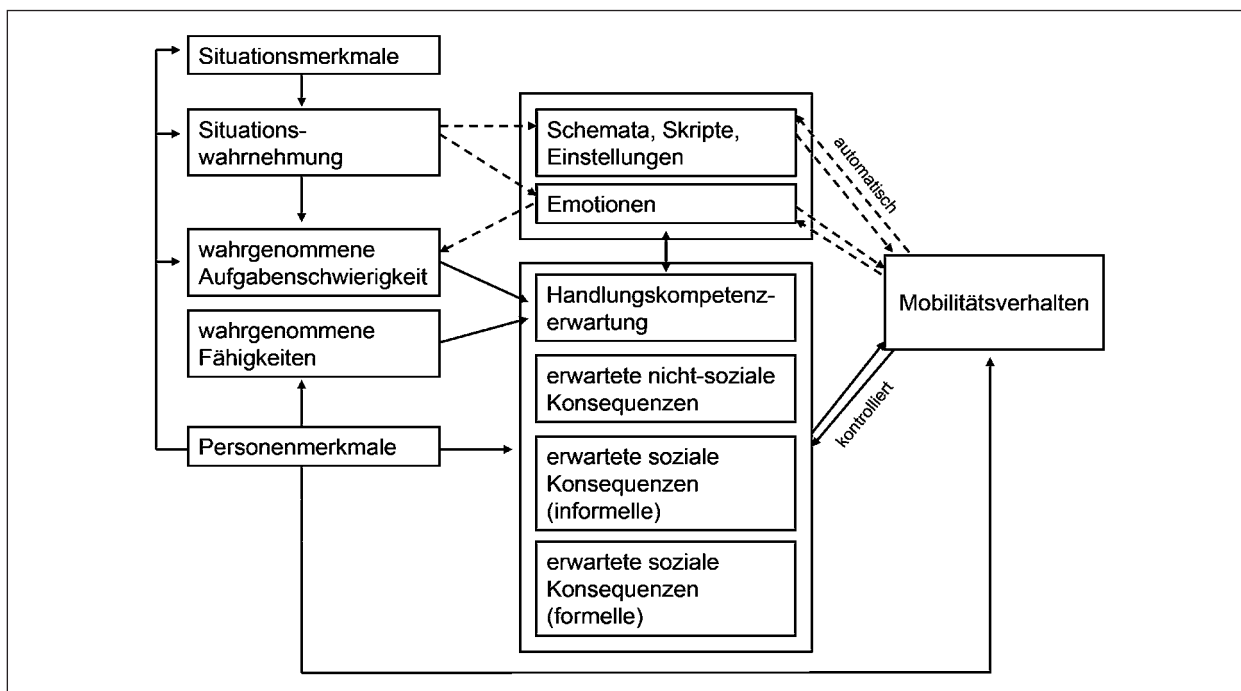


Bild 4: Dual-Prozess-Modell des Mobilitätsverhaltens (HOLTE, 2012a, 2012b, 2013)

4.3 Hypothesen

Folgende allgemeine Hypothesen liegen dieser Arbeit zugrunde:

- A. Der Lebensstilansatz nach SCHULZE (1996, 1999) und HOLTE (2012a, 2012b) lässt sich durch das theoretische Konzept der Werthaltungen erweitern.
- B. Die Lebensstilgruppen innerhalb der Gruppe der 15- bis 24-Jährigen
 - lassen sich durch soziodemografische, verkehrsbezogene und verkehrssicherheitsrelevante Personenmerkmale (z. B. Einstellungen), Persönlichkeitsmerkmale (z. B. Altruismus) und Merkmale der Mediennutzung eindeutig differenzieren und umfassend beschreiben und
 - sie unterscheiden sich im Hinblick auf die Gefährdung im Straßenverkehr.
- C. Die Lebensstilgruppen dieser Studie sind eine Differenzierung der Lebensstilgruppierung aus dem JUFA-Projekt (HOLTE, 2012). Das heißt, es besteht neben einer Spezifizierung und Ausdifferenzierung auch große Übereinstimmung.
- D. Die in Bild 32 dargestellte Hypothesenstruktur des Pfadmodells passt zur Datenstruktur der Gesamtstichprobe, d. h. zu allen Lebensstilgruppen und beiden Geschlechtern. In dieser Hypothesenstruktur wird der statistisch bedeutende Einfluss zweier Persönlichkeitsmerkmale (Erlebnishunger, Normlosigkeit), der Bindung zum Auto, der Einstellung zur Geschwindigkeit, der erwarteten positiven Konsequenzen anderer sowie der Handlungskompetenzerwartung auf das berichtete Verhalten, auf Verkehrsverstöße und auf das Unfallrisiko postuliert. Es wird weiterhin angenommen, dass innerhalb der jeweiligen Gruppe Unterschiede im Hinblick auf die Stärke der Effekte auf die abhängigen Variablen bestehen.
- E. Die in Bild 33 dargestellte Hypothesenstruktur, die um die Merkmale der Mediennutzung erweitert wurde, passt zur Datenstruktur der Gesamtstichprobe, d. h. zu allen Lebensstilgruppen und beiden Geschlechtern.

4.4 Methodik

Die Datenbasis der vorliegenden Studie ist eine Repräsentativbefragung von 1.995 Personen, die in standardisierten persönlich-mündlichen Interviews befragt wurden. Die Durchführung der Interviews erfolgte vom Institut für Demoskopie Allensbach (IfD) im Auftrag der Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt).

Der Fragebogen wurde in enger Zusammenarbeit mit der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover (HMTMH) entwickelt und beinhaltet sowohl Erhebungsskalen, die sich bereits in Vorgängerstudien (vor allem JUFA sowie DRUID) bewährt haben, als auch Skalen, die für diese Studie neu entwickelt wurden. Das IfD wirkte an der Endformulierung einzelner Fragen in Abstimmung mit der BASt und dem Projektteam der HMTMH Hannover mit.

Ausgehend von den konzeptionellen Vorüberlegungen und den forschungsprogrammatischen Rahmenbedingungen sollte das Erhebungsinstrument zum einen eine Vergleichbarkeit mit den empirischen Erkenntnissen der JUFA-Studie gewährleisten, zum anderen das kommunikative Umfeld der Zielgruppe erfassen, um Ansatzpunkte für Erfolg versprechende Risikokommunikationsstrategien auszumachen. Zur Rekonstruktion der in der JUFA-Studie identifizierten Risikogruppen und damit der Zielgruppen potenzieller künftiger Kampagnen wurden die verkehrsbezogenen Fragen sowie die Abfragen der Lebensstile und der Persönlichkeitsmerkmale aus der JUFA-Studie weitestgehend übernommen (vgl. HOLTE, 2012a).

Um diese Kenntnisgrundlage für die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie im Hinblick auf den Stellenwert des sozialen Umfeldes zu erweitern, wurden in Anlehnung an die in der „Theory of Normative Social Behavior“ modellierten verhaltensrelevanten Faktoren (TNSB, vgl. REAL & RIMAL, 2007; RIMAL & REAL, 2005) die wahrgenommenen sozialen Normen, die Gruppenidentität und die sozialen Handlungsergebniserwartungen sowie die Peergruppenkommunikation hinsichtlich des Risikoverhaltens erfasst. Neben der interpersonalen Kommunikation wurde die Mediennutzung der Zielgruppe umfassend erhoben, sodass geeignete Kommunikationskanäle identifiziert werden können. Der Schwerpunkt liegt dabei zielgruppengerecht auf der Erfassung der (mobilen) Online-Nutzung.

Im Folgenden werden die übergeordneten Dimensionen sowie ihre konzeptuellen Herleitungen und Operationalisierungen kurz dargestellt. Der vollständige Fragebogen befindet sich in Kapitel 6 dieses Berichtes.

4.4.1 Erhebungsinstrumente

Neben den soziodemografischen Angaben umfasst der Fragebogen insgesamt 39 themenspezifische, teils komplexe Fragen mit bis zu 37 Items sowie ein Selbstausfüllerblatt zum Konsum von Alkohol, Drogen und Medikamenten sowie zum Autofahren unter Alkoholeinfluss. Die Auswahl der operationalisierten Konstrukte basiert auf den theoretischen Grundlagen und empirischen Erkenntnissen zum Thema „Junge Fahrerinnen und Fahrer“. Es erfolgt eine Aufteilung der erfassten Merkmale in Merkmale mit inhaltlichem Bezug zum Verkehrsbereich (verkehrsbezogene Merkmale) und Merkmale ohne diesen Bezug (Personenmerkmale ohne Verkehrsbezug).

4.4.1.1 Personenmerkmale ohne Verkehrsbezug

(1) Soziodemografische Merkmale

In der Repräsentativbefragung wurden die soziodemografischen Merkmale Geschlecht, Alter, Familienstand, erworbener oder angestrebter Schulabschluss, Berufstätigkeit, eigenes Monatsnettoeinkommen, Monatsnettoeinkommen im Haushalt, Anzahl der Personen im Haushalt, Anzahl Berufstätiger im Haushalt, Leben im Haushalt der Eltern und Wohnort erhoben. Aus den beiden Merkmalen Bildung und Haushaltsnettoeinkommen wird ein Index zur Erfassung des sozioökonomischen Status gebildet.

(2) Personenmerkmale

Reizbarkeit und Erlebnishunger

Aus dem NEO-Persönlichkeitsinventar nach COSTA und McCRAE (1992), in der deutschen Fassung nach OSTENDORF und ANGLEITNER (2004; Copyright von Hogrefe GmbH & Co. KG), wurden „Reizbarkeit“ als Facette von Neurotizismus und „Erlebnishunger“ als Dimension von Extraversion ausgewählt.

Normlosigkeit

Überdies wurde vor dem Hintergrund der in dieser Studie fokussierten Rolle sozialer Normen die

„Normlosigkeit“ im Sinne der subjektiven Überzeugung von moralischen Standards einbezogen. Hierzu wurde eine Übersetzung der aus vier Items bestehenden Skala „Normlessness“ von KOHN und SCHOOLER (1983) vorgenommen und mit einer fünfstufigen Ratingskala gemessen.

Lebensstil und Wertvorstellungen

Zur Erfassung des Lebensstils wurden Fragen zu Freizeitaktivitäten, Musikgeschmack, Filmpräferenzen, Gruppenaffinität und Ausdruck durch Kleidung gestellt. Die Operationalisierung der Lebensstildimensionen basiert auf der Lebensstil-Skala von SCHULZE (1999) und wurde zum Zweck der Rekonstruierbarkeit der Risikogruppen unverändert von der JUFA-Studie (HOLTE, 2012a) adaptiert.

Um vertiefende Einblicke in die Lebensstile der Risikogruppen zu gewinnen bzw. um die Lebensstile hinsichtlich Wertorientierungen präzisieren zu können, wurde zur Abfrage der Wertvorstellungen der jungen Fahrerinnen und Fahrer eine verkürzte Form des „Portraits Value Questionnaire“ nach SCHWARTZ in den Fragebogen aufgenommen (SCHMIDT, BAMBERG, DAVIDOV, HERRMANN & SCHWARTZ, 2007; SCHWARTZ & BOEHNKE, 2004).

Mediennutzung

In gängigen Markt-Media-Studien wird die Mediennutzung der 15- bis 24-Jährigen vor allem in Abgrenzung zu älteren Zielgruppen dargestellt; sie wird kaum innerhalb der Zielgruppe nach soziodemografischen, psychografischen, einstellungs- und verhaltensbasierten Merkmalen differenziert. Um die Mediennutzung mit den Risikoprofilen zusammenführen zu können, musste die Mediennutzung zielgruppengerecht erfasst werden. Dabei wurden die Kommunikationsstile sowie konkrete inhaltliche Präferenzen differenziert berücksichtigt. Den Mediennutzungsgewohnheiten der Zielgruppe entsprechend und den Erkenntnissen des EU-Projektes DRUID (HEIBING et al., 2011) folgend, wurde jenseits der allgemeinen Mediennutzung und Abfrage der Nutzungsgewohnheiten klassischer Medien wie Fernsehen und Zeitschriften der Schwerpunkt auf die Erhebung der (mobilen) Online-Nutzung gelegt. So ist die Nutzung von Social-Media-Angeboten wie zum Beispiel „Facebook“ (z. B. LIVINGSTONE, 2008) und die Nutzung mobiler Applikationen (Apps) mit dem Smartphone (z. B. Medienpädagogischer Forschungs-Verbund Süd-

west, 2011) für viele Jugendliche zu einem konstitutiven Element ihres Lebensstils und ihrer Verhaltensroutinen im Alltag avanciert. Die Nutzung dieser Medien nimmt in der jungen Zielgruppe eine zentrale Bedeutung an der Schnittstelle zwischen medialer und interpersonaler Kommunikation ein. Die Erfassung der Social-Media-Nutzung in dieser Studie ermöglicht es damit auch, kommunikationsstrategisch relevante Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie mediale Botschaften in die Peergruppen-Kommunikation Eingang finden können.

Über die Erfassung konkreter inhaltlicher Präferenzen bei der Mediennutzung können zum einen zielgruppenspezifische Kommunikationskanäle und mediale Umfelder zur Platzierung der präventiven Botschaften identifiziert, zum anderen Hinweise zur thematischen Gestaltung einer Kommunikationskampagne für die unterschiedlichen Teilzielgruppen gefunden werden.

Konkret wurde mit Blick auf die „alten“ Medien Fernsehen und Print unter anderem danach gefragt, welche Fernsehgenres bevorzugt werden (z. B. Action, Sport, Kultursendungen, Soap Operas) und welche Zeitschriftengattungen von Interesse sind (z. B. Sport, Auto, Mode, Wirtschaft, Reise). Der Schwerpunkt auf die neuen Medien wurde unter anderem dadurch umgesetzt, dass nach einem breiten Spektrum an Modi der Internetnutzung gefragt wurde (etwa E-Mail, Online-Games, User-Generated Content, Social Media) sowie nach Anwendungen (Apps), die auf dem eigenen Smartphone Verwendung finden (z. B. „Facebook“ für unterwegs, Spiele, Shopping-Anwendungen). Die Kombination dieser und weiterer Fragen zu den Mediennutzungsgewohnheiten liefert ein gut konturierbares Bild der Schwerpunkte des medienbezogenen Kommunikationsverhaltens.

Sozialer Kontext und Peer-Kommunikation

Neben der Mediennutzung wurden aufgrund der konzeptionell-strategischen Relevanz der Peerdynamik der soziale Kontext und die interpersonale Kommunikation ebenfalls erfasst. Konkret stellt die Peerkommunikation – gerade in Risikogruppen – für verschiedene Formen abweichenden Verhaltens eine relevante Einflussgröße dar (vgl. CHO & BOSTER, 2008). Zur Modellierung der sozialen Faktoren für das Problemverhalten wird in dieser Studie auf die Modellkomponenten der „Theory of Normative Social Behavior“ (TNSB; RIMAL & REAL, 2005; REAL & RIMAL, 2007) zurückgegrif-

fen. Die TNSB ermöglicht zum einen die theoretisch begründete Differenzierung sozialer Normen als „injunctive“ und „descriptive norms“ (CIALDINI, RENO & KALLGREN, 1990). „Descriptive norms“ beschreiben, wie sich die Peers verhalten; „injunctive norms“ umfassen das moralisch akzeptierte Verhalten. Zum anderen modelliert die TNSB die Peergruppenkommunikation als zentrale Moderator-Variable der für das Risikoverhalten relevanten normativen Mechanismen (REAL & RIMAL, 2007). Die Einbeziehung dieser potenziell für das Verkehrsverhalten relevanten Einflussgrößen aus dem sozialen Umfeld soll helfen, die über eine mediale Ansprache hinausgehende kommunikative Erreichbarkeit der Zielgruppe über ihr soziales Umfeld auszuloten.

Hierzu wurde das Risikoverhalten als „Fahren mit überhöhter Geschwindigkeit“ spezifiziert. Als soziale Einflussfaktoren auf dieses Risikoverhalten werden die injunctive und descriptive Norm in verschiedenen Bezugsgruppen (Freunde, Gleichaltrige, Allgemeinheit), die erwarteten sozialen Handlungskonsequenzen sowie die Gruppenidentität erfasst. Die Peergruppenkommunikation wird sowohl über ihre Quantität als auch über den Gesprächsinhalt erhoben.

Weitere Personenmerkmale

Auf einem Selbstausfüllblatt wurden die Häufigkeit des Alkoholkonsums sowie die Häufigkeit des Konsums von Drogen und Medikamenten erfasst.

4.4.1.2 Verkehrsbezogene Personenmerkmale

Da eine möglichst hohe Vergleichbarkeit der Befunde zu bestehenden Datengrundlagen ermöglicht werden sollte, orientiert sich die Ausgestaltung der verkehrsbezogenen Fragen und Antwortvorgaben eng am Fragebogen der JUFA-Studie. In Abstimmung mit der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover wurden die Determinanten des Risikoverhaltens bzw. die Modellkomponenten des „Dual-Prozess-Modells“ (vgl. HOLTE, 2012b) primär anhand der Problematik des Fahrens mit überhöhter Geschwindigkeit als Hochrisikofaktor für Unfälle im Straßenverkehr operationalisiert.

Zum Themenkomplex Verkehrsdemografie wurden Motorrad- oder Moped- bzw. Motorrollerführerschein und Pkw-Führerscheinbesitz, die Jahresfahrleistung in Kilometern, Autobesitz, Punkte im Verkehrszentralregister für Überschreiten der zu-

lässigen Höchstgeschwindigkeit, Häufigkeit der Verkehrsunfallbeteiligung (Auto, Motorrad, Moped, Fahrrad) in den vergangenen drei Jahren und verursachte Verkehrsunfälle aufgrund von Fahren mit nicht angepasster Geschwindigkeit erhoben. Angaben über das eigene Fahrverhalten wurden aus Selbsteinschätzungen gewonnen, zu denen unter anderem die Häufigkeit des Fahrens mit überhöhter bzw. nicht angemessener Geschwindigkeit sowie das Fahren unter Alkohol- oder Drogeneinfluss gehören. Die entsprechenden Fragen wurden in Anlehnung an JUFA und DRUID formuliert. Ergänzend wurde auch nach der Wahrscheinlichkeit gefragt, wegen zu schnellen Fahrens von der Polizei geblitzt zu werden (Entdeckungswahrscheinlichkeit).

Die Einstellung zur Geschwindigkeit wurde mit einer vierstufigen Ratingskala erfasst, die seit 1994 in unterschiedlichen Fassungen vorliegt (HOLTE, 1994; RUDINGER & HOLTE, 1996). In diesem Projekt kam eine von HOLTE (2012a) entwickelte 15 Items umfassende Skala zur Anwendung. Wie bereits in der Vorgängerstudie JUFA wurden Items, die der kognitiven Komponente der Einstellung zuzuordnen sind, aus der Skala ausgeschlossen, da diese bislang keine gute Differenzierung zwischen verschiedenen Gruppen aufweisen konnten. Für die vorliegende Studie wurden daher ausschließlich die Items der affektiven und die behavioralen Komponente berücksichtigt.

Weiterhin wurden eine in diesem Projekt neu entwickelte aus 18 Items bestehende Skala zur Erfassung der Einstellung zum Auto und Autofahren (vierstufige Ratingskala) sowie eine aus 18 Items bestehende Skala zur Erfassung der Handlungskompetenzerwartung in schwierigen und riskanten Fahrsituationen (sechsstufige Ratingskala) berücksichtigt, wie sie bereits im Projekt JUFA zum Einsatz kam (HOLTE, 2012a).

Fragen zum sozialen Umfeld betreffen die wahrgenommene Ähnlichkeit von Ansichten der Freunde zu verschiedenen Aspekten des Lebensstils und des Autofahrens. Wie bereits im JUFA-Projekt ist dieses Konzept als eine Alternative zum Konstrukt der subjektiven Norm von AJZEN (1985, 1991) zu verstehen.

4.4.2 Stichprobe und Stichprobengewinnung

Dem Prinzip von Präventionsprogrammen folgend, sollte auch die Förderung der Sicherheit im Straßenverkehr im Vorfeld der Entwicklung und Stabili-

sierung des Risikoverhaltens bzw. der verkehrssicherheitsgefährdenden Dispositionen ansetzen. Das Projektvorhaben zielte daher auch auf die Ansprache junger Menschen, bevor diese im Besitz eines Führerscheins sind (vgl. auch BINA, GRAZIANO & BONINO, 2006). Als Grundgesamtheit wurden vor diesem Hintergrund die 15- bis 24-Jährigen definiert. In der Altersgruppe der über 18-Jährigen wurden sowohl Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen als auch Nicht-Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen befragt. Denn auch unter den bereits Volljährigen befinden sich künftige Fahrerinnen und Fahrer, die bereits einen Führerschein machen oder noch machen werden und die somit eine relevante Zielgruppe für die Vermittlung verkehrssicherheitsrelevanter Informationen bilden (vgl. auch HEIßING et al., 2011). Zudem werden hierdurch bevölkerungsrepräsentative Aussagen über die gewählte Altersgruppe möglich und die Befunde mit den Daten der Vorgänger-Studien der BAST vergleichbar.

Für die Grundgesamtheit wurde nach dem Quotenverfahren auf der Grundlage der Daten des Statistischen Bundesamts eine Stichprobe aus 1.995 Personen (N = 1.995) gebildet und in standardisierten persönlich-mündlichen Interviews befragt. Damit wurde eine ausreichend große Datenbasis geschaffen, um umfassende Auswertungen sowohl für künftige als auch für junge Fahrer und Fahrerinnen im Hinblick auf ihr Risikoverhalten vorzunehmen. Die Feldarbeit wurde vom Institut für Demoskopie Allensbach im Mai 2012 realisiert.

4.4.3 Auswertungsdesign

Die erfassten Daten wurden in enger Zusammenarbeit mit der Hochschule für Musik, Theater und Medien in Hannover einem mehrstufigen Auswertungsverfahren unterzogen. Dazu wurden zunächst die Multi-Item-Maße zur Erfassung einzelner Dimensionen (etwa im Bereich Lebensstile) aggregiert. Zweitens wurde in Replikation des Vorgehens der JUFA-Studie aus dem Lebensstil mittels Clusteranalyse eine Typologie der jungen Fahrerinnen und Fahrer gebildet, die sich aus neun Einzelgruppen zusammensetzt. Die nächsten Auswertungsschritte bestanden darin, die so gebildeten Gruppen hinsichtlich ihrer Risikoneigung und Kommunikationsprofile (Mediennutzung und interpersonale Peerkommunikation) zu vergleichen.

Für den Vergleich der Lebensstilgruppen wurden Chi²-Tests sowie einfaktorielle Varianzanalysen

(ANOVAs) herangezogen. Chi²-Tests wurden zur Beschreibung der Lebensstilgruppen hinsichtlich nominaler Variablen berechnet. Einfaktorielle Varianzanalysen wurden zur Untersuchung von Unterschieden zwischen den Lebensstilgruppen hinsichtlich metrisch erfasster Merkmale durchgeführt. Bei signifikantem Levene-Test und damit inhomogenen Varianzen wurde der Welch-Test durchgeführt. Die für die abhängigen Variablen berichteten Gruppenunterschiede sind bei Varianzhomogenität nach Bonferroni-Korrektur und bei Varianzheterogenität nach dem Tamhane-T2-Test signifikant.

Die Auswertung dieser Studie und Darstellung der Ergebnisse vollziehen sich in sieben Schritten:

- (1) Stichprobenbeschreibung,
- (2) deskriptive Analysen ausgewählter Merkmale,
- (3) Datenaggregation mittels Faktoren- und Reliabilitätsanalysen sowie Indexbildung,
- (4) Bildung von verkehrssicherheitsrelevanten Lebensstiltypen mittels Clusteranalyse und Durchführung von Diskriminanzanalysen zur Prüfung der verschiedenen Cluster-Lösungen. Im Unterschied zum Vorgänger-Projekt JUFA wurden zur Feststellung der Lebensstilgruppen sowohl Lebensstilfaktoren als auch Wertefaktoren herangezogen,
- (5) Vergleich der Lebensstilgruppen insbesondere im Hinblick auf verkehrssicherheitsrelevante Einstellungen, Erwartungen und berichtetes Verhalten, Merkmale der Kommunikation und Mediennutzung sowie Persönlichkeitsmerkmale,
- (7) Prüfung eines theoretischen Modells mittels Pfadanalyse. Zur Anwendung kommt dabei das Softwarepaket MPLus 6.1.1. von MUTHÉN und MUTHÉN (2010).

4.5 Ergebnisse

4.5.1 Deskriptive Analysen

Zur deskriptiven Analyse zählen die Stichprobenbeschreibung sowie einige zentrale verkehrsbezogene Merkmale. Berücksichtigt werden dabei Vergleiche zwischen den Geschlechtern und zwischen verschiedenen Altersgruppen. Weitere deskriptive Ergebnisse werden im Rahmen der Datenaggregation (Kapitel 4.5.2) sowie in den später folgenden Lebensstilschreibungen (Kapitel 4.5.4.6) aufgeführt.

4.5.1.1 Stichprobenbeschreibung

Alter und Geschlecht

Es nahmen 1.995 Personen an der Repräsentativbefragung teil, davon sind 51,4 % Männer. Die Befragten sind zwischen 15 und 24 Jahre alt. 26,8 % sind unter 18 Jahren alt, fast drei Viertel der Befragten sind volljährig. Das Durchschnittsalter der Stichprobe beträgt 19,8 Jahre. Bei den 17- und 18-Jährigen gibt es einen überproportionalen Frauen- bzw. Männeranteil (Kapitel 6.2). Eine entsprechende Gewichtung der Daten hebt diese Disproportionalität auf und stellt die Repräsentativität der Daten sicher. Die ungewichteten Daten werden im Rahmen der folgenden deskriptiven Analysen verwendet. Die gewichteten Angaben werden in Klammern ergänzt.

Erworbener bzw. angestrebter Schulabschluss

Der Großteil der Befragten, 38,5 % (32,5 %), verfügt über eine allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife bzw. strebt diese an. Der Realschulabschluss ist mit anteilig 31,9 % (36,1 %) der zweithäufigste Abschluss. Es folgen der Hauptschulabschluss mit 14,4 % (17,5 %), die Fachhochschulreife mit 7,7 % (7,1 %), ein abgeschlossenes Studium an einer Universität, einer Fachhochschule oder Berufsakademie mit 6 % (4,7 %), ein Schulabgang ohne Haupt- und Volksschulabschluss mit 0,8 % (1,1 %) und der Förderschulabschluss mit 0,7 % (1 %).

Berufstätigkeit

(gewichtete Anteile in Klammern) -

Bei 32,7 % (30,9 %) der Befragten handelt es sich um Schüler und Schülerinnen. Mit einem Anteil von 27,7 % (30,7 %) sind nahezu genauso viele Befragte berufstätig. 19,1 % (13,7 %) der Befragten sind Studierende, 14,8 % (16,9 %) sind Auszubildende. Arbeitslos sind 2,3 % (4,5 %) der Befragten, als Hausfrau bzw. Hausmann bezeichnen sich 0,5 % (0,5 %). Ohne Beruf sind 2 % (1,7 %).

4.5.1.2 Alkohol- und Drogenkonsum, Medikamenteneinnahme

Alkoholkonsum

(gewichtete Anteile in Klammern) -

- täglich, fast täglich = 3,3 % (3,7 %),
- zwei- oder dreimal pro Woche = 19 % (19 %),
- einmal pro Woche = 23,4 % (22,9 %),

- zwei- oder dreimal im Monat = 22,4 % (21,9 %),
- seltener als zwei- oder dreimal im Monat = 21,8 % (22,1 %),
- nie = 10,1 % (10,3 %).

Werden die 15- und 16-Jährigen aus der Analyse ausgeschlossen, zeigt sich, dass Autofahrer signifikant häufiger Alkohol trinken als Nicht-Autofahrer (ungewichtete Daten: $\chi^2 = 18$; $p = .003$; Cramer-V = .10). Dieser Unterschied ist jedoch relativ schwach ausgeprägt. Werden auch noch die 17-Jährigen aus der Analyse ausgeschlossen, verändert sich das Ergebnis nicht wesentlich ($\chi^2 = 18$; $p = .004$; Cramer-V = .11). Allerdings fällt hier ausschließlich der tägliche Alkoholkonsum bei den Autofahrern deutlich höher aus als bei den Nicht-Autofahrern (6,5 % vs. 3,9 %).

Drogenkonsum und Medikamenteneinnahme (ungewichtete Anteile)

Bezogen auf die Gesamtstichprobe wird am häufigsten Haschisch/Marihuana (32,1 %) konsumiert,

gefolgt von Ecstasy (11,1 %), starken Beruhigungsmitteln (10,1 %), starken Schlafmitteln (8,4 %), Speed (8,3 %), Kokain (5 %), LSD (3,9 %), Crack (2,8 %) und Heroin (0,5 %) (Tabelle 1).

Diese Ergebnisse stimmen zum größten Teil mit den Ergebnissen einer Repräsentativbefragung, die im Rahmen des europäischen DRUID-Projekts zum Einfluss von Drogen, Medikamenten und Alkohol auf die Verkehrssicherheit durchgeführt wurde (HEIßING et al., 2011), sowie mit den Ergebnissen des Projekts JUFA (HOLTE, 2012a) überein: Bezogen auf die Gruppe der 18- bis 24-Jährigen ergeben sich für alle drei Studien folgende Lebenszeitprävalenzen: Haschisch/Marihuana 36,7 % (DRUID 40,3 %, JUFA 36,4 %), Ecstasy 12,8 % (DRUID 15,2 %, JUFA 14,6 %), starke Beruhigungsmittel 11,4 % (DRUID 7 %, JUFA 8,2 %), starke Schlafmittel 10,5 % (DRUID 6,8 %, JUFA 6,5 %), Speed 10,2 % (DRUID 10,9 %, JUFA 9,3), Kokain 6,2 % (DRUID 6,1 %, JUFA 5,7 %), LSD 4,7 % (DRUID 4,3 %, JUFA 3,9 %), Crack 3,4 % (DRUID 2,7 %, JUFA 3 %) und Heroin 0,5 % (DRUID 0 %; JUFA 0,9 %). Auffallend ist der tendenziell höhere Kon-

1) noch nie genommen 2) nur einmal probiert 3) schon mehrmals genommen	Alter		Frauen	Männer	Gesamtstichprobe
	15-17	18-24			
Starke Schlafmittel	1) 97,1 2) 1,5 3) 1,3	1) 89,5 2) 7,1 3) 3,4	1) 90,9 2) 6,1 3) 2,9	1) 92,1 2) 5,2 3) 2,7	1) 91,5 2) 5,6 3) 2,8
Starke Beruhigungsmittel	1) 93,5 2) 3,6 3) 2,9	1) 88,6 2) 7,4 3) 4,0	1) 89,2 2) 7,1 3) 3,7	1) 90,6 2) 5,7 3) 3,8	1) 89,9 2) 6,4 3) 3,7
Haschisch, Marihuana	1) 80,1 2) 11,8 3) 8,2	1) 63,3 2) 19,4 3) 17,3	1) 76,8 2) 14,3 3) 8,9	1) 59,4 2) 20,2 3) 20,5	1) 67,8 2) 17,3 3) 14,8
LSD	1) 98,1 2) 1,7 3) 0,2	1) 95,4 2) 3,8 3) 0,9	1) 98,1 2) 1,6 3) 0,3	1) 94,2 2) 4,8 3) 1,0	1) 96,1 2) 3,2 3) 0,7
Kokain	1) 98,5 2) 1,3 3) 0,2	1) 93,8 2) 4,9 3) 1,3	1) 96,8 2) 2,1 3) 1,1	1) 93,4 2) 5,7 3) 0,9	1) 95,1 2) 4,0 3) 1,0
Heroin	1) 99,6 2) 0,2 3) 0,2	1) 99,5 2) 0,3 3) 0,2	1) 99,8 2) 0,1 3) 0,1	1) 99,3 2) 0,4 3) 0,3	1) 99,5 2) 0,3 3) 0,2
Crack	1) 98,7 2) 1,0 3) 0,4	1) 96,6 2) 2,8 3) 0,6	1) 98,5 2) 1,2 3) 0,3	1) 95,9 2) 3,4 3) 0,7	1) 97,2 2) 2,3 3) 0,5
Ecstasy	1) 93,3 2) 5,7 3) 1,0	1) 87,2 2) 9,2 3) 3,6	1) 93,0 2) 5,5 3) 1,5	1) 84,9 2) 11,0 3) 4,2	1) 88,9 2) 8,3 3) 2,8
Speed	1) 96,5 2) 3,0 3) 0,6	1) 89,9 2) 6,8 3) 3,4	1) 94,5 2) 3,7 3) 1,8	1) 88,8 2) 7,7 3) 3,4	1) 91,6 2) 5,7 3) 2,6

Tab. 1: Drogenkonsum und Medikamenteneinnahme. Prozentangaben (Spaltenprozent) für verschiedene Altersgruppen, Männer und Frauen sowie für die Gesamtstichprobe (ungewichtete Daten). Die gewichteten Zahlen befinden sich im Kapitel 6.3

sum starker Beruhigungsmitteln (+3,2 %) und starker Schlafmittel (+4 %) in 2012 (diese Studie) gegenüber 2010 (JUFA-Studie). Ein tendenzieller Rückgang zeigte sich beim Konsum von Ecstasy (-1,8 %).

4.5.1.3 Verkehrsbezogene Merkmale

Die verkehrsbezogenen Merkmale umfassen den Führerscheinbesitz, die Fahrausbildung, das Fahren unter Alkoholeinfluss, das Fahren unter Drogen- bzw. Medikamenteneinfluss, den Alkohol-, Drogen- und Medikamentenkonsum, Verstöße und Unfälle. Weitere deskriptive Ergebnisse zu verkehrsbezogenen Merkmalen wie die Einstellung zur Geschwindigkeit oder zum Auto bzw. Autofahren werden im Rahmen der Datenaggregation (Kapitel 4.5.2) dargestellt.

Führerscheinbesitz (gewichtete Anteile in Klammern) -

58,5 % (57,5 %) der Befragten haben einen Führerschein, der sie berechtigt, einen Pkw zu fahren. 9,6 % (9,2 %) besitzen einen Motorrad-Führerschein, 15 % (15,5 %) sind im Besitz eines Moped-Führerscheins. Bei den Männern ist der Anteil der Besitzer eines Motorrad-Führerscheins mit 14,4 % (14,5 %) höher als bei den Frauen mit 4,1 % (3,7 %). Ein Geschlechterunterschied ist auch unter den Besitzern und Besitzerinnen des Moped-Führerscheins festzustellen: 19,9 % (20,9 %) der Männer und 9,9 % (10,4 %) der Frauen haben eine Fahrerlaubnis für Mopeds.

Von den über 17-Jährigen und damit von den potenziellen Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen haben 70,2 % (69,6 %) einen Pkw-Führerschein. 11,4 % (11,1 %) der über 17-Jährigen besitzen einen Motorrad-Führerschein, 16,2 % (16,8 %) sind im Besitz eines Moped-Führerscheins.

14,6 % (14,5 %) der Inhaber eines Pkw-Führerscheins sind auch in Besitz eines Motorrad-Führerscheins, 17,9 % (18,4 %) der Befragten haben einen Pkw-Führerschein und einen Moped-Führerschein.

Fahrausbildung (gewichtete Anteile in Klammern) -

25,6 % (25,8 %) der Besitzer und Besitzerinnen eines Pkw-Führerscheines haben im Rahmen des „Begleiteten Fahrens“ ihren Führerschein erworben. 74,4 % (74,5 %) der befragten Führerschein-

besitzer und -besitzerinnen haben einen normalen Führerschein gemacht. Bezogen auf die 17- bis 24-Jährigen waren es in der JUFA-Studie (HOLTE, 2012a) 20 % der Führerscheinbesitzer (18,9 %).

In der Altersgruppe der 17-Jährigen haben insgesamt 29,3 % (31,6 %) am Begleiteten Fahren teilgenommen bzw. nehmen derzeit daran teil. In der JUFA-Studie waren es 32,4 % (31,7 %).

Alkohol, Drogen und Autofahren – Angabe der Lebenszeitprävalenz (gewichtete Anteile in Klammern)

34,4 % (34,7 %) der befragten Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen geben an, schon Auto gefahren zu sein, obwohl sie zu viel Alkohol getrunken hatten. 11,4 % (11,7 %) der Autofahrer und Autofahrerinnen sind schon unter Drogeneinfluss Auto gefahren. Sowohl hinsichtlich des Alkoholkonsums als auch des Drogenkonsums am Steuer sind deutliche Geschlechterunterschiede zu konstatieren. Während fast die Hälfte (49,9 %; 50,6 %) der männlichen Befragten einräumt, alkoholisiert Auto gefahren zu sein, ist es nur ein Viertel (25,5 %; 23,6 %) bei den Frauen. 16,8 % (18,2 %) der Männer geben an, schon unter Drogeneinfluss Auto gefahren zu sein, während nur 5,9 % (5,5 %) der Frauen dies angeben.

Punkte im Verkehrszentralregister (gewichtete Anteile in Klammern)

12 % (12,6 %) der befragten Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen haben nach eigener Auskunft Punkte im Verkehrszentralregister. Mit 16,6 % (18,3 %) ist der Anteil der Punktebesitzer und -besitzerinnen unter den Männern größer als der Anteil der Frauen mit 6,8 % (6,5 %). Im Durchschnitt geben diejenigen, die im Verkehrszentralregister mit Verstößen gemeldet sind, an, dass sie 3 Punkte haben (MW = 3,14; MW = 3,06). Mit 2,5 Punkten geht der Großteil der Verstöße dabei auf Fahren mit zu hoher Geschwindigkeit zurück (MW = 2,45; MW = 2,38).

Unfälle (gewichtete Zahlen in Klammern)

18,5 % (20 %) der befragten Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen bestätigen, in den vergangenen drei Jahren mit dem Auto, Motorrad, Moped oder Rad in einen Verkehrsunfall verwickelt gewesen zu sein. Bei den Männern ist der Anteil der in einen Unfall Verwickelten mit 20,8 % (23,3 %) größer als bei den Frauen mit 15,8 % (16,4 %). Als Pkw-Fahrer und

-Fahrerin waren insgesamt 16,6 % (18 %) in einen Verkehrsunfall verwickelt, bei den Männern waren es 18,2 % (20,1 %), bei den Frauen 14,8 % (15,7 %).

19,9 % (20,8 %) der Personen, die am Begleiteten Fahren teilgenommen haben und bereits den Pkw-Führerschein besitzen, waren bereits an einem Unfall beteiligt. Unter denen, die den normalen Führerschein erworben haben, betrug der entsprechende Anteil 15,2 % (16,7 %). Es besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Form der Fahrausbildung und der Unfallverwicklung ($p = .06$), dennoch besteht eine gewisse Tendenz. Wie bereits im JUFA-Projekt gilt es auch hier zu bedenken, dass die Teilnehmer und Teilnehmerinnen am Begleiteten Fahren signifikant jünger sind als diejenigen, die den normalen Führerschein absolviert haben (durchschnittlich 19,7 vs. 21,9 Jahre), und deshalb die „Jugendlichkeit“ als Ursachenfaktor eine gewisse Relevanz besitzt.

4.5.2 Datenaggregation: Faktorenanalysen

Zur kompakten Beschreibung der Lebensstilgruppen hinsichtlich verschiedener risiko- und kommunikationsrelevanter Merkmale werden die Daten aggregiert. Um eine größtmögliche Vergleichbarkeit zu gewährleisten, erfolgt die Datenaggregation in Anlehnung an die JUFA-Studie von HOLTE (2012a). Es erfolgen (1) eine Aggregation mittels explorativer Faktorenanalyse und (2) eine Aggregation mittels Indexbildung.

Um Dimensionen der Skalen zu entdecken, werden explorative Faktorenanalysen durchgeführt. Für die Faktorenextraktion wird die Methode der Hauptkomponentenanalyse (PCA) verwendet. Die Festlegung der Faktorenzahl erfolgt auf Basis theoretischer sowie empirischer Erwägungen (Screeplot). Zur besseren Interpretation werden die Faktoren einer Varimax- oder Oblimin-Rotation unterzogen. Faktorenanalysen mit dichotomen Variablen werden mit dem Programm MPlus (MUTHÉN & MUTHÉN, 2010) durchgeführt, wobei für die Analysen tetrachorische Korrelationen verwendet werden. Im Gegensatz hierzu werden bei einer faktorenanalytischen Auswertung von Items in Ratingskalen Produkt-Moment-Korrelationen zugrunde gelegt.

Die Faktorenanalyse wird dazu verwendet, die Faktorenstruktur einer vorgegebenen Skala zu ermitteln. Um im Anschluss daran Summenskalen zu bilden, werden die auf den Faktoren ladenden Items hinsichtlich ihrer Reliabilität geprüft. Zur Prüfung

der internen Konsistenz wird Cronbachs Alpha berechnet. Fehlende Werte werden bei der Indexbildung durch Gruppenmittelwerte ersetzt. Im Falle dichotomer Items wird das Cronbachs Alpha mit oben erwähnten tetrachorischen Korrelationen berechnet (KUNINA, WILHELM, FORMAZIN, JONKMANN & SCHROEDERS, 2007). Hierzu wird die Spearman-Brown-Formel herangezogen, für die die Gleichheit der Varianz der Items als Voraussetzung gilt. Das Cronbachs Alpha kann in diesem Fall als Spezialfall der Reliabilitätskorrektur nach Spearman-Brown angesehen werden. Es wird als standardisiertes Cronbachs Alpha bezeichnet (CRONBACH, 1951):

$$\text{Alpha}_{\text{st}} = m \cdot r/1 + ((m - 1) \cdot r)$$

mit

Alpha_{st} = standardisiertes Cronbachs Alpha

m = Anzahl der Items

r = mittlere Inter-Item-Korrelation

Bei der Skalenbildung wurden der Schwierigkeitsindex, die Trennschärfe und gegebenenfalls auch der Selektionskennwert berücksichtigt (FISSENI, 1997). Als Maß für die Trennschärfe wird die Korrelation des Items i mit dem Gesamtwert t (ohne Item i) verwendet. Eine hohe Trennschärfe eines Items besagt, dass dieses Item geeignet ist, zwischen den Probanden im Sinne des Gesamttests zu differenzieren. Der Selektionskennwert berücksichtigt sowohl die Schwierigkeit eines Items als auch seine Trennschärfe (LIENERT, 1989; BÜHNER, 2006). Bei einer Auswahl von Items zur Bildung einer Skala auf der Basis dieses Selektionskennwertes wird sichergestellt, dass nicht zu viele Items mit extremer Schwierigkeit unberücksichtigt bleiben.

In der nachfolgenden Ergebnisdarstellung der Faktorenanalysen werden Faktorenladungen, Korrelationen und das Cronbachs Alpha mit einem „Punkt“ (z. B. .54) dargestellt, wie es international üblich ist. Werte dagegen (Schwierigkeitsindex, Mittelwerte, Standardabweichungen) erhalten ein Komma. Für Items, die aufgrund gleich hoher oder zu geringer Ladung aus der Faktorenanalyse ausgeschlossen wurden, wird in den entsprechenden Tabellen jeweils ein Schrägstrich aufgeführt.

4.5.2.1 Lebensstil und Werthaltungen

Dichotome Items zu Freizeitaktivitäten, zum Musikgeschmack, zu Filmpräferenzen, zur Gruppenaffinität und zum Ausdruck durch Kleidung wurden fak-

torenanalytisch ausgewertet. Zur Beurteilung der Faktorenanalyse bei Anwendung des Analyseprogramms MPlus wurden – wie bei Modelltests im Rahmen von Strukturgleichungsanalysen – der Chi-Quadrat-Wert, die Freiheitsgrade, der Signifikanzwert, RSMEA und CFI berücksichtigt.

Freizeitaktivitäten

Die Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation ergab 5 Faktoren: Chi-Quadrat = 244, $df = 100$, $p = .000$, RMSEA = .027, CFI = .973. Nach vorangegangenen Analysen waren die Items 5 (Bücher, Romane lesen), 6 (ins Kino gehen), 23 (Computerspiele spielen) und 24 (Fotografieren, Filmen) wegen gleich hoher oder zu geringer Ladungen in ver-

schiedenen Faktoren aus den weiteren Analysen herausgenommen worden (Tabelle 2).

Faktor I: Am Auto/Motorrad herumbasteln, mit dem Auto/Motorrad herumfahren, Spazieren fahren.

Faktor II: Gesellige, ruhige Aktivitäten: Zusammensein in der Familie, Zeitungen oder Zeitschriften lesen, in ein Restaurant bzw. eine Gaststätte gehen, in ein Café oder eine Eisdielen gehen, Ausflüge machen bzw. Wegfahren.

Faktor III: Musik hören, Filme anschauen, in die Disco gehen, zu Raves gehen, auf

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenladungen				
		P	r_{it}	I	II	III	IV	V
1	Zusammensein mit der Familie	64	.30	-.13	.65	-.13	.06	-.05
2	Musik hören	88	.30	-.16	.20	.54	.10	-.13
3	DVDs/Videos ansehen	67	.29	-.01	.16	.42	.12	-.13
4	Zeitungen, Zeitschriften lesen	40	.38	-.08	.51	.08	.08	.22
5	Bücher, Romane lesen	42						
6	Ins Kino gehen	54						
7	Am Auto/Motorrad herumbasteln	10	.40	.88	-.11	-.04	.02	-.05
8	Mit dem Auto/Motorrad herumfahren, spazieren fahren	22	.40	.77	.14	.08	.03	-.06
9	Sport, Fitness treiben	59	.29	-.08	.03	.02	.63	.06
10	Extremsport, wie z.B. Klettern, Mountainbike fahren, Bungee usw.	5,5	.15	.06	-.13	-.09	.47	.21
11	Museen, Ausstellungen besuchen	8,4	.36	-.04	.09	.06	-.08	.81
12	Sportveranstaltungen besuchen	25	.32	.05	-.01	.02	.81	-.10
13	In die Disco gehen	53	.40	.08	-.07	.71	.01	.05
14	Zu Raves gehen	6,3	.19	.08	-.31	.48	.07	.31
15	In ein Restaurant, eine Gaststätte gehen	36	.38	.28	.47	.12	.11	.29
16	In ein Café, eine Eisdielen gehen	49	.41	-.06	.55	.24	.08	.21
17	Auf Feste, Partys gehen	70	.44	.10	.08	.74	.07	-.03
18	Wandern, Spazierengehen	17	.26	.06	.28	-.23	.15	.50
19	Mit anderen losziehen, etwas unternehmen	71	.34	.03	.21	.48	.14	-.20
20	Rockkonzerte besuchen	19	.31	.08	-.04	.47	.23	.20
21	Ausflüge machen, wegfahren	40	.36	.18	.46	.00	.12	.25
22	Theater, Oper, klassische Konzerte besuchen	6	.39	-.11	.03	-.03	.06	.82
23	Computerspiele spielen	43						
24	Fotografieren, Filmen	25						
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				.82	.75	.79	.66	.79
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				.55	.61	.61	.40	.50
P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe								

Tab. 2: Faktorenstruktur der „Freizeitaktivitäten“-Items

Feste, Partys gehen, mit anderen losziehen und Rockkonzerte besuchen.

Faktor IV: Sport treiben, Fitness, Extremsport betreiben, Sportveranstaltungen besuchen.

Faktor V: Kultur und Natur: Museen oder Ausstellungen besuchen, Wandern oder Spaziergehen und Besuch von Theater, Oper oder klassischen Konzerten.

Musikgeschmack

Die Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation ergab 5 Faktoren: Chi-Quadrat = 73,36 $df = 40$, $p = .001$, RMSEA = .021, CFI = .989. Nach vorangegangenen Analysen waren die Items 3 (Dance, Dancefloor), 15 (Crossover), 16 (Grunge) und 18 (Rhythm

and Blues) wegen gleich hoher oder zu geringer Ladungen in verschiedenen Faktoren aus den weiteren Analysen herausgenommen worden. Aufgrund der JUFA-Ergebnisse (HOLTE, 2012a) wurden die Items 3 (Dance, Dancefloor) und 13 (Rap, Hip-Hop) jeweils als Einzelitem für die Beschreibung der Lebensstilgruppen herangezogen (Tabelle 3).

Einzelitem: Dance, Dancefloor.

Einzelitem: Rap, Hip-Hop.

Faktor I: Hard Rock, Rock, Heavy Metal, Punk Rock.

Faktor II: Pop-Musik: Einzelitem.

Faktor III: Blues, Soul, Funk, Jazz, Klassik.

Faktor IV: Schlager, Volksmusik, Country-Musik, Liedermacher.

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenladungen				
		P	r_{it}	I	II	III	IV	V
1	Schlager	16	.35	.18	-.03	-.04	.88	-.01
2	Pop	67		-.51	-.06	.12	.25	-.03
3	Dance, Dancefloor	39						
4	Klassische Musik	13	.32	.32	-.13	.48	.20	-.05
5	Jazz	11	.39	.34	-.07	.65	-.02	-.04
6	Rock, Hardrock	40	.47	-.12	.98	.03	.02	-.04
7	Heavy Metal	18	.45	.33	.71	-.17	.00	.11
8	Blues	11	.42	.07	.10	.76	.18	-.05
9	Folk	7,2						
10	Soul, Funk	16,3	.25	-.23	.01	.73	-.13	.13
11	Reggae	23						
12	Jungle, Breakbeats	13	.23	-.02	.16	.21	-.12	.44
13	Rap, Hip-Hop	43						
14	Techno, House	38	.33	-.03	-.06	-.09	.00	.88
15	Crossover	7,4						
16	Grunge	5,3						
17	Punk-Rock	16	.40	.20	.61	.15	-.15	.04
18	R'n'B (Rhythm and Blues)	27						
19	Country	7,4	.28	.11	.14	.31	.48	-.12
20	Trance	10	.32	.06	.03	.12	.06	.76
21	Liedermacher	8,9	.28	.17	.01	.36	.46	-.12
22	Volksmusik	3,8	.35	.18	-.04	-.01	.78	-.02
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				/	.83	.78	.79	.72
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				/	.62	.56	.51	.45
P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe								

Tab. 3: Faktorenstruktur der „Musik“-Items

Faktor V: Techno oder House, Trance, Jungle oder Breakbeats.

Filme und Fernsehsendungen

Die Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation ergab 4 Faktoren: Chi-Quadrat = 253,27, $df = 74$, $p = .000$, RMSEA = .035, CFI = .964. Nach vorangegangenen Analysen waren die Items 2 (Krimis, Agentenfilme) und 10 (Musiksender wie Viva, MTV) wegen gleich hoher oder geringer Ladungen in verschiedenen Faktoren aus den zweiten Analysen herausgenommen worden (Tabelle 4).

Faktor I: Actionfilme, Fantasy oder Science-Fiction, Horrorfilme, Zeichentrickfilme oder Animationsfilme, Comedy oder Sitcom.

Faktor II: Sozialkritische Filme, Kultursendungen, Nachrichten, Reportagen.

Faktor III: Fernsehserien, Soaps, Castingshows, Unterhaltung durch Quiz- oder Spielshows, Talkshows, Filmkomödien, Liebesfilme, Doku-Soaps Kochsendungen.

Faktor IV: Sportsendungen: Einzelitem.

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenladungen			
		P	r_{it}	I	II	III	IV
1	Nachrichten, politische Magazine	29	.49	-.13	.73	.00	.24
2	Krimis, Agentenfilme	41					
3	Actionfilme	53	.42	.70	-.10	-.07	.35
4	Fantasy, Science-Fiction	42	.41	.67	-.01	-.03	-.04
5	Horrorfilme	32	.34	.58	-.06	-.08	.03
6	Filmkomödien, Liebesfilme	42	.39	-.06	.15	.51	-.33
7	Sozialkritische Filme	18	.47	.03	.82	-.02	-.10
8	Fernsehserien, Soaps	45	.42	-.02	-.12	.67	-.19
9	Talkshows	14	.25	-.10	.12	.53	.18
10	Musiksender wie Viva, MTV	38	.26				
11	Comedy, Sitcom	46	.29	.52	.08	.18	-.03
12	Zeichentrickfilme, Animationsfilme	21	.26	.55	.17	.10	-.13
13	Castingshows	27	.36	.04	-.34	.64	-.19
14	Kochsendungen	10	.20	-.16	.25	.41	.12
15	Quiz- oder Spielshows	19	.24	-.01	.21	.54	.25
16	Doku-Soaps	21	.29	.17	.17	.47	-.14
17	Sportsendungen	38		.09	-.02	-.01	.76
18	Kultursendungen	10	.42	-.10	.79	-.01	-.04
19	Reportagen	43	.42	.12	.72	.06	.06
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				.69	.85	.75	/
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				.59	.66	.59	/
P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe							

Tab. 4: Faktorenstruktur der Items zu „Präferierte Filme, Fernsehsendungen“

Kleidung als Mittel des Selbstausdrucks

Die Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation ergab 5 Faktoren: Chi-Quadrat = 77,24, $df = 40$, $p = .000$, RMSEA = .022, CFI = .988. Nach vorangegangenen Analysen waren die Items 6 (Wert auf Qualität legen), 7 (unkompliziert sein), 14 (Durchblick haben) und 15 (vor mir Respekt haben) wegen gleich hoher oder niedriger Ladungen in verschiedenen Faktoren aus weiteren Analysen herausgenommen worden (Tabelle 5).

Faktor I: Modebewusst sein: wissen, was man in diesem Jahr trägt, Mode ist nicht egal, sich die neueste Mode leisten und einen guten Geschmack haben.

Faktor II: Sexy und niedlich sein.

Faktor III: Umweltbewusst sein, nicht nur wegen der Kleidung gemocht werden, zurückhaltend sein und konservativ sein.

Faktor IV: Auffallen, Abgrenzen: extreme Einstellungen haben, von anderen abgrenzen verrückter Typ sein.

Faktor V: Sportlicher Typ sein: Einzelitem.

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenladungen				
		P	r_{it}	I	II	III	IV	V
1	ich weiß, was derzeit in Mode ist, was man in diesem Jahr trägt	36	.44	.77	.17	.15	-.05	-.04
2	ich mir die neueste Mode leiste	10	.29	.70	.08	-.07	.26	.00
3	ich einen guten Geschmack habe	58	.38	.48	.28	.06	-.10	.09
4	ich ganz schön sexy bin	18	.18	.18	.74	-.04	.02	-.04
5	Bin eher zurückhaltend	13	.33	-.01	-.38	.60	.01	-.07
6	ich bei Kleidung Wert auf Qualität lege	34						
7	ich unkompliziert bin	49						
8	ich konservativ bin	4,1	.19	.20	-.15	.55	.12	-.05
9	ich ein sportlicher Typ bin	46		.01	-.10	.10	-.03	.79
10	ich cool bin	30		.08	.38	-.11	.22	.32
11	ich mich von anderen abgrenzen möchte	12	.29	.04	.14	.16	.60	-.09
12	ich ein verrückter Typ bin	11	.27	-.17	.36	-.02	.55	.11
13	mir Mode egal ist	15	.36	-.77	-.02	.20	.11	-.02
14	ich den Durchblick habe, weiß, wo es langgeht	19						
15	man vor mir Respekt haben soll	13						
16	bin niedlich, zum Liebhaben	7,5	.18	.06	.46	.22	.00	-.11
17	man mich als Person mögen soll und nicht wegen meiner Kleidung	42	.33	-.22	-.07	.66	-.05	.02
18	ich extrem bin, extreme Einstellungen habe	3,5	.31	.01	-.08	-.04	.93	-.03
19	ich umweltbewusst bin	13	.31	.00	.18	.77	-.04	.09
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				.88	.56	.74	.76	/
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				.58	.29	.48	.44	/
P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe								

Tab. 5: Faktorenstruktur der Items zu „Kleidung als Mittel des Selbstausdrucks“

Gruppenaffinität

Die Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation ergab 7 Faktoren: Chi-Quadrat = 193, $df = 84$, $p = .000$, RMSEA = .026, CFI = .99. Nach vorangegangenen Analysen waren die Items 1 (Fußballfans), 4 (Technofans), 5 (Raver), 14 (Lesben und Schwule) und 24 (Indie-Fans) wegen gleich hoher oder geringerer Ladungen in verschiedenen Faktoren aus den weiteren Analysen herausgenommen worden (Tabelle 6).

Faktor I: National gesinnte Gruppen, Skinheads.

Faktor II: Rocker, Heavy-Hardrock-Fans, Heavy-Metal-Fans, Punks, Gothic.

Faktor III: Hip-Hopper, Rapper.

Faktor IV: Autonome, Antifa, Graffiti-Sprayer.

Faktor V: Lan-Gaming, Rollenspieler, Anime/Manga.

Faktor VI: Skateboarding, Sportkletterer.

Faktor VII: Umweltschützer, religiös orientierte Gruppen, Veganer, Globalisierungskritiker.

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenladungen							
		P	r_{it}	I	II	III	IV	V	VI	VII	
1	Fußballfans	68									
2	National gesinnte Gruppen	17	.18	.76	.02	-.02	-.02	.03	-.01	.04	
3	Discofans	74		.06	.12	.32	-.16	-.08	.18	-.07	
4	Technofans	52									
5	Raver	34									
6	Punks	22	.47	-.07	.56	.03	.38	.00	.00	.03	
7	Rocker	38	.53	.15	.83	-.02	.03	.02	.08	-.05	
8	Skinheads	4,3	.18	.47	.28	.09	.31	.06	-.16	-.15	
9	Umweltschützer	80	.28	-.19	.03	.02	.08	-.01	.31	.52	
10	Heavy-Metal-, Heavy-Hardrock-Fans	41	.50	-.03	.76	.04	-.05	.09	.07	.02	
11	Autonome	19	.36	.14	.03	-.04	.69	.05	.09	.03	
12	Rapper	49	.69	.01	.02	.90	.00	.08	.06	-.05	
13	Hip-Hopper	51	.69	.00	-.02	.97	.01	-.05	.00	.05	
14	Lesben, Schwule	50									
15	Antifa	21	.27	-.09	.05	.00	.58	.06	-.13	.26	
16	Globalisierungskritiker	35	.24	-.07	-.04	-.08	.35	.12	.03	.37	
17	Gothic	17	.39	-.09	.50	.11	.04	.25	-.19	.29	
18	LAN-Gaming	24	.37	.02	.01	-.02	.00	.77	.05	-.18	
19	Rollenspieler	28	.41	.05	.01	-.05	.02	.70	.13	.10	
20	Skateboarding	68	.42	-.08	.04	.23	.13	.05	.67	.02	
21	Sportkletterer	70	.42	.02	.07	-.02	-.04	.08	.78	.09	
22	Veganer	35	.32	-.03	.14	-.04	.14	-.08	.24	.49	
23	Graffiti-Sprayer	30	.26	-.05	.00	.25	.53	.10	.14	-.21	
24	Indie-Fans	35									
25	Anime/Manga	22	.32	.03	.08	.17	.09	.52	-.17	.23	
26	Religiös orientierte Gruppen	27	.20	.37	-.15	.07	-.05	.03	.16	.52	
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				.61	.84	.94	.67	.73	.77	.65	
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				.26	.69	.82	.47	.56	.59	.46	
P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe											

Tab. 6: Faktorenstruktur der Items zur „Gruppenaffinität“

Werthaltungen

Eine Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation ergab 4 Faktoren, die zusammen 48,85 % der Gesamtvarianz erklären (Tabelle 7). Diese 4 Faktoren entsprechen den 4 Wertetypen höherer Ordnung, die in einer kreisförmigen Anordnung (Circumplexmodell) der zehn Werte zwei Dimensionen bilden (SCHWARTZ, 1992). Bei den für diese Analyse verwendeten Variablen sind die fehlenden Werte noch nicht ersetzt.

- I. Selbstüberwindung: Items 1, 3, 8, 12, 18 und 19,
- II. Selbststärkung: Items 2, 4, 13 und 17,
- III. Offenheit für Wandel: Items 6, 10, 11, 15 und 21,
- IV. Bewahrung des Bestehenden: Items 5, 7, 9, 14, 16 und 20.

Für die weiteren Analysen wurden jedoch nicht diese vier Faktoren verwendet, sondern die von SCHWARTZ angegebenen 10 Werte, die jeweils als Summe aus 2 definierten Items (in einem Fall 3 Items) gebildet wurden:

- (1) Selbstbestimmung: Items 1 und 11,
- (2) Stimulation: Items 6 und 15,
- (3) Hedonismus: Items 10 und 21,
- (4) Leistung: Items 4 und 13,
- (5) Macht: Items 2 und 17,
- (6) Sicherheit: Items 5 und 14,
- (7) Konformität: Items 7 und 16,
- (8) Tradition: Items 9 und 20,
- (9) Prosozialität: Items 12 und 18,
- (10) Universalismus: Items 3, 8 und 19.

Nr.	Items	Itemgüte				Faktorenladungen			
		M	S	P	r_{it}	I	II	III	IV
1	Es ist ihm/ihr wichtig, neue Ideen zu entwickeln und kreativ zu sein.	2,84	1,08	71	.26	-.19	.01	.56	31
2	Es ist ihm/ihr wichtig, reich zu sein.	1,90	1,21	48	.45	.02	.18	-.25	.65
3	Er/Sie hält es für wichtig, dass alle Menschen auf der Welt gleich behandelt werden.	3,05	1,01	76	.47	.13	.02	.64	-.10
4	Es ist ihm/ihr wichtig, seine/ihre Fähigkeiten zu zeigen.	2,43	1,05	61	.55	.03	.16	.07	.74
5	Es ist ihm/ihr wichtig, in einem sicheren Umfeld zu leben.	2,40	1,12	60	.50	.67	-.13	.16	.05
6	Er/Sie mag Überraschungen und hält Ausschau nach neuen Aktivitäten	2,63	1,07	66	.51	-.15	.63	.20	.14
7	Er/Sie glaubt, dass die Menschen tun sollten, was man ihnen sagt (immer an Regeln halten).	1,51	1,11	38	.47	.65	-.15	.05	.14
8	Es ist ihm/Ihr wichtig, Menschen zuzuhören, die anders sind als er/sie.	2,64	1,04	66	.52	.25	.02	.66	-.21
9	Es ist ihm/ihr wichtig, zurückhaltend und bescheiden zu sein.	2,00	1,15	50	.40	.53	-.15	.22	-.42
10	Es ist ihm/ihr wichtig, Spaß zu haben.	3,07	0,97	77	.59	-.01	.78	-.04	.13
11	Es ist ihm/ihr wichtig, selbst zu entscheiden, was er/sie tut.	3,35	0,85	84	.35	-.12	.49	.25	.15
12	Es ist ihm/ihr sehr wichtig, den Menschen um ihn/sie herum zu helfen.	2,81	0,93	70	.50	.33	.11	.61	-.12
13	Es ist ihm/ihr wichtig, sehr erfolgreich zu sein.	2,69	1,00	67	.54	.20	.17	.11	.71
14	Es ist ihm/ihr wichtig, dass der Staat seine/ihre persönliche Sicherheit vor allen Bedrohungen gewährleistet.	2,39	1,13	60	.35	.56	.18	.16	.10
15	Er/Sie sucht das Abenteuer und geht gern Risiken ein.	1,98	1,22	50	.57	-.28	.64	-.03	.26
16	Es ist ihm/ihr wichtig, sich jederzeit korrekt zu verhalten.	1,97	1,10	49	.53	.71	-.15	.07	.08
17	Es ist ihm/ihr wichtig, dass andere ihn/sie respektieren.	2,08	1,13	52	.44	.15	.11	-.06	.64
18	Es ist ihm/ihr wichtig, seinen/ihren Freunden gegenüber loyal zu sein.	3,40	0,78	85	.43	.12	.13	.59	.00
19	Er/Sie ist fest davon überzeugt, dass die Menschen sich um die Natur kümmern sollten (Umweltschutz).	2,59	1,13	65	.42	.22	-.21	.59	.03
20	Tradition ist ihm/ihr wichtig.	1,84	1,26	46	.39	.48	-.16	.20	.06
21	Er lässt keine Gelegenheit aus, Spaß zu haben.	2,66	1,08	67	.60	-.01	.80	-.19	.09
Reliabilität (Crombachs Alpha)						.71	.75	.70*	.70
* Ohne Item Nr. 1: Cronbachs Alpha = .71									

Tab. 7: Faktorenstruktur der Items zu „Werte“

4.5.2.2 Einstellung zur Geschwindigkeit

Eine Faktorenanalyse mit obliminer Rotation ergab 2 Faktoren, die zusammen 55,6 % (im Projekt JUFA waren es 54,3 %) der Gesamtvarianz erklären (Tabelle 8). Bei den für diese Analyse verwendeten Variablen sind die fehlenden Werte noch nicht ersetzt.

Faktor I: Affektive Einstellungskomponente: Cronbachs Alpha beträgt .89 (im JUFA-Projekt .88). Die durchschnittliche Inter-Item-Korrelation für die 15 Items umfassende Gesamtskala beträgt .51 (im JUFA-Projekt .48).

Faktor II: Verhaltensbezogene Einstellungskomponente: Dieser Faktor wird als „berichtetes Verhalten“ bezeichnet. Cronbachs Alpha beträgt .84 (im JUFA-Projekt .81). Die durchschnittliche Inter-Item-Korrelation beträgt .42 (im JUFA-Projekt .39).

Das Cronbachs Alpha für die 15 Items umfassende Gesamtskala beträgt .92 (im JUFA-Projekt .91). Die durchschnittliche Inter-Item-Korrelation beträgt .42 (im JUFA-Projekt .40).

4.5.2.3 Handlungskompetenzerwartung

Eine Faktorenanalyse mit obliminer Rotation ergab 3 Faktoren, die 52,7 % (im JUFA-Projekt 53,6 %) der Gesamtvarianz erklären (Tabelle 9). Bei den für diese Analyse verwendeten Variablen sind die fehlenden Werte noch nicht ersetzt.

Faktor I: Erwartete Kompetenz bei passiver Gefährdung: rechtzeitiges Reagieren und Ausdauer.

Faktor II: Erwartete Kompetenz bei aktiver Gefährdung: riskanter Fahrstil und Beeinträchtigung.

Faktor III: Erwartete Kompetenz bei gefährlichen inneren und äußeren Einflüssen: Ablenkung und Stress.

Die Gesamtskala hat mit .92 eine hohe interne Konsistenz (im JUFA-Projekt .91) und erfasst die Handlungskompetenzerwartung in riskanten und schwierigen Verkehrssituationen. Die mittlere Inter-Item-Korrelation für die Gesamtskala mit

Nr.	Items	Itemgüte				Faktorenladungen	
		M	S	P	r_{it}	I	II
1	Beim Autofahren will ich etwas erleben.	1,08	0,87	36	.68	.76	.40
2	Es ist ein gutes Gefühl, andere abzuhängen.	1,08	0,94	36	.74	.81	.55
3*	Ich bin ein ruhiger, zurückhaltender Fahrer.	1,27	0,88	42	.66	.55	.77
4	Ich lasse mich gerne auf Wettfahrten ein.	0,45	0,72	15	.67	.76	.40
5	Ich überhole langsamere Fahrzeuge, auch wenn es stärkeren Gegenverkehr gibt.	0,61	0,76	20	.53	.64	.34
6	Beim Autofahren kann ich mich gut abreagieren.	0,95	0,91	32	.59	.67	.45
7*	Ich fahre lieber zu langsam als zu schnell.	1,76	0,92	59	.64	.46	.78
8	Es ist ein gutes Gefühl, beim Beschleunigen den Motor hochzudrehen.	1,21	1,00	40	.71	.78	.52
9	Auf schwierigen Strecken, z. B. auf kurvigen Landstraßen, zeige ich anderen gerne, wie man so etwas fährt.	0,75	0,84	25	.76	.84	.45
10	Kurvige Landstraßen haben für mich einen sportlichen Reiz.	1,09	0,98	36	.71	.78	.50
11	Ich fahre häufig schneller als erlaubt ist.	1,26	0,88	42	.68	.56	.79
12	Wenn ich spät dran bin, fahre ich schon mal riskant.	1,80	0,84	60	.65	.48	.78
13*	Ich fahre nur ungern auf der Autobahn.	2,29	0,88	76	.36	.21	.54
14	Auf der Autobahn fahre ich häufig auf der linken Spur.	1,39	0,90	46	.60	.61	.65
15	Auch bei starkem Verkehr versuche ich, zügig mein Ziel zu erreichen.	1,63	0,86	54	.54	.54	.62
Reliabilität (Cronbachs Alpha)						.89	.84
Reliabilität (Cronbachs Alpha) für die Gesamtskala						.92	
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit							
r_{it} = Trennschärfe							
* = umgepolte Items							

Tab. 8: Faktorenstruktur der Items zur „Einstellung zur Geschwindigkeit“

allen 20 Items beträgt .35 (im JUFA-Projekt .36). Die Gesamtskala ist nach dem Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest normalverteilt ($p = .57$; im JUFA-Projekt $p = .147$; in einer repräsentativen Befragung der BAST-Studie zur Evaluation der Kampagne „Runter vom Gas!“, nach eigenen Berechnungen $p = .201$). Ein hoher Wert der Skala bedeutet eine starke Ausprägung der Handlungskompetenzerwartung, ein niedriger Wert eine geringe Ausprägung.

Die Gesamtskala korreliert nicht mit dem Alter ($.05$; im JUFA-Projekt $.01$).

In der Publikation zum JUFA-Projekt sind für die Itemanalyse zur Handlungskompetenzerwartung die nicht-umgepolten Variablen verwendet worden. Dort bedeutet ein hoher Wert eine geringe Ausprägung der Handlungskompetenzerwartung (siehe Tabelle 13, S. 80 bei HOLTE, 2012a). Um die Ergebnisse der vorliegenden RISCO-Studie mit den Ergebnissen der JUFA-Studie vergleichen zu können, werden in Kapitel 6.4 die Ergebnisse der Itemanalyse der JUFA-Studie mit den umgepolten Variablen aufgeführt. Für die Bildung eines Gesamtscores zur Anwendung in multivariaten Analysen wurden in der JUFA-Studie jedoch die nicht-umgepolten Variablen verwendet.

Nr.	Items	Itemgüte				Faktorenladungen		
		M	S	P	r_{it}	I	II	III
1	Beim Überholen auf der Autobahn rechtzeitig reagieren, wenn jemand plötzlich von der rechten Spur auf die linke abbiegt .	3,84	1,11	77	.44	.62	-.22	.29
2	Nach einer nächtlichen Feier oder einem Discobesuch übermüdet nach Hause fahren.	2,39	1,54	48	.54	.29	-.62	.48
3	Sportlich, schnell durch eine scharfe Kurve fahren.	2,62	1,50	52	.67	.52	-.73	.36
4	Wenn gut gelaunte Freunde mitfahren.	4,13	1,03	83	.43	.39	-.15	.72
5	Beim Autofahren über ein persönliches Problem nachdenken.	3,38	1,29	68	.43	.20	-.32	.76
6	Auf einer dicht befahrenen Landstraße überholen.	2,10	1,47	42	.60	.41	-.65	.47
7	Wenn ich unter hohem Zeitdruck schnell mein Ziel erreichen muss.	3,23	1,31	65	.64	.53	-.51	.62
8	Autofahren, nachdem ich knapp einen Liter Bier oder einen halben Liter Wein getrunken habe.	0,94	1,38	19	.54	.31	-.77	.19
9	Wenn ich 500 Kilometer am Stück fahre.	2,70	1,69	54	.64	.75	-.43	.37
10	Wenn ich in einer fremden Großstadt ohne Navigationssystem ein bestimmtes Ziel suche (z. B. die Wohnung eines Freundes).	2,63	1,48	53	.43	.66	-.23	.17
11	Lange mit hoher Geschwindigkeit auf der Autobahn fahren.	3,21	1,48	64	.69	.75	-.46	.50
12	Bei lauter Musik Auto fahren.	3,74	1,32	75	.57	.42	-.43	.71
13	Mit anderen auf einer freien Strecke ein Wettrennen machen.	1,44	1,63	29	.66	.51	-.79	.24
14	Wenn bei Dunkelheit plötzlich ein Reh eine Landstraße überquert.	2,31	1,35	46	.49	.66	-.36	.13
15	Wenn ich mich darüber ärgere, weil der Fahrer vor mir die Überholspur auf der Autobahn nicht freimacht.	3,41	1,36	68	.53	.54	-.36	.52
16	Wenn es darum geht, trotz geringem Abstand zum Vorausfahenden im Notfall rechtzeitig zu bremsen.	3,06	1,33	61	.53	.59	-.42	.31
17	Mit Höchstgeschwindigkeit auf einer Rennstrecke fahren.	1,93	1,73	39	.68	.64	-.70	.21
18	Fünf Stunden lang Auto fahren, ohne Pause zu machen.	2,38	1,70	48	.64	.71	-.50	.34
19	Noch schnell reagieren können, wenn ich starke Medikamente genommen habe.	0,93	1,18	19	.54	.35	-.73	.17
20	Ohne Freisprechanlage beim Fahren mit dem Handy telefonieren.	2,34	1,59	47	.57	.31	-.67	.48
Reliabilität (Cronbachs Alpha)						.83	.86	.73
Reliabilität (Cronbachs Alpha) für die Gesamtskala						.92		
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe;								
* Die Trennschärfekoeffizienten beziehen sich auf die Gesamtskala								

Tab. 9: Faktorenstruktur der Items zur „Handlungskompetenzerwartung“

4.5.2.4 Einstellung zum Auto und Autofahren

Eine Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation ergab drei Faktoren, die zusammen 56,7 % der Gesamtvarianz erklären (Tabelle 10). Das Item 18 (In einer Stadt kann ich gut aufs Auto verzichten) wurde aufgrund von Doppelladungen und einer niedrigen Kommunalität aus der finalen Faktorenlösung ausgeschlossen.

Faktor I: Positiv-emotionale Beziehung zum Auto
Die durchschnittliche Inter-Item-Korrelation beträgt .45. Dieser Faktor bildet die

affektive Dimension der Einstellung zum Auto und Autofahren ab. Diese affektive Dimension spiegelt eine positiv-emotionale Beziehung zum Auto und zum Autofahren wider: Das Auto ist ein wichtiges identitätsstiftendes Element und bedeutet in erster Linie Spaß.

Faktor II: Pragmatisch-rationale Bindung an das Auto

Die durchschnittliche Inter-Item-Korrelation beträgt .49. Dieser Faktor stellt die

Nr.	Items	Itemgüte				Faktorenladungen		
		M	S	P	r_{it}	I	II	III
1	Auto nur interessant, um von einem Ort zum anderen zu kommen	1,69	1,03	57	.56	-.63	-.18	.01
2	Mag es, wenn mein Auto meinem Lebensgefühl entspricht	1,61	0,98	54	.62	.67	.23	-.00
3	Kann mich für Autos richtig begeistern, unheimlich interessant	1,17	1,03	39	.69	.74	.20	.05
4	Lege Wert darauf, Ausstattung des Autos individuell	1,25	0,98	42	.65	.70	.18	.06
5	Mag Autos, die ausgefallen sind	1,45	1,04	51	.59	.69	.10	-.00
6	Telefoniere beim Autofahren häufiger ohne Freisprecheinrichtung	0,77	0,95	25	.53	.12	.24	.79
7	Macht mir Spaß, auffälliges Auto zu fahren	1,18	1,03	40	.72	.72	.24	.15
8	Für ein schönes Auto bin ich bereit, auf vieles zu verzichten	0,96	0,93	33	.69	.70	.19	.22
9	Wichtig, dass Auto meinem Beruf, Status entspricht	0,99	0,93	33	.58	.57	.19	.28
10	Auto ist wie Visitenkarte	1,23	1,01	42	.66	.70	.11	.18
11	Gutes Gefühl, andere mit einem schicken Auto zu beeindrucken	1,17	1,01	41	.74	.76	.14	.22
12	Ich fahre gern Auto	2,19	1,00	74	.54	.27	.64	.10
13	Zeige mit meinem Auto gern, was ich am Steuer kann	0,65	0,81	23	.60	.56	.14	.43
14	Um ausreichend mobil zu sein, brauche ich kein Auto	1,10	1,03	40	.60	-.15	-.77	.01
15	Alltägliche Dinge kann ich am besten mit dem Auto erledigen	1,90	1,04	63	.70	.12	.82	.14
16	Unabhängig sein kann ich nur mit einem Auto	1,70	1,07	56	.64	.21	.75	.13
17	Auto hilft, sich Ansehen, Respekt zu verschaffen	0,92	0,91	32	.58	.59	.08	.29
18	In einer größeren Stadt kann ich gut aufs Auto verzichten	1,92	0,95	/	/	/	/	/
19	Checke beim Autofahren häufiger E-Mails	0,53	0,81	17	.53	.18	.08	.83
20	Kann mir ein Leben ohne Auto nicht vorstellen	1,63	1,13	54	.66	.21	.75	.19
Reliabilität (Cronbachs Alpha)						.91	.83	.69
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe;								

Tab. 10: Faktorenstruktur der Items zur Einstellung zum Auto und Autofahren

kognitive Dimension der Einstellung zum Auto und Autofahren dar und steht vor allem für eine pragmatisch-rationale Bindung an das Auto. Das Auto ist im Alltag ein wichtiges Transport- und Fortbewegungsmittel, um die eigene Mobilität und damit auch Unabhängigkeit zu gewährleisten.

Faktor III: Kommunikative Nebentätigkeiten beim Autofahren

Die Inter-Item-Korrelation beträgt .53. Bei diesem Faktor handelt es sich nicht um eine Einstellung im engeren Sinn; die Items erfassen vielmehr ein Verhalten beim Autofahren. Konkret bildet der Faktor ab, inwieweit kommunikativen Nebentätigkeiten – Telefonieren und E-Mails checken – beim Autofahren nachgegangen wird.

4.5.2.5 Erwartete soziale Konsequenzen hinsichtlich des eigenen Fahrstils

Die erwarteten sozialen Konsequenzen wurden über fünf Items erfasst. Die Items wurden so gedreht, dass sie für positive soziale Konsequenzen bei schnellem Fahren stehen. Eine Faktorenanalyse mit obliminer Rotation ergab 2 Faktoren, die 61 % der Gesamtvarianz erklären. Die Korrelation der beiden Faktoren beträgt .45 (Tabelle 11).

Faktor I: Eigener Fahrstil.

Faktor II: Begeisterung durch Freunde und Bekannte für Aktivitäten im Allgemeinen: Einzelitem.

Die erwarteten sozialen Konsequenzen wurden über fünf Items erfasst (Tabelle 2). Die Faktorenanalyse mit obliminer Rotation ergab einen Faktor, der 47 % der Gesamtvarianz erklärt. Der Test auf interne Konsistenz belegt, dass die Skala reliabel ist (Cronbachs Alpha = .69). Es wurde ein Summenindex gebildet.

4.5.2.6 Wahrgenommene Gemeinsamkeiten mit Freunden

Eine Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation (MPlus) ergab mit 3 Faktoren: $\chi^2 = 65,921$; $df = 33$; $p = .001$; RMSEA = .022; CFI = .986. Die Items 8 (Wie häufig wir was riskieren) und 13 (Wie rücksichtsvoll wir fahren) werden in später erfolgenden Analysen als Einzelitems verwendet (Tabelle 12).

Faktor I: Lebensstil (Geschmack, Vorlieben).

Faktor II: Bedeutung des Autos und Fahrstil.

Faktor III: Wichtigkeiten im Leben: Einzelitem.

4.5.2.7 APP-Nutzung

Eine Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation (MPlus) ergab 2 Faktoren: $\chi^2 = 202,735$; $df = 64$; $p = .000$; RMSEA = .033; CFI = .994. Diese beiden Faktoren korrelieren mit .71 sehr hoch, sodass die Verwendung eines Gesamtfaktors „App-Nutzung“ möglich ist (Tabelle 13).

Faktor I: Unterhaltung.

Faktor II: Information.

Nr.	Items	Itemgüte			
		M	S	P	r_{it}
1*	Freunde würden kritisieren, wenn ich zu schnell fahre	1,30	0,94	57	.35
2	Für rasanten Fahrstil bekomme ich Anerkennung	0,56	0,76	19	.4
3	Mit manchen Freunden würde ich gerne mal in einem schnellen Auto richtig heizen	1,07	1,05	60	.37
4*	Freunde würden nicht zu mir ins Auto steigen, wenn ich ständig rasen würde	1,23	1,03	36	.52
5*	Als Raser hätte ich im Freundeskreis einen schweren Stand	1,38	0,98	54	.58
Reliabilität (Cronbachs Alpha)		.69			
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit; r_{it} = Trennschärfe					
* = umgepoltes Item					

Tab. 11: Skalenanalyse für die Items zu den erwarteten sozialen Konsequenzen

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenloadungen		
		P	r _{it}	I	II	III
1	Bei Freizeitaktivitäten, was wir gerne in der Freizeit machen.	87	.19	.44	-.08	.05
2	Was gute Musik ist.	61	.34	.71	.07	-.03
3	Welche Filme gut sind.	60	.29	.54	-.03	.05
4	Welche Kleidung wir tragen.	43	.26	.51	-.07	.09
5	Wie sicher wir Auto fahren.	12	.37	-.09	.62	.36
6	Was uns im Leben wichtig ist.	49		.04	-.15	.78
7	Wie wir politische denken.	20		.05	-.03	.47
8	Wie häufig wir was riskieren.	14		.21	.35	.14
9	Wie sportlich wir Auto fahren.	8	.44	.05	.85	-.03
10	Welches Auto wir gerne fahren würden.	24	.38	.21	.61	-.02
11	Wie wichtig uns Autos sind.	14	.47	.10	.77	.06
12	Wofür wir uns interessieren.	73				
13	Wie rücksichtsvoll wir Auto fahren.	7		-.04	.44	.45
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				.63	.86	/
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				.46	.62	/

Tab. 12: Faktorenstruktur der Items zu „Gemeinsamkeiten mit Freunden“ für die Gesamtstichprobe

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenloadungen	
		P	r _{it}	I	II
1	Soziale Netzwerke	50	.69	.72	.31
2	Spiele	40	.63	.69	.21
3	Instant-Messenger, SMS-Programme	36	.58	.39	.56
4	Nachrichten und Wetter	26	.58	-.06	.92
5	Videoportale	36	.67	.78	.14
6	Musik-Apps	30	.61	.85	-.02
7	Navigation und rund ums Auto	22	.52	.05	.71
8	Shopping	17	.40	.50	.20
9	Sportinfo-Apps	15	.33	.37	.72
10	Infos zu Bus und Bahn	21	.50	.24	.59
11	Foto-Apps	13	.42	.51	.27
12	TV-Apps	10	/	.36	.44
13	Radio-Apps	11	/	.32	.41
14	Apps zur Sicherung und zum Austausch von Daten	8	.34	.14	.53
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				.92	.86
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				.81	.74

Tab. 13: Faktorenstruktur der Items zur „App-Nutzung“

4.5.2.8 Gesprächsthemen zu „Auto“ und „Autofahren“ mit Freunden

Eine Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation (MPlus) ergab 6 Faktoren: $\chi^2 = 69,233$; $df = 49$; $p = .03$; RMSEA = .014; CFI = .998. Das Item 3 (Auto-Tuning) wurde aufgrund von Doppelladungen aus der finalen Faktorenlösung ausgeschlossen (Tabelle 14).

Faktor I: Neue Auto-Modelle, Autorennen, Formel 1, Ausstattung Autos.

Faktor II: Fahrspaß durch rasantes Fahren und Strecken, auf denen man besonders schnell fahren kann.

Faktor III: Staus und Baustellen, Blitzer und Geschwindigkeitskontrollen.

Faktor IV: Autokauf und Autoverkauf, Spritpreise, Reparaturen und Reparaturkosten.

Faktor V: Eigene Unfälle, Unfälle von anderen und Unfallberichte aus den Medien. Aus inhaltlichen Gründen wird das Item „Wer beim nächsten Partybesuch fährt“ aus dem Faktor V herausgenommen und in späteren Analysen als Einzel-Item verwendet.

Faktor VI: Gefährlichkeit bestimmter Strecken, die aggressive Fahrweise anderer und Kampagnen zur Verkehrssicherheit.

4.5.2.9 Reizbarkeit, Erlebnishunger und Normlosigkeit

Zur Beschreibung der im Zusammenhang mit dem Risikoverhalten relevanten Persönlichkeitsstruktur wurden die Skalen zur „Reizbarkeit“ und „Erlebnishunger“ aus dem NEO-Persönlichkeitsinventar nach COSTA und McCRAE (1992; NEO-PI-R) genutzt. Außerdem wurde die „Normlosigkeit“ (KOHN

Nr.	Items	Itemgüte		Faktorenladungen					
		P	r_{it}	I	II	III	IV	V	VI
1	Neue Automodelle	44	.51	.83	.04	-.01	.11	-.02	.01
2	Autorennen, Formel 1	22	.35	.65	.08	.04	-.11	.01	-.08
3	Auto-Tuning	18	/						
4	Fahrspaß durch rasantes Fahren	12	.45	.10	.82	-.03	.05	.03	-.01
5	Strecken, auf denen man besonders schnell fahren kann	11	.45	.18	.68	.07	-.01	.10	.09
6	Autokauf, Autoverkauf	44	.47	.17	.00	-.03	.70	.07	.03
7	Ausstattung des Autos	42	.43	.47	.16	.02	.29	.11	.02
8	Staus und Baustellen	22	.45	-.01	-.16	.81	.03	.03	.10
9	Blitzer und Geschwindigkeitskontrollen	35	.45	.05	.20	.76	.11	.07	-.07
10	Wer beim nächsten Partybesuch fährt	42	.28	-.11	.16	.05	.14	.47	-.05
11	Eigene Unfälle oder Unfälle von Leuten, die wir kennen	37	.37	-.01	-.01	.00	-.01	.81	.01
12	Unfälle, über die man was aus den Medien mitbekommen hat	26	.26	.19	-.23	.16	-.08	.41	.26
13	Spritpreise	60	.48	-.05	-.03	.36	.54	.13	.11
14	Führerscheinverlust	17	/	-.02	.32	-.01	.14	.40	.07
15	Reparaturen und Reparaturkosten	35	.51	.10	.08	.23	.57	.03	.07
16	Gefährlichkeit bestimmter Strecken	13	/	.02	.38	.14	-.02	.00	.62
17	Die aggressive Fahrweise anderer	28	.18	-.04	-.08	-.06	.12	.07	.83
18	Kampagnen zur Verkehrssicherheit	5	.18	.04	.03	.20	-.18	.05	.49
Reliabilität (standardisiertes Cronbachs Alpha mit tetrachorischen Korrelationen)				.78	.85	.82	.84	.65	.74
Reliabilität (Kuder-Richardson-Formel)				.62	.62	.62	.68	.48	.46

Tab. 14: Faktorenstruktur der Items zum Gesprächsthema „Auto und Autofahren“

& SCHOOLER, 1983) der jungen Fahrer und Fahrerinnen erhoben.

Reizbarkeit

Die Skalenanalyse ergibt keine ausreichende interne Konsistenz für die ursprünglich acht Items umfassende Skala. Nach dem Ausschluss des Items „Man hält mich für leicht reizbar, leicht erregbar“ steigt die Reliabilität von Cronbachs Alpha = .59 auf .69 und ist damit ausreichend (Tabelle 15).

Erlebnishunger

Die acht Items umfassende Skala erzielt eine Reliabilität von Cronbachs Alpha = .69 (Tabelle 16).

Normlosigkeit

Zu Erfassung der „Normlosigkeit“ wurde eine Skala aus 3 Items gebildet, die ein Cronbachs Alpha von .67 aufweist. Das Item „Ich halte manche Dinge für falsch, obwohl sie legal sind“ wurde zugunsten der Reliabilität ausgeschlossen (Tabelle 17).

4.5.2.10 Gruppenattraktivität

Die Gruppenattraktivität wurde über drei Items erfasst, die auf einen gemeinsamen Faktor laden (erklärte Varianz = 59,3 %) und nach Cronbachs Alpha eine Reliabilität von .65 haben (Tabelle 18). Die Skala wird als ausreichend reliabel angesehen; es wurde ein Summenindex gebildet.

Nr.	Items	Itemgüte			
		M	S	P	r _{it}
1		2,06	1,21	52	.4
2*		1,30	1,09	68	.39
3		1,38	1,21	35	.48
4		2,06	1,36	/	/
5		1,47	1,16	37	.24
6*		1,49	1,12	63	.37
7		1,60	1,10	40	.38
8		1,52	1,15	38	.51
Reliabilität (Cronbachs Alpha)		.69			
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit; r _{it} = Trennschärfe * = umgepolte Items					

Tab. 15: Skalenanalyse für die Items zur „Reizbarkeit“

Nr.	Items	Itemgüte			
		M	S	P	r _{it}
09		2,14	1,17	53	.4
10*		2,61	1,39	35	.34
11		2,22	1,32	47	.52
12		1,65	1,44	41	.22
13		2,38	1,12	55	.4
14		1,77	1,40	59	.52
15		1,95	1,21	44	.34
16		2,22	1,32	49	.32
Reliabilität (Cronbachs Alpha)		.69			
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit; r _{it} = Trennschärfe * = umgepolte Items					

Tab. 16: Skalenanalyse für die Items zum „Erlebnishunger“

Nr.	Items	Itemgüte			
		M	S	P	r _{it}
17	Finde es in Ordnung zu tun, was man möchte, solange man keine Schwierigkeiten bekommt	2,87	1,09	72	.41
18	Okay, sich in rechtlicher Grauzone zu bewegen, solange man nicht wirklich gegen Gesetze verstößt	2,03	1,23	51	.58
19	Wenn etwas funktioniert, ist es nicht wichtig, ob es richtig oder falsch ist	1,92	1,16	48	.48
20	Halte manche Dinge für falsch, obwohl sie legal sind	2,40	1,20	/	/
Reliabilität (Cronbachs Alpha)		.67			
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit; r _{it} = Trennschärfe					

Tab. 17: Skalenganalyse für die Items zur „Normlosigkeit“

Nr.	Items	Itemgüte			
		M	S	P	r _{it}
1	Kann mich auf die meisten meiner Freunde und Bekannten voll und ganz verlassen	3,35	0,83	84	.42
2	Viele Freunde, Bekannte können mich für ihre Aktivitäten begeistern	2,95	0,87	74	.55
3	Viele Freunde, Bekannte sind mir ein Vorbild	2,27	1,04	74	.42
Reliabilität (Cronbachs Alpha)		.65			
M = Mittelwert; S = Standardabweichung; P = Itemschwierigkeit; r _{it} = Trennschärfe					

Tab. 18: Skalenganalyse für die Items zur „Gruppenattraktivität“

4.5.3 Aggregation durch Indexbildung: Sozioökonomischer Status

Der sozioökonomische Status wird wie in der JUFA-Studie (HOLTE, 2012a) durch das Einkommen und die Schulbildung definiert (Tabelle 19). Hierzu werden für das Haushaltsnettoeinkommen vier Gruppen und für die Schulbildung drei Gruppen gebildet. Die daraus resultierenden 12 Kombinationen dieser beiden Merkmale werden zu sechs unterschiedlichen Kategorien des sozioökonomischen Status verdichtet. Je höher die Zahl in Tabelle 19, desto höher der sozioökonomische Status.

Nach diesem Index haben 17,7 % der Befragten einen niedrigen, 44 % einen mittleren und 35 % einen hohen sozioökonomischen Status.

4.5.4 Profile junger Fahrerinnen und Fahrer

Die Bildung von Profilen erfolgt mit Hilfe einer Clusteranalyse von Lebensstilmerkmalen der 15- bis 24-Jährigen. Im nächsten Schritt werden die auf diese Weise ermittelten Cluster (Lebensstilgruppen) durch soziodemografische, verkehrsdemografische und psychologische Merkmale umfas-

Haushaltsnettoeinkommen in €	Schulbildung		
	niedrige ¹	mittlere ²	höhere ³
Unter 1.250	1	2	3
1.250-1.999	2	3	4
2.000-2.999	3	4	5
3.000 und mehr	4	5	6
¹ Mit oder ohne Haupt- bzw. Volksschulabschluss; Sonder- oder Förderschulabschluss, Realschule ohne Abschluss ² Realschulabschluss ³ Abitur, Fachhochschulreife, Studium			

Tab. 19: Indexbildung „Sozioökonomischer Status“ nach HOLTE (2012a)

send beschrieben. Als statistische Verfahren kommen der Chi²-Test, die einfaktorische Varianzanalysen sowie der Welch-Test (im Fall inhomogener Varianzen) zum Einsatz.

4.5.4.1 Gruppenbildung durch Clusteranalyse

Die Clusteranalyse fasst Personen einer Stichprobe in möglichst homogene Gruppen (Cluster) zusammen, die sich untereinander jedoch deutlich un-

terscheiden. Grundlegend für die Clusterbildung in dieser Studie ist die Ähnlichkeit bzw. Unähnlichkeit der Personen im Hinblick auf die Lebensstilmerkmale. Insgesamt 38 Variablen wurden als Cluster bildende Merkmale ausgewählt. Im JUFA-Projekt (HOLTE, 2012a) waren es 24 Variablen. Für die Analyse verwendet wurden jeweils die Summenwerte von Skalen, die aus den vorangegangenen Faktorenanalysen mit anschließender Reliabilitätsanalyse gebildet worden sind. In einem ersten Schritt wurde eine hierarchische Clusteranalyse mit einer 75%-Stichprobe durchgeführt. Die Anzahl der Cluster wurde mittels des Ward-Verfahrens bestimmt. Die Verteilung des Fehlerquadratsummenzuwachses, der angibt, ab wann die Heterogenität der Gruppen bei steigender Gruppenzahl nicht mehr abnimmt (BORTZ, 2006), lässt keinen eindeutigen „Knick“ erkennen, der auf eine bestimmte Clusterzahl schließen lässt (Bild 5). Nach Prüfung der Homogenität verschiedener Cluster-Lösungen (5 Cluster bis 10 Cluster) durch Analyse der Standardabweichungen und aus inhaltlichen Erwägungen wurde eine 9-Cluster-Lösung gewählt. Die Standardabweichungen z-transformierter Variablen sollten in den jeweiligen Clustern kleiner als 1 sein (BACHER, 2002). Zur Optimierung dieser Clusterlösung wurde im Anschluss daran eine Clusterzentrenanalyse durchgeführt (BACKHAUS, ERICHSON, PLINKE & WEIBER, 2006). Eine Diskriminanzanalyse ergab, dass 92,5 % der ursprünglich gruppierten Fälle korrekt klassifiziert werden konnten. Die Güte dieser Clusterlösung kann damit als ausgesprochen gut angesehen werden.

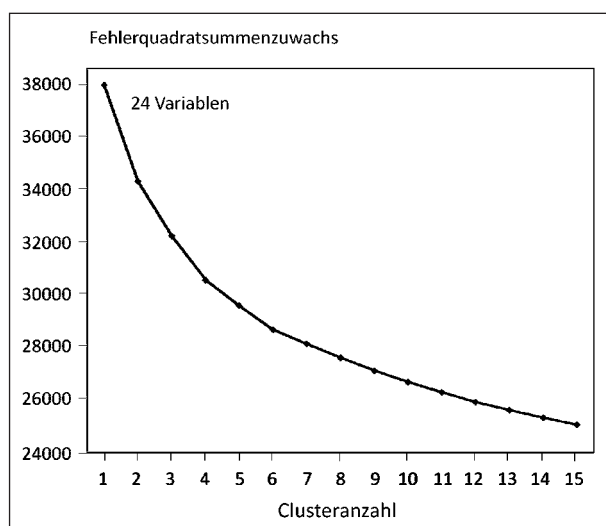


Bild 5: Struktogramm der Clusteranalyse

4.5.4.2 Darstellung und Kurzbeschreibung der 9-Cluster-Lösung

Die Profile der neun Lebensstilcluster für die 15- bis 24-Jährigen werden in den Bildern 6 bis 3 gezeigt. Abgebildet sind z-Werte der Lebensstilmerkmale. Dabei stehen hohe z-Werte für eine stärkere Ausprägung eines Merkmals, niedrige z-Werte für eine schwächere. Nachfolgend wird die Legende zu den Bildern 6 bis 14 aufgeführt.

Legende zu den Bildern 6-14

- SB** Selbstbestimmung
 - ST** Stimulation
 - HE** Hedonismus
 - LS** Leistung
 - MA** Macht
 - SI** Sicherheit
 - KO** Konformität
 - TR** Tradition
 - PR** Prosozialität
 - UN** Universalismus
-
- FR1** Am Auto/Motorrad herumbasteln, mit dem Auto/Motorrad herumfahren, Spazieren fahren
 - FR2** Gesellige, ruhige Aktivitäten (z. B. Zusammensein in der Familie, Zeitungen lesen, in ein Café).
 - FR3** Musik hören, Filme anschauen, Ausgehen (z. B. in die Disco gehen, mit anderen losziehen, Rockkonzerte besuchen).
 - FR4** Sport treiben, Fitness, Sportveranstaltungen besuchen.
 - FR5** Kultur und Natur (z. B. Museen besuchen, Wandern, Spaziergehen, Theater oder klassische Konzerte besuchen).
-
- M1** Pop
 - M2** Hard Rock, Rock, Heavy Metal, Punk Rock
 - M3** Blues, Soul, Funk, Jazz, Klassik
 - M4** Schlager, Volksmusik, Country-Musik, Liedermacher
 - M5** Techno oder House, Trance, Jungle oder Breakbeats
 - M6** Dance, Dancefloor
 - M7** Rap, Hip-Hop
-
- F1** Actionfilme, Fantasy oder Science-Fiction, Horrorfilme, Zeichentrickfilme oder Animationsfilme, Comedy oder Sitcom
 - F2** Sozialkritische Filme, Kultursendungen, Nachrichten, Reportagen
 - F3** Fernsehserien, Soaps, Castingshows, Quiz- oder Spielshows, Talkshows, Filmkomödien, Liebesfilme, Kochsendungen
 - F4** Sportsendungen
-
- K1** Modebewusst sein, einen guten Geschmack haben
 - K2** Sexy und niedlich sein
 - K3** Umweltbewusst sein, nicht nur wegen der Kleidung gemocht werden, zurückhaltend und konservativ sein
 - K4** Auffallen, Abgrenzen
 - K5** Sportlicher Typ sein
-
- AF1** National gesinnte Gruppen, Skinheads
 - AF2** Rocker, Heavy-Hardrock-Fans, Heavy-Metal-Fans, Punks, Gothic
 - AF3** Hip-Hopper, Rapper
 - AF4** Autonome, Antifa, Graffiti-Sprayer
 - AF5** LanGaming, Rollenspieler, Anime/Manga
 - AF6** Skateboarding, Sportkletterer
 - AF7** Umweltschützer, religiös orientierte Gruppen, Veganer, Globalisierungskritiker

Gruppe 1

Personen dieses Clusters weisen keine Ähnlichkeiten zu einem der JUFA-Cluster auf. Diese neue Gruppe (Bild 6) zeigt keine besonders stark ausgeprägten Interessen. Etwas hervorstechend ist das Interesse an Pop-Musik und Rap/Hip-Hop. Auffällig ist die generelle Offenheit gegenüber allen gesellschaftlichen Gruppierungen. Eine hohe Affinität besteht gegenüber Hip-Hoppers und Rappern. Auffällige Desinteressen finden sich in diesem Cluster nicht. Die zehn Werthaltungen zeigen zwar nicht die

stärksten Ausprägungen, sind allerdings alle im positiven Bereich. In keinen anderen Cluster ist das der Fall. Man könnte ihn als den offenen, gemäßigten Typ bezeichnen, der allerdings – was die Musik betrifft – auf Rap, Hip-Hop und etwas Pop festgelegt ist. Dieser Lebensstiltyp hat mit 59 % einen etwas höheren Anteil an Frauen. Das Durchschnittsalter ist mit 18,7 Jahren von allen Gruppen am niedrigsten. Der Anteil der 15- bis 17-Jährigen ist mit 41 % am größten.

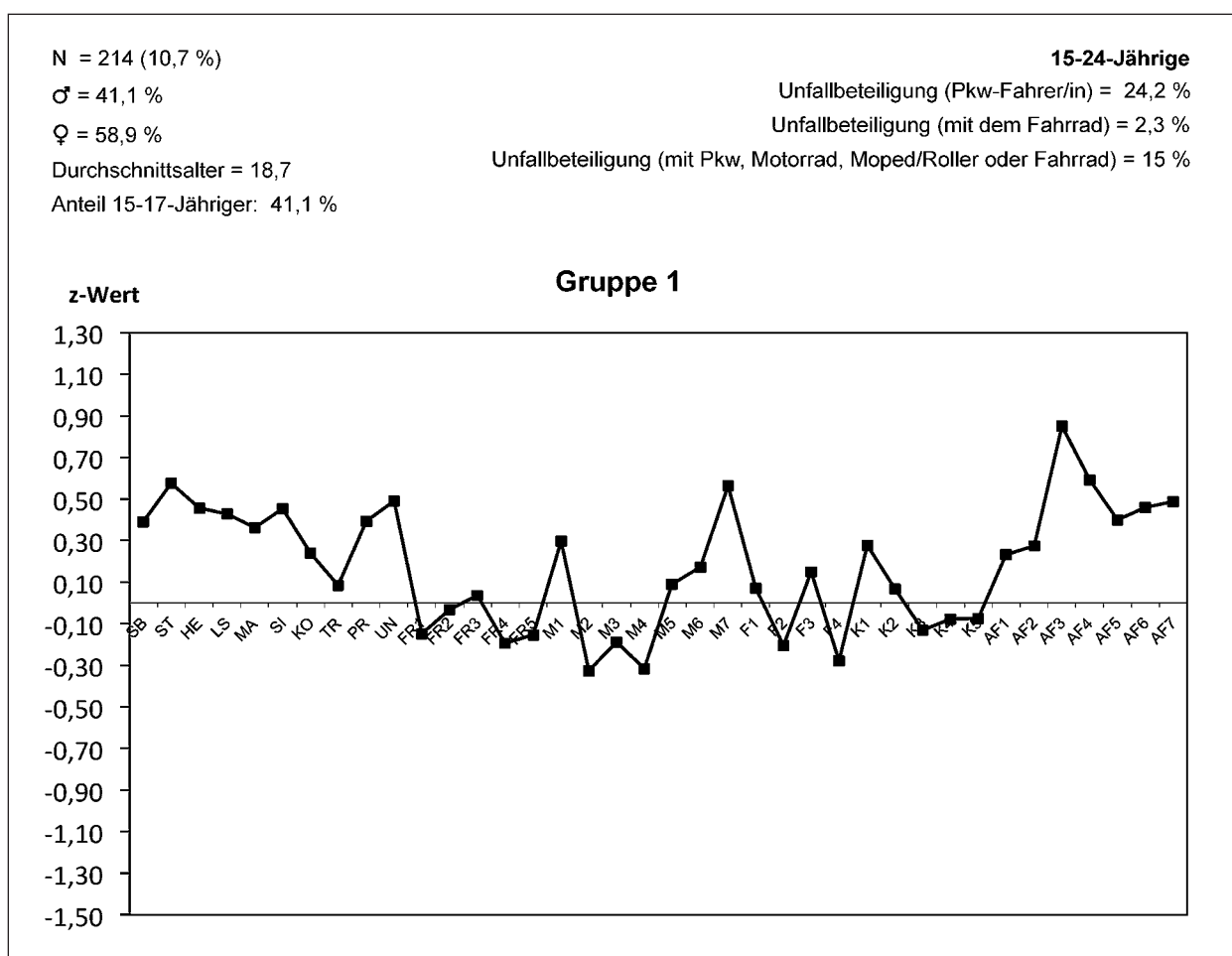


Bild 6: Cluster 1 (Legende siehe S. 44)

Gruppe 2

Personen dieses Clusters sind dem „kicksuchenden Typ“ aus der JUFA-Studie sehr ähnlich (Bild 7). Dieser hört besonders gerne Heavy-Metal oder Hard-Rock-Musik, Popmusik wird im Vergleich zu allen Gruppen am stärksten abgelehnt. Die stärkste Ablehnung betrifft auch das Modebewusstsein. Mit Kleidung auffallen zu wollen ist dagegen stark ausgeprägt. Diese Lebensstilgruppe besitzt die stärkste Affinität zu Rocker-, Heavy-Hardrock- und Heavy-Metal-Fans sowie zu Rollenspieler*innen bzw. LAN-Gamern. Eine gewisse Affinität besteht auch zu Umweltschützern und Globalisierungsgegnern. Sowohl Action-, Science-Fiction- oder Fantasy-Filme als auch sozialkritische Filme bzw. Reportagen

oder Kultursendungen werden gerne gesehen. Von den zehn Werthaltungen sind Selbstbestimmung, Stimulation, Hedonismus, Prosozialität und Universalismus positiv ausgeprägt.

Negativ ausgeprägt sind: Leistung, Macht, Sicherheit, Konformität und Tradition. Allerdings sind dies jeweils nicht die stärksten Ausprägungen im Vergleich mit den übrigen Lebensstilgruppen. Das Durchschnittsalter ist mit 20,3 Jahren vergleichsweise hoch. Diese Lebensstilgruppe hat mit 61 % den vierthöchsten Anteil an Männern und mit knapp 17 % den zweigeringsten Anteil an 15- bis 17-Jährigen.

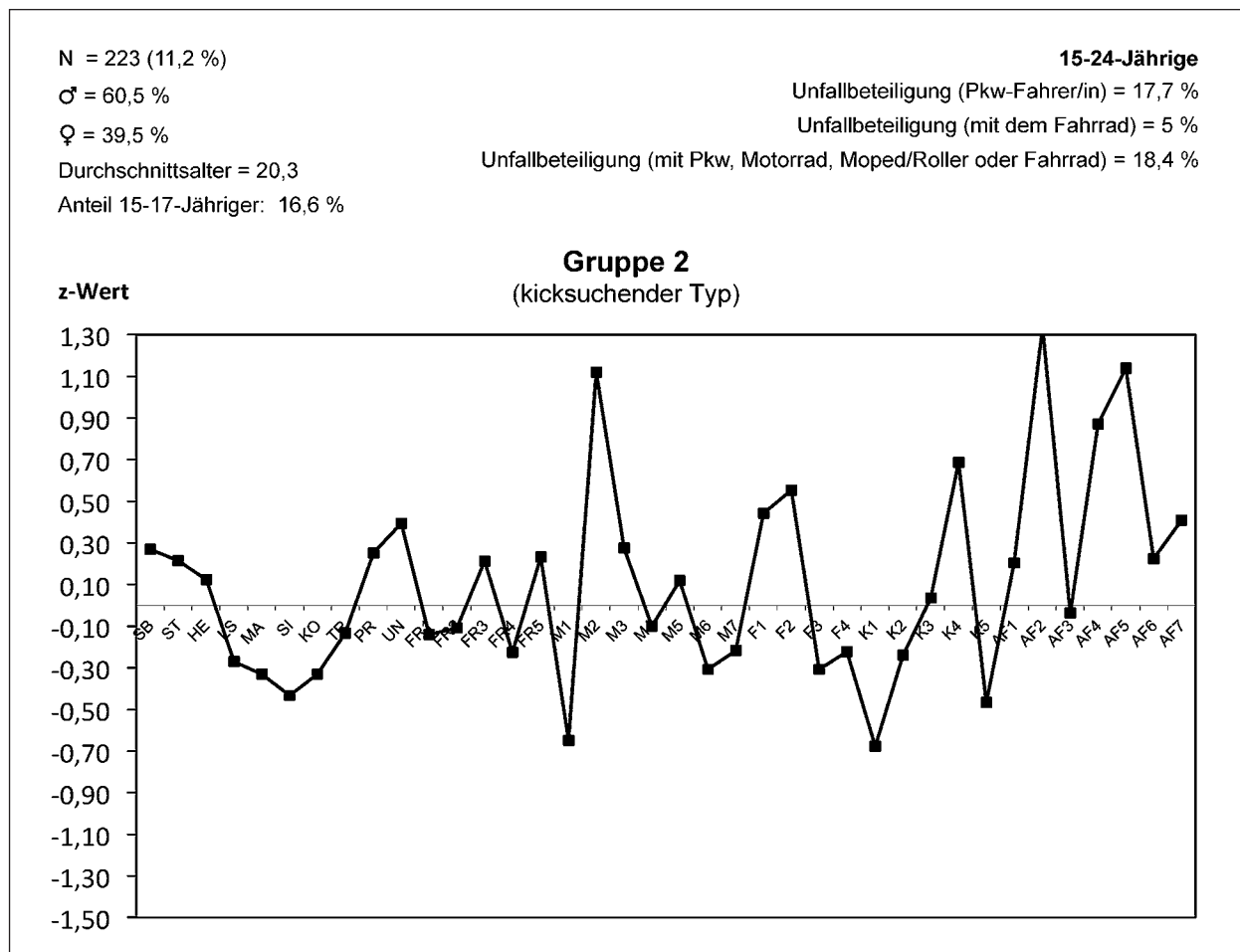


Bild 7: Cluster 2 – Ähnlichkeit mit dem „kicksuchenden Typ“ aus der JUFA-Studie (HOLTE, 2012a) (Legende siehe S. 44)

Gruppe 3

Personen dieses Clusters sind dem „Beauty-Fashion-Typ“ aus der JUFA-Studie sehr ähnlich (Bild 8). Personen dieser Gruppe gehen gerne aus, kleiden sich gerne modisch oder sportlich und hören bevorzugt Pop-Musik und Dancefloor. Es besteht eine besondere Vorliebe für Fernsehserien, Soaps, Castingshows, Quiz- oder Spielformate, Talkshows, Filmkomödien, Liebesfilme oder Kochsendungen. Relativ wenig Interesse besteht für Sportsendungen, für Kultursendungen sowie für Fantasy-, Science-Fiction- oder Actionfilme. Es ist keine besondere Affinität zu irgendeiner sozialen Gruppierung festzustellen. Abgelehnt werden Rocker-, Heavy-Hardrock- oder Heavy-Metal-Fans, aber ebenso Autonome, Rollenspie-

ler, Skateboarder, Sportkletterer, Umweltschützer, religiöse Gruppierungen, Veganer oder Globalisierungskritiker. Von den 10 Werthaltungen sind Selbstbestimmung, Stimulation, Hedonismus, Leistung, Macht und Sicherheit positiv ausgeprägt; Konformität, Prosozialität, Universalismus und insbesondere Tradition negativ. Allerdings ist auch in dieser Lebensstilgruppe keine Werthaltung am stärksten im Vergleich zu allen anderen Gruppen ausgeprägt. Mit einem Durchschnittsalter von 19,2 Jahren gehören Personen dieser Gruppe zu den Jüngeren innerhalb der Zielgruppe. Dieser Lebensstiltyp hat mit 89 % den deutlich höchsten Anteil an Frauen und mit knapp 39 % den zweithöchsten Anteil an 15- bis 17-Jährigen.

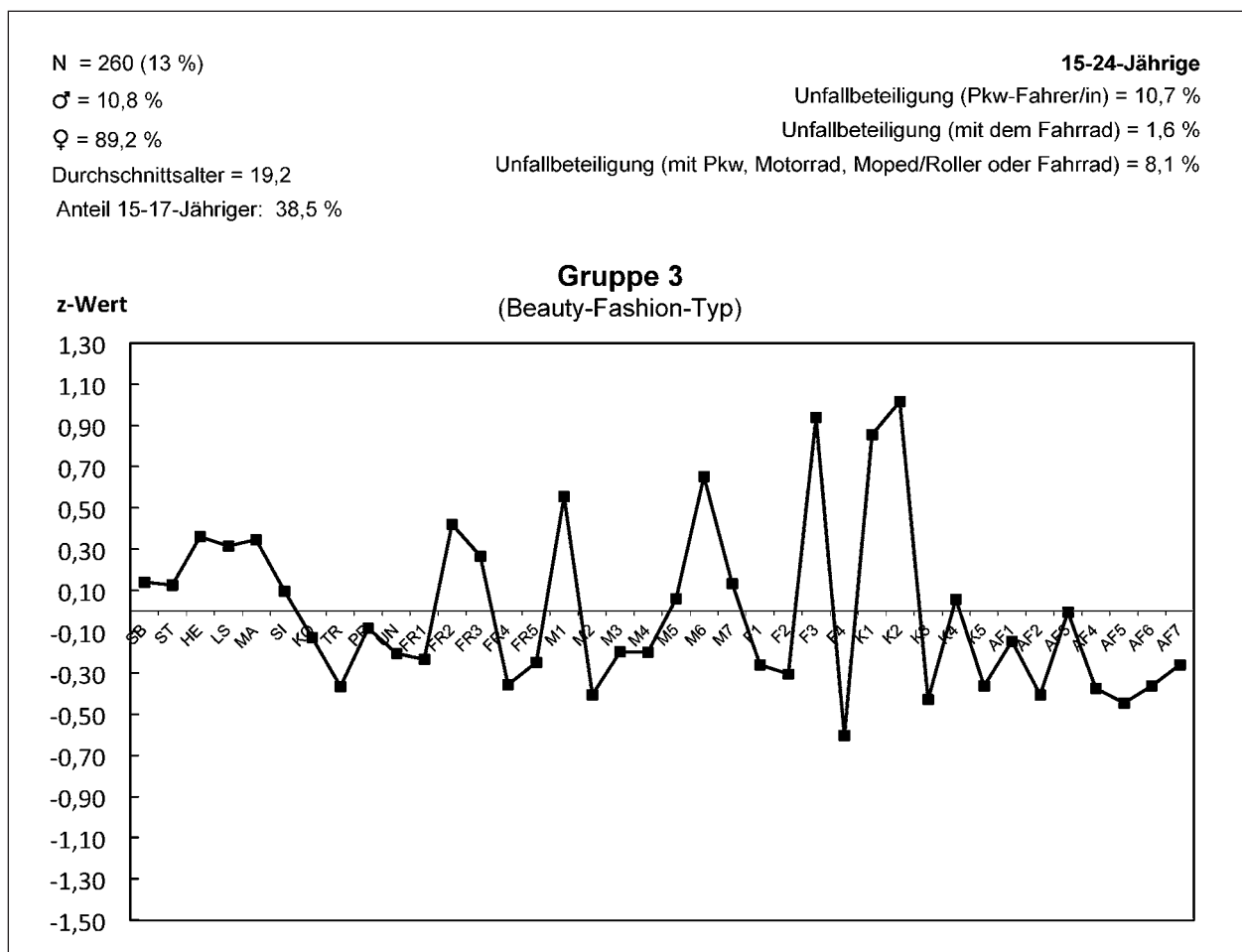


Bild 8: Cluster 3 – Ähnlichkeit mit dem „Beauty-Fashion-Typ“ aus der JUFA-Studie (HOLTE, 2012) (Legende siehe S. 44)

Gruppe 4

Dieses Cluster ist dem „kulturinteressierten, kritischen Typ“ aus der JUFA-Studie sehr ähnlich (Bild 9). Für diese Lebensstilgruppe gehören zum Freizeitrepertoire bevorzugt das Zusammensein in der Familie, Zeitungen lesen, in ein Café gehen, Wandern, Spaziergehen, Besuch von Ausstellungen, Theateraufführungen oder klassischen Konzerten. Musikalische Vorlieben bestehen für Jazz oder klassische Musik, Blues, Soul oder Funk. Aber auch Schlager, Volksmusik, Country-Musik oder Liedermacher werden ganz gerne mal gehört. Es besteht eine starke Vorliebe für sozialkritische Filme,

Kultursendungen, Reportagen oder Nachrichten. Personen dieser Gruppe möchten mit ihrer Kleidung zum Ausdruck bringen, dass sie umweltbewusst, zurückhaltend oder konservativ sind. Sie möchten nicht nur wegen ihrer Kleidung gemocht werden. Eine Affinität besteht zu Umweltschützern, religiös orientierten Gruppen, Veganern oder Globalisierungskritikern. Für diese Gruppe wurde das höchste Durchschnittsalter ermittelt – 21 Jahre. Der Anteil der 17- bis 24-Jährigen ist mit 13 % am geringsten. Dieser Lebensstiltyp hat mit 72 % den dritthöchsten Anteil an Frauen.

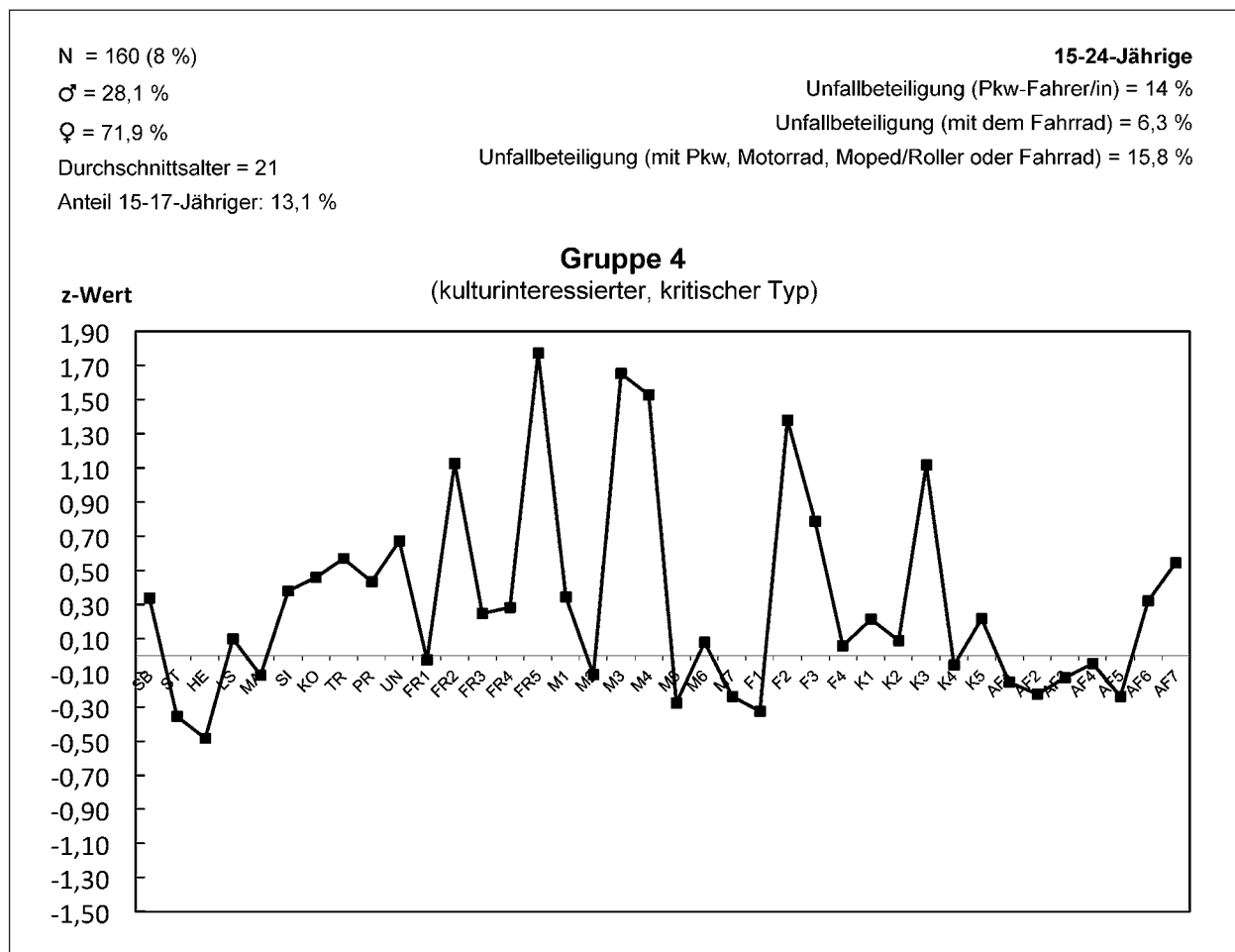


Bild 9: Cluster 4 – Ähnlichkeit mit dem „kulturinteressierten, kritischen Typ“ aus der JUFA-Studie (Holte, 2012a) (Legende siehe S. 44)

Gruppe 5

Dieses Cluster ist dem „autozentrierten Typ“ aus der JUFA-Studie sehr ähnlich (Bild 10). Für diesen Lebensstiltyp sind Autos und das Autofahren besonders wichtig. Ruhige Aktivitäten wie Wandern und Spaziergehen gehören nicht zum Freizeitrepertoire, ebenso wenig der Besuch von Ausstellungen, Theateraufführungen oder klassischen Konzerten. Ausgehen, mit anderen losziehen, in die Disco gehen oder Rockkonzerte besuchen sind dagegen bevorzugte Freizeitaktivitäten. Es besteht ein gewisses Interesse an sportlichen Aktivitäten, Fitness oder am Besuch von Sportveranstaltungen. Ein deutlich größeres Interesse besteht für das Hören von Techno, House oder Trance. Aber auch Heavy-Metal, Hard-Rock oder Rock stehen hoch im Kurs. Größeres Interesse besteht für Fantasy-, Science-Fiction- und Action-Filme sowie für Sportsendungen. Wenig Interesse dagegen besteht für sozialkritische

Filme, Reportagen, Kultursendungen oder Nachrichten. Mit Kleidung auffallen oder durch Kleidung sportlich wirken besitzt eine stärkere Bedeutung für diesen Lebensstiltyp. Eine Affinität zeigt sich zu national gesinnten Gruppierungen, zu Autonomen, Hip-Hoppern oder Rappern. Von Umweltschützern und Globalisierungskritikern grenzt dieser Typ sich deutlich ab. Die Werthaltungen sind sowohl im positiven als auch im negativen Bereich extrem ausgeprägt. So zeigt sich bei diesem Typ die stärkste positive Ausprägung für Stimulation, Hedonismus, Leistung und Macht. Dagegen sind die Werthaltungen Sicherheit, Konformität, Tradition und Universalismus am negativsten von allen Lebensstilgruppen ausgeprägt. Das Durchschnittsalter für diese Gruppe liegt bei knapp 20 Jahren. Diese Gruppe hat den höchsten Anteil an Männern (91 %). Der Anteil an 15- bis 17-Jährigen liegt bei 27 %.

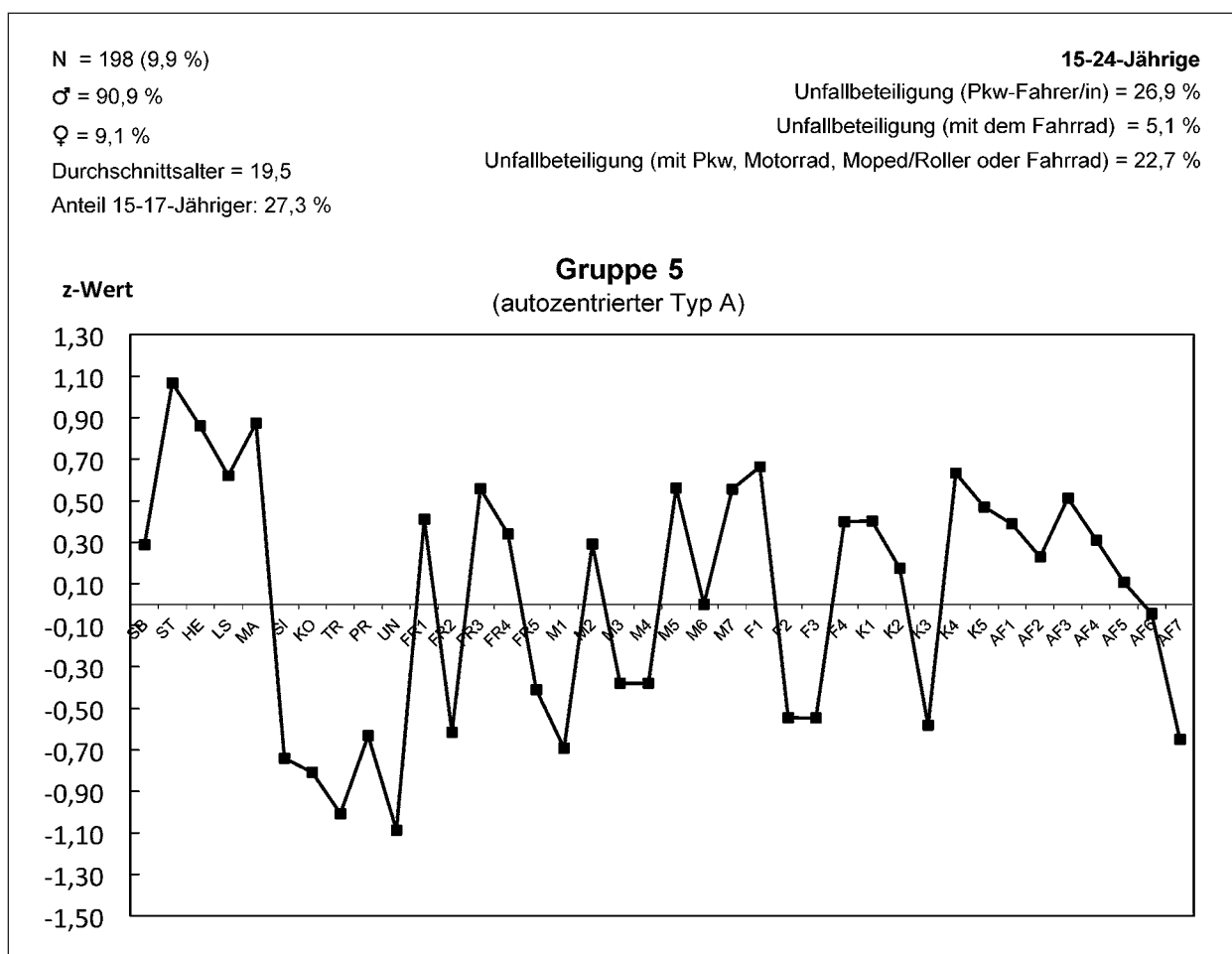


Bild 10: Cluster 5 – Ähnlichkeit mit dem „autozentrierten Typ“ aus der JUFA-Studie (HOLTE, 2012a) (Legende siehe S. 44)

Gruppe 6

Zu diesem Cluster findet sich kein Pendant aus der JUFA-Studie (Bild 11). Diese Lebensstilgruppe zeigt kaum ausgeprägte Interessen. Eine gewisse Vorliebe für Pop-Musik besteht. Im Bereich der Freizeitaktivitäten sind ausschließlich Ablehnungen erkennbar, allerdings in keinem starken Ausmaß. Dieser Lebensstiltyp ist vor allem durch die negativen Ausprägungen der Werthaltungen Stimulation,

Hedonismus, Leistung und Macht charakterisierbar. Für diese fünf Werthaltungen besteht die stärkste Ablehnung von allen Lebensstilgruppen. Die Werthaltungen Sicherheit, Tradition, Prosozialität und Universalismus sind dagegen positiv ausgeprägt. Das Durchschnittsalter liegt bei 19,9 Jahren. Der Anteil der 15- bis 17 Jährigen beträgt 27,2 %; der Anteil der Frauen ist mit 77 % am zweithöchsten.

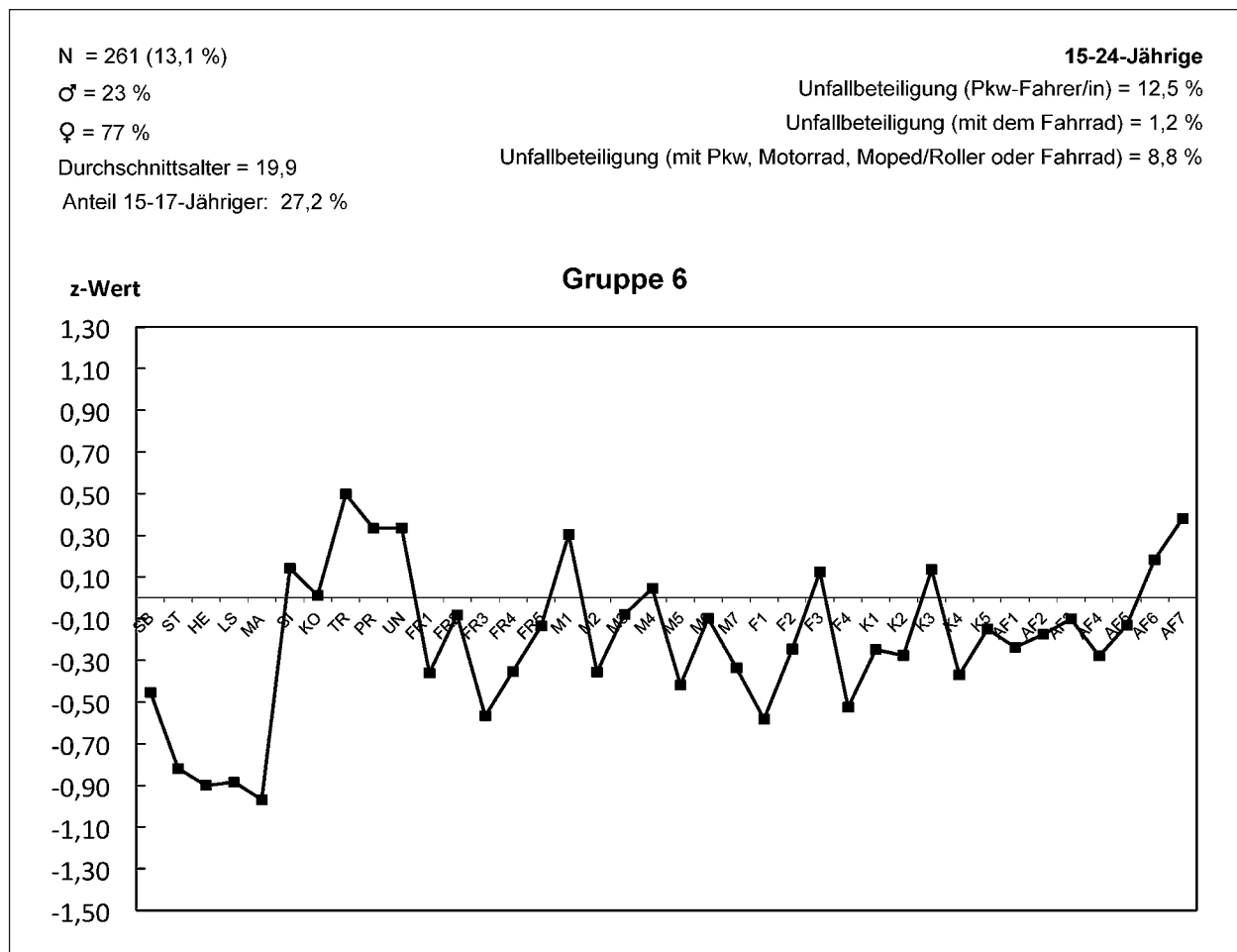


Bild 11: Cluster 6 (Legende siehe S. 44)

Gruppe 7

Für Cluster 7 existiert ebenfalls kein Pendant aus der JUFA-Studie (Bild 12). Wie bei Cluster 6 zeigen sich auch in dieser Gruppe keine besonders auffälligen Interessen. Eine gewisse Vorliebe für Schlager ist erkennbar sowie der Wunsch, durch Kleidung sexy auszusehen. Deutliche Ablehnungen ergeben sich für Rap, Hip-Hop oder für Action-, Science-Fiction- oder Fantasy-Filme. Es besteht keine nennenswerte Affinität zu einer sozialen Gruppierung. Die Ablehnung von Rockern, Heavy-Hardrock- und Heavy-Metal-Fans sowie von Autonomen und Rollenspielern bzw.

Lan-Gamern fällt von allen Lebensstilgruppen am stärksten aus. Was die Werthaltungen betrifft, so liegen lediglich Sicherheit und Hedonismus im negativen Bereich. Die Werthaltungen Sicherheit, Konformität und Tradition sind von allen Lebensstilgruppen am stärksten positiv ausgeprägt. Der Unterschied zwischen diesem Cluster und Cluster 6 zeigt sich vor allem in diesen Werthaltungen. Cluster 7 ist der eher konservative Typ. Das Durchschnittsalter beträgt 20,2 Jahre. Der Anteil der 15- bis 17-Jährigen liegt bei 21 %. Der Anteil der Männer beträgt 51 %.

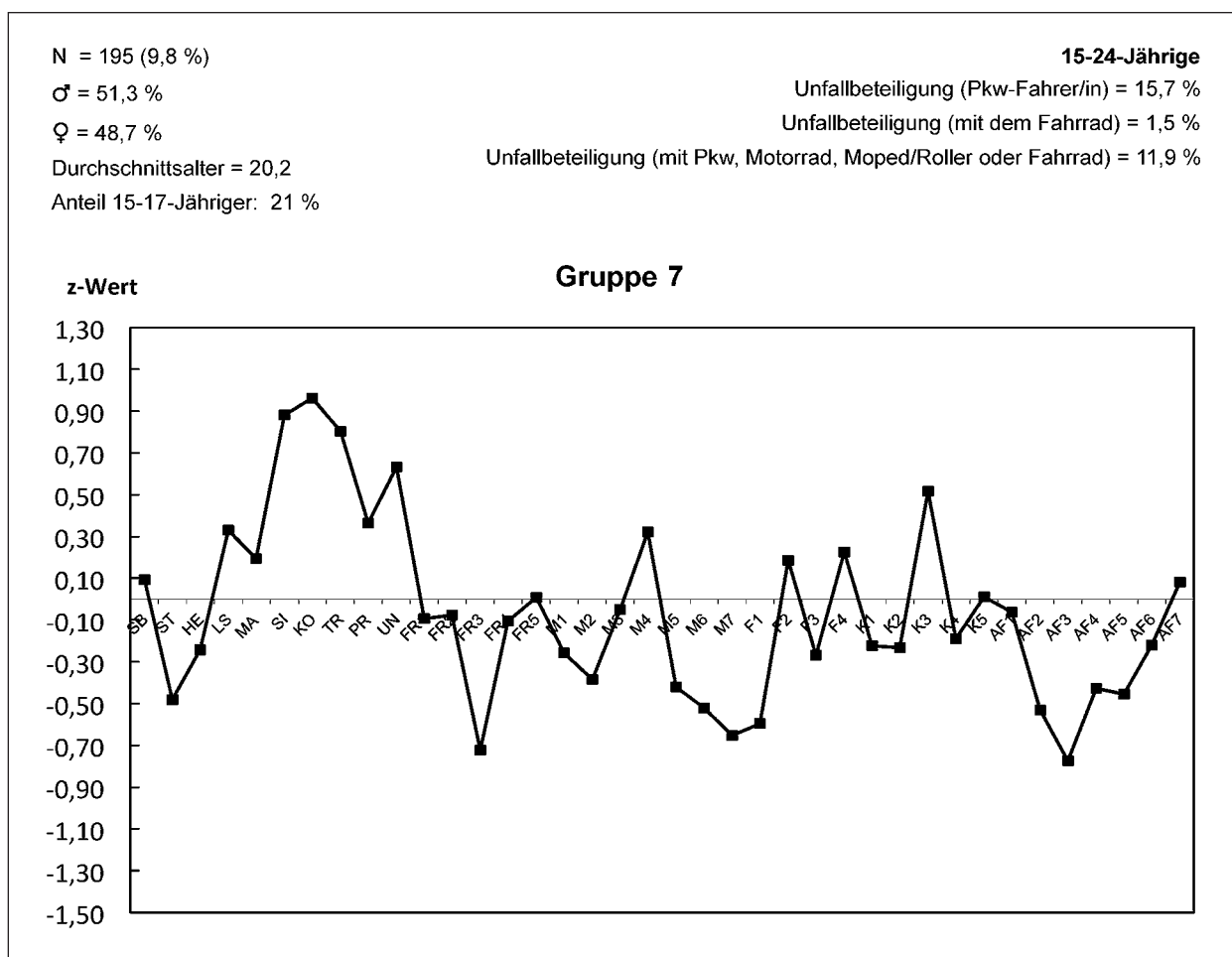


Bild 12: Cluster 7 (Legende siehe S. 44)

Gruppe 8

Dieses Cluster 8 hat eine Ähnlichkeit mit dem „Action-Typ“ aus der JUFA-Studie. Andererseits besteht wegen der großen Bedeutung des Autos und Autofahrens auch eine besondere Nähe zum Cluster 5 (Bild 13). Daher wird dieses Cluster auch als „autozentrierter Typ B“ bezeichnet. Bei diesem Typ spielt das Auto eine noch größere Rolle als beim autozentrierten Typ A. Im Unterschied zum Typ A spielt der Sport beim Typ B eine deutlich größere Rolle. Das zeigt sich beim selber Sport treiben, bei der Vorliebe für Sportsendungen und beim Wunsch, durch Kleidung sportlich zu wirken. Auffäl-

lig bei diesem Typ ist die fehlende Affinität zu einer gesellschaftlichen Gruppierung. Auffällig sind auch die geringen positiven oder negativen Ausprägungen im Bereich der Werthaltungen. Darin unterscheidet sich dieser autozentrierte Typ B vom Typ A grundsätzlich, der sowohl im positiven als auch im negativen Bereich die stärksten Ausprägungen aufweist. Das Durchschnittsalter für Cluster 8 beträgt 20,2 Jahre (älter als das von Cluster 5). Der Anteil der Männer in diesem Cluster liegt bei 91 % (wie bei Cluster 5). Der Anteil der 15- bis 17-Jährigen beträgt knapp 20 % (27 % bei Cluster 5).

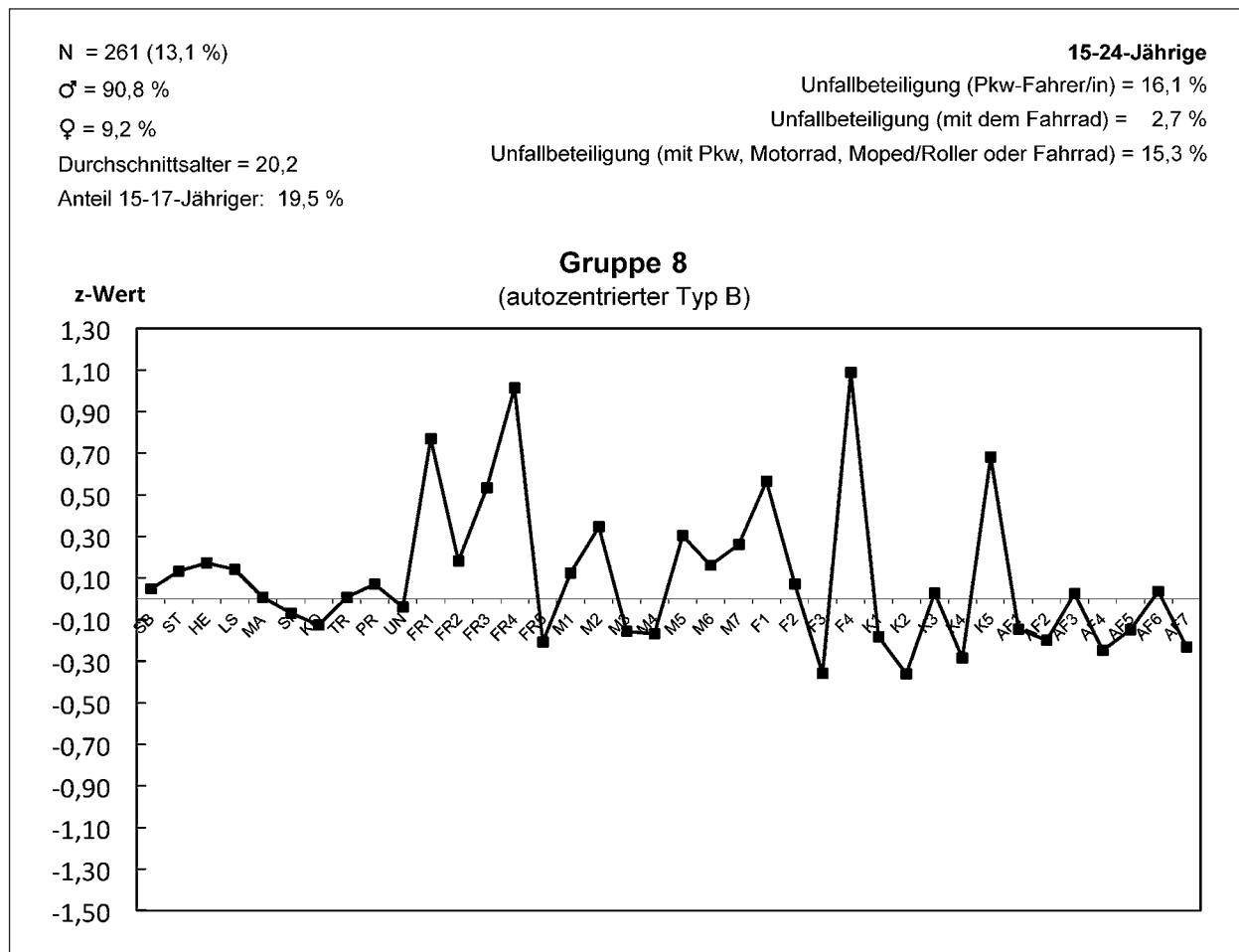


Bild 13: Cluster 8 (Legende siehe S. 44)

Gruppe 9

Dieses Cluster besitzt eine starke Ähnlichkeit mit dem „häuslichen Typ“ aus der JUFA-Studie (Bild 14). Er ist durch keine ausgeprägten Interessen und Vorlieben im Hinblick auf bestimmte gesellschaftliche Gruppierungen, Musikrichtungen und Filmgenres charakterisiert. Er ist durch eine überwiegend negative Haltung im Hinblick auf fast alle Lebensstilmerkmale gekennzeichnet. Er ist auch der einzige Lebensstiltyp, der im Bereich der Werthaltungen nur negative Ausprägungen aufweist. Besonders negativ sind Selbstbestimmung, Prosozialität und Universalismus. Diese drei Werthaltungen sind in keiner anderen Lebensstilgruppe so ne-

gativ ausgeprägt. Das Durchschnittsalter beträgt in diesem Cluster 19,4 Jahre. Der Anteil der 15- bis 17-Jährigen ist mit 32 % am dritthöchsten ausgeprägt. Der Anteil der Männer beträgt 67 %.

Lebensstile und Werthaltungen

Die Werthaltungen wurden bereits in den oben aufgeführten Lebensstilbeschreibungen diskutiert. In Bild 15 sind sie noch einmal im Überblick zusammengefasst. Daraus lässt sich sehr gut ablesen, dass nur in Gruppe 1 alle vier Wertedimensionen positiv ausgeprägt sind und nur in Gruppe 9 alle Wertedimensionen negativ.

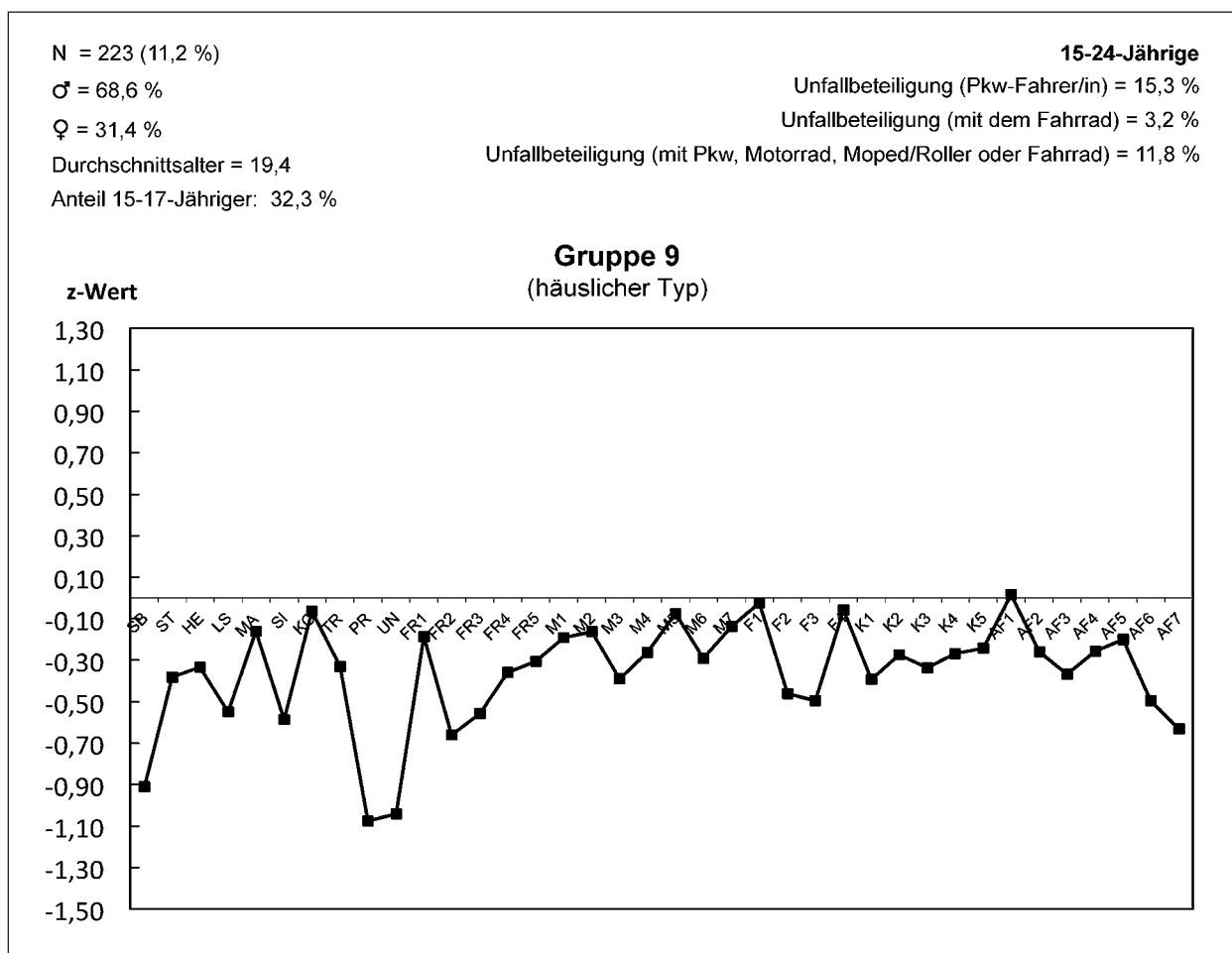


Bild 14: Cluster 9 – Ähnlichkeit mit dem „häuslichen Typ“ aus der JUFA-Studie (HOLTE, 2012) (Legende siehe S. 44)

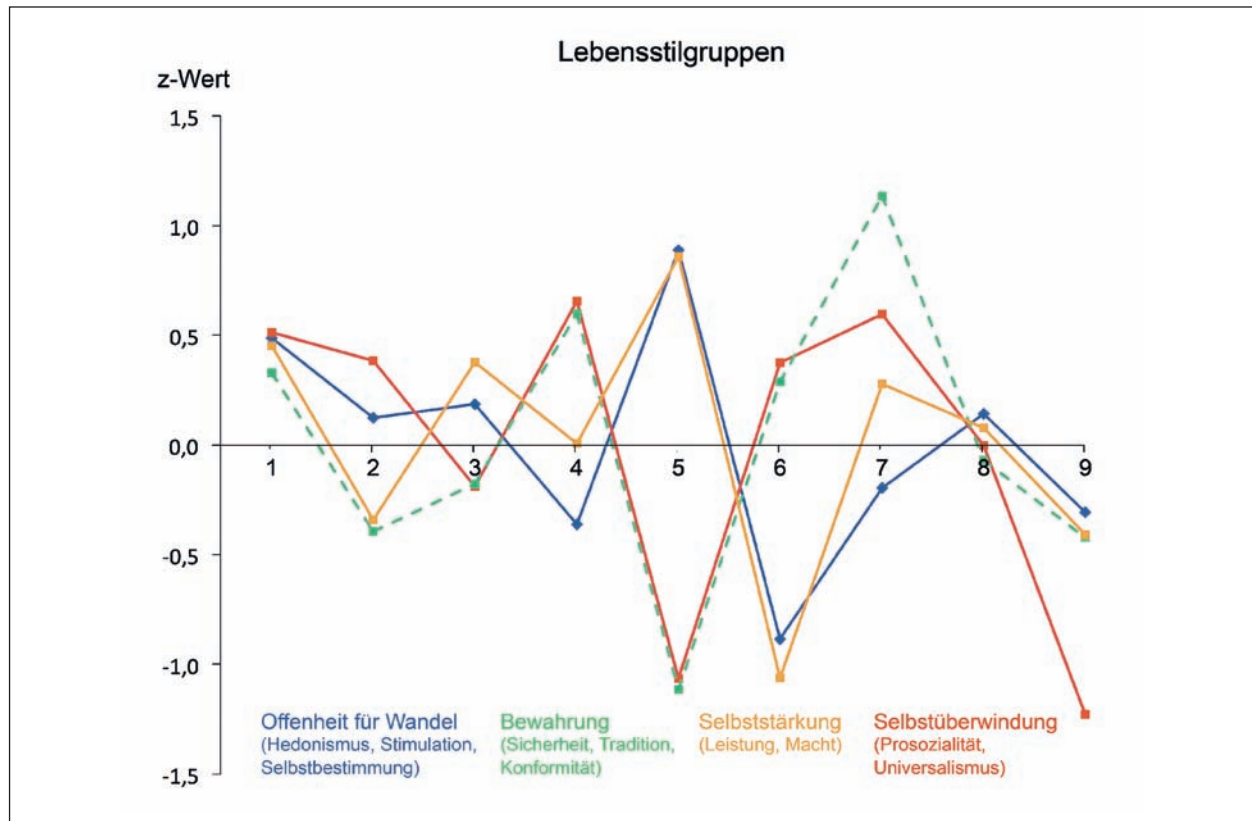


Bild 15: Werte-Dimensionen und Lebensstile

4.5.4.3 Vergleich der JUFA- und RISCOCM-Lebensstile

(1) - Vergleich zwischen zwei Datensätzen (Interstudienvergleich)

Durch eine multidimensionale Skalierung werden die Lebensstilgruppen der JUFA-Studie und der in Kapitel 4.5.4 beschriebenen Gruppen dieser Studie in einem Raum so angeordnet, dass die Abstände zwischen ihnen möglichst genau die empirisch erhobene Ähnlichkeit bzw. Unähnlichkeit zwischen ihnen abbilden. Im SPSS-Datensatz fungieren die Lebensstilgruppen als Variablen und die 19 gemeinsamen Lebensstilfaktoren als Fälle. Berechnungsgrundlage sind die z-Werte der Lebensstilfaktoren. Ein Stress-Wert von .054 bei einem RSQ von .978 belegt eine gute Anpassung der Distanzen einer vierdimensionalen Lösung an die empirisch ermittelten Unähnlichkeiten zwischen den Lebensstilgruppen. Für eine Darstellung besser geeignet ist eine zweidimensionale Lösung, deren Stress-Wert von .188 bei einem RSQ von .846 allerdings wesentlich schlechter ausfällt als eine vierdimensionale Lösung.

Wie aus Bild 16 hervorgeht, liegen der kicksuchende Typ (JUFA-Studie) und die Gruppe 2 (RISCOCM-Studie) fast auf der gleichen Position in der zweidimensionalen Darstellung. Relativ nahe beieinander liegen auch der Beauty-Fashion-Typ (JUFA-Studie) und die Gruppe 3 (RISCOCM-Studie) sowie der häusliche Typ (JUFA-Studie) und Gruppe 9 (RISCOCM-Studie). Relativ nahe beieinander liegen auch der Action-Typ (JUFA-Studie), der autozentrierte Typ (JUFA-Studie), die Gruppe 8 (RISCOCM-Studie) und die Gruppe 5 (RISCOCM-Studie). Da die beiden Gruppen G5 und G8 durch eine starke Fokussierung auf das Autofahren auffallen, werden sie auch entsprechend „autozentrierter Typ A“ (für Gruppe 5) und „autozentrierter Typ B“ (für Gruppe 8) genannt. Die Bezeichnung „Action-Typ“ wird in der neuen Typologie nicht mehr verwendet.

In einigen Fällen besteht in einer zweidimensionalen Darstellung eine augenscheinliche Nähe zwischen ganz unterschiedlichen Lebensstilgruppen, wie zum Beispiel zwischen dem häuslichen Typ und den Beauty-Fashion-Typ. Diese zweidimensionale Darstellung verbirgt größere Distanzen, die in einer dritten oder vierten Dimension gegeben sind.

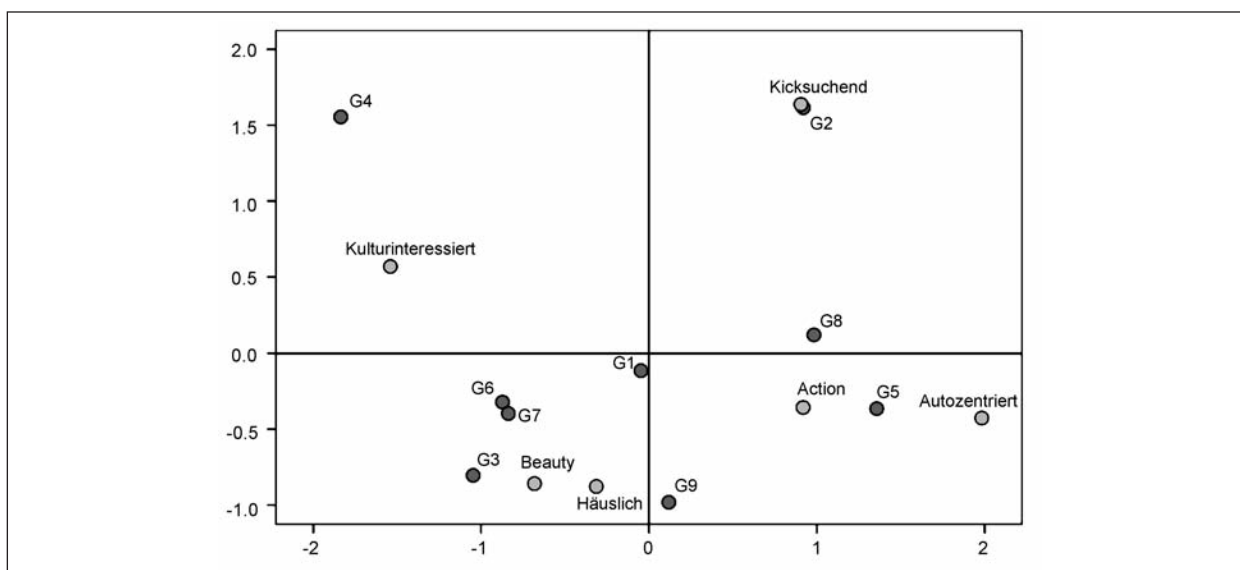


Bild 16: Positionierung der Lebensstile der JUFA- und RISCOC-Studie zueinander: Darstellung einer zweidimensionalen Lösung einer multidimensionalen Skalierung. Der Buchstabe „G“ steht für die Lebensstilgruppen aus der vorliegenden RISCOC-Studie

(2) - Vergleich innerhalb des RISCOC-Datensatzes

Für diesen Vergleich wurde mit dem Datensatz dieser Studie eine ergänzende Clusteranalyse durchgeführt. Hierzu wurden ausschließlich die im JUFA-Projekt verwendeten Lebensstilfaktoren herangezogen. Die Werthaltungen und die im RISCOC-Projekt ergänzenden Lebensstilfaktoren wurden ausgeschlossen. Die gesamte Vorgehensweise entsprach der im JUFA-Projekt. Es konnte die 6-Cluster-Lösung aus dem JUFA-Projekt repliziert werden. Den erhaltenen Clustern konnten die gleichen Bezeichnungen zugewiesen werden. Eine Diskriminanzanalyse bestätigte, dass 92,5 % der Personen der Gesamtstichprobe korrekt klassifiziert werden konnten. Auch dieses Ergebnis entspricht dem aus dem JUFA-Projekt (91,2 %). Im RISCOC-Datensatz liegen nunmehr zwei Lebensstilvariablen vor – die eine mit neun und die andere mit 6 Lebensstilgruppen. Im nächsten Schritt wurden diese beiden Lebensstilvariablen einer Korrespondenzanalyse unterzogen, deren Ergebnis eine gemeinsame Positionierung der jeweiligen Lebensstile in einem Raum ist. Die Analyse ergab eine vierdimensionale Lösung, die 91 % der Gesamtträgheit erklärt. Da dieses Ergebnis grafisch nicht so einfach darstellbar ist, wurde aus Gründen der Einfachheit die Darstellung einer zweidimensionalen Lösung gewählt. Bereits daraus lässt sich die Ähnlichkeit der beiden Lebensstilgruppierungen sehr gut erkennen. Diese Form der Darstellung ver-

birgt jedoch die Information, ob die Ähnlichkeit durch ein „Nebeneinander“ oder „Hintereinander“ begründet ist, was jedoch im Rahmen dieser Interpretation nicht erforderlich ist. Wie Bild 17 zeigt, liegen die JUFA-Gruppe 3 und die RISCOC-Gruppe 4 deutlich nebeneinander. In beiden Fällen handelt es sich um den kulturinteressierten, kritischen Typ. Ebenfalls dicht nebeneinander liegen die JUFA-Gruppe 4 und die RISCOC-Gruppe 5. Hier handelt es sich um den autozentrierten Typ, der im RISCOC-Projekt als autozentrierter Typ A bezeichnet wird. Der autozentrierte Typ B aus dem RISCOC-Projekt (Gruppe 8) liegt sehr nahe dem Action-Typ aus dem JUFA-Projekt (Gruppe 5). Ebenfalls dicht nebeneinander liegen die JUFA-Gruppe 2 und die RISCOC-Gruppe 2. In beiden Fällen handelt es sich um den kicksuchenden Typ. Der Beauty-Fashion-Typ aus dem JUFA-Projekt (Gruppe 1) liegt in unmittelbarer Nähe der Gruppe 3 aus dem RISCOC-Projekt. Der häusliche Typ aus dem JUFA-Projekt (Gruppe 9) korrespondiert am stärksten mit Gruppe 7 aus dem RISCOC-Projekt. Aber auch eine gewisse Nähe besteht noch zu den beiden Gruppen 6 und 9 aus dem RISCOC-Projekt. Keine erkennbare Korrespondenz der JUFA-Gruppen besteht zur Gruppe 1 aus dem RISCOC-Projekt. Diese Lebensstilgruppe wurde durch die vorliegende Studie neu identifiziert. Insgesamt lässt sich durch diese Analysen belegen, dass die Modifikationen, die in diesem Projekt vorgenommen worden sind, tatsächlich zu einer Differenzierung des Bestehenden geführt haben.

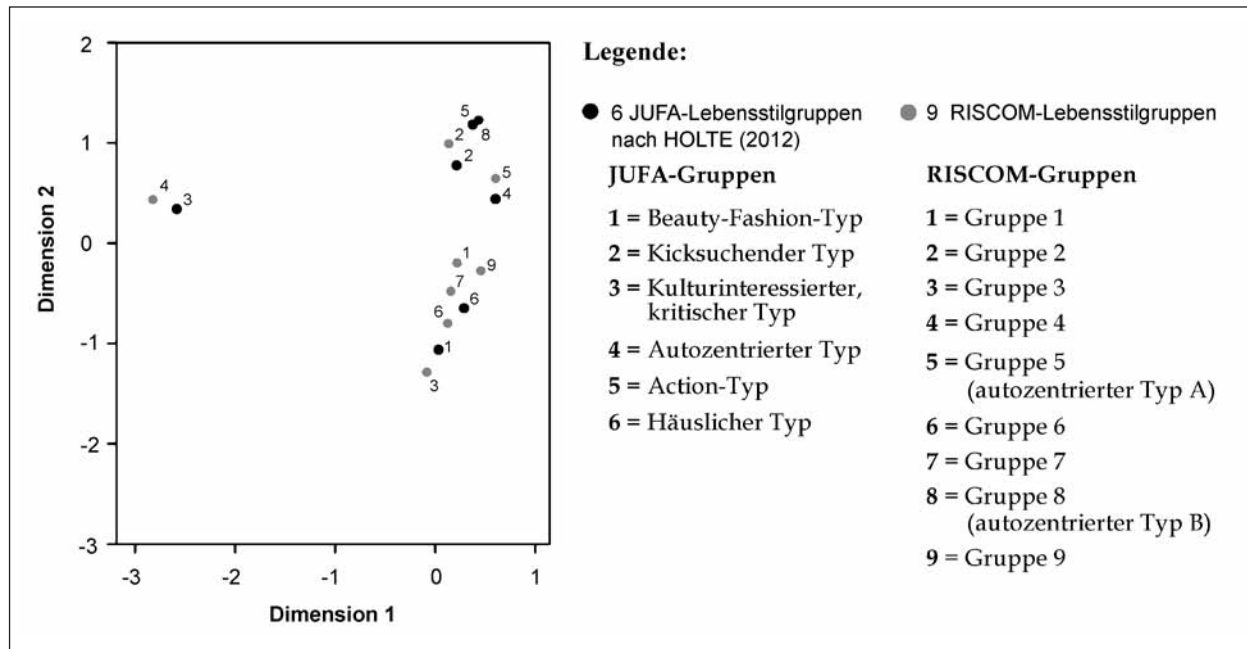


Bild 17: Ergebnis einer Korrespondenzanalyse: Positionierung der JUFA- und RISCUM-Lebensstilgruppen zueinander in einem zweidimensionalen Raum. Für diese Berechnungen wurde ausschließlich der RISCUM-Datensatz herangezogen

4.5.5 Charakteristika der Lebensstilgruppen

Im Folgenden werden die Lebensstilgruppen (RISCUM) hinsichtlich zahlreicher Merkmale beschrieben und jeweils zu einem Gesamtprofil zusammenfasst. Die umfassende Beschreibung jeder Lebensstilgruppe setzt sich zusammen aus soziodemografischen Merkmalen (Kapitel 4.5.5.1), einem Risikoprofil (Kapitel 4.5.5.2) und einem Kommunikationsprofil (Kapitel 4.5.5.3). Für den Vergleich von Gruppen werden folgende statistische Verfahren angewendet:

- Chi²-Tests zur Analyse des Zusammenhangs zwischen zwei nominalskalierten Merkmalen.
- Einfaktorielle Varianzanalysen zur Untersuchung von Unterschieden zwischen den neun Lebensstilgruppen. Die als signifikant berichteten Gruppenunterschiede sind signifikant nach Bonferroni-Korrektur.
- Welch-Test: Dieser wird im Fall inhomogener Varianzen durchgeführt. Für den Fall, dass der Welch-Test ein nicht-signifikantes Ergebnis ausweist und die Varianzanalyse jedoch ein signifikantes, wird das signifikante Ergebnis der Varianzanalyse nicht interpretiert.

4.5.5.1 Soziodemografische Merkmale

Geschlecht

Tabelle 20 verdeutlicht, dass nahezu jede Lebensstilgruppe von einem Geschlecht anteilig dominiert wird. In Gruppe 8 und Gruppe 5 sind über 90 % Männer. Gruppe 9 und Gruppe 2 sind mit einem Anteil von über 60 % ebenfalls männlich geprägt. Gruppe 3 setzt sich mit einem Anteil von 89 % nahezu ausschließlich aus Frauen zusammen. Und auch die Befragten aus Gruppe 4 und Gruppe 6 sind mit einem Anteil von über 70 % vor allem weiblich. Lediglich in Gruppe 1 und Gruppe 7 sind nahezu gleich anteilig Frauen und Männer vertreten.

Alter

Die Lebensstilgruppen unterscheiden sich signifikant hinsichtlich des Alters ($F = 12,85$; $df_1 = 8$; $df_2 = 804,883$; $p = .000$). Tabelle 20 enthält das Durchschnittsalter pro Gruppe. Mit einem Durchschnittsalter von 18,7 Jahren ist Gruppe 1 die jüngste Gruppe. Auch die Mitglieder der Gruppe 3, Gruppe 9 und Gruppe 5 sind etwas jünger als der Durchschnitt. Während Gruppe 2, Gruppe 6, Gruppe 7 und Gruppe 8 nur leicht über dem Altersdurchschnitt liegen, ist Gruppe 4 mit einem Durchschnittsalter von 21 Jahren mit Abstand die älteste Gruppe.

Geschlecht und Alter	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Geschlecht Chi-Quadrat = 620; p = .000; Cramer-V = .56										
Männer	41,1	60,5	10,8	28,1	90,9	23,0	51,3	90,8	68,8	51,4
Frauen	58,9	39,5	89,2	71,9	9,1	77,0	48,7	9,2	31,4	48,6
Alter F = 12,85; df1 = 8; df2 = 804,883; p = .000										
M (SD)	18,71 (2,82)	20,34 (2,75)	19,18 (2,94)	21,03 (2,56)	19,54 (2,74)	19,87 (3,04)	20,22 (2,84)	20,16 (2,72)	19,39 (2,95)	19,79 (2,90)

Tab. 20: Beschreibungsmerkmale Geschlecht und Alter.:Für das Merkmal Geschlecht sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe angegeben; für das Merkmal Alter sind das arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung angegeben

Sozio-ökonomischer Status	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Sozioökonomischer Status* (Index aus Bildung und Einkommen) Chi-Quadrat = 79; p = .000; Cramer-V = .1										
1	4,3	5,8	2,8	0,0	7,8	4,2	3,3	2,7	7,2	4,3
2	7,3	10,0	7,8	4,5	12	7,9	10,5	5,0	17,1	9,1
3	22,6	26,8	20,2	34,6	20,5	22,4	24,2	21,8	20,4	23,3
4	20,7	17,9	22,0	17,3	24,7	23,4	20,3	18,6	21,0	20,7
5	28,0	18,4	29,8	20,3	21,7	22,0	20,3	26,4	19,9	23,2
6	17,1	21,1	17,4	23,3	13,3	20,1	21,6	25,5	14,4	19,3
* Sozioökonomischer Status: 1 = niedriger Bildungsrad/bis 1.249 €; 2 = niedriger Bildungsrad/1.250-1.999 €; mittlerer Bildungsrad/bis 1.249 €; 3 = niedriger Bildungsrad/2.000-2.999 €; mittlerer Bildungsrad/1.250-1.999 €; höherer Bildungsgrad/bis 1.249 €; 4 = niedriger Bildungsrad/3.000 und mehr €; mittlerer Bildungsrad/2.000-2.999 €; höherer Bildungsgrad/1.250-1.999 €; 5 = mittlerer Bildungsrad/3.000 und mehr €; höherer Bildungsgrad/2.000-2.999 €; 6 = höherer Bildungsgrad/3.000 und mehr €										

Tab. 21: Beschreibungsmerkmal sozioökonomischer Status: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe

Sozioökonomischer Status

Tabelle 21 stellt die prozentuale Verteilung für den sozioökonomischen Status dar. Dieser setzt sich aus der Bildung und dem Nettoeinkommen zusammen. Je höher der Wert, desto höher der sozioökonomische Status. Es zeigt sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Lebensstilgruppen und dem sozioökonomischen Status (Cramer-V = .1; p = .000), der jedoch relativ schwach ist. Gruppe 8 weist knapp vor Gruppe 3 und Gruppe 4 den höchsten sozioökonomischen Status auf: Über die Hälfte (52 %) der Befragten aus Gruppe 8 ist in der Kategorie 5 und 6 des sozioökonomischen Status einzuordnen und hat damit einen mittleren bis hohen Bildungsgrad sowie ein Haushaltsnettoeinkommen von über 2.000 Euro. Den niedrigsten sozioökonomischen Status hat Gruppe 9. Im Vergleich zu den anderen Gruppen ist hier der größte Anteil (34 %) in

den Kategorien 1 und 2 zu verorten. Auch der sozioökonomische Status der Gruppe 5 und Gruppe 2 ist vergleichsweise niedrig.

Eigenes monatliches Nettoeinkommen

In Gruppe 4 sind die Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit dem größten persönlichen Nettoeinkommen. Fast ein Fünftel verfügt monatlich über 1.250 bis 1.999 Euro. In Gruppe 1 befinden sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit dem geringsten monatlichen Nettoeinkommen. Nahezu ein Drittel der Befragten in dieser Gruppe hat kein eigenes Einkommen (Tabelle 22).

Berufstätigkeit

Wie Tabelle 23 zeigt, geht der Großteil der Befragten in Gruppe 1 noch in die Schule; in Gruppe 3

Eigenes monatliches Nettoeinkommen in € kategorisiert	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
0	31,7	18,3	27,8	13,6	19,5	22,2	16,9	21,1	22,1	21,9
unter 1.250 €	56,1	71,8	60,1	62,6	62,1	60,9	67,2	59,4	63,7	62,5
1.250 € bis 1.999 €	11,2	8,9	11,3	19,0	16,3	16,1	13,0	17,9	13,7	14,1
2.000 € bis 2.999 €	1,0	0,5	0,4	4,1	2,1	0,8	2,8	1,6	0,5	1,4
3.000 € und mehr	0,0	0,5	0,4	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2

Tab. 22: Beschreibungsmerkmal eigenes monatliches Nettoeinkommen: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe

Berufstätigkeit	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Ohne Beruf	3,7	3,1	1,5	1,2	3,6	0,4	1,0	0,8	2,7	2,0
Ja, berufstätig	22,0	19,3	25,5	29,4	27,6	28,6	32,5	32,7	32,7	27,8
Mithelfende im eigenen Betrieb	0,0	0,4	0,0	0,6	0,5	1,2	0,5	0,8	1,3	0,6
Auszubildende	19,6	14,3	17,0	8,1	18,4	13,1	8,8	16,5	15,7	14,9
Arbeitslose	0,5	3,1	0,8	1,2	9,2	1,5	2,1	1,5	1,8	2,3
Hausfrau, Hausmann	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	1,2	2,1	0,0	0,9	0,5
Schüler	43,5	27,8	42,5	22,5	32,7	34,4	24,7	28,5	34,1	32,8
Student	10,7	31,8	12,7	36,2	8,2	19,7	28,4	19,2	10,8	19,2

Tab. 23: Beschreibungsmerkmal Berufstätigkeit: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe

sind vergleichbar viele Schüler. Bei fast einem Drittel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 2 handelt es sich um Studierende. Der Anteil an Studierenden ist nur in Gruppe 4 noch größer. Die meisten Berufstätigen finden sich in Gruppe 7, Gruppe 8 und Gruppe 9. Die höchste Arbeitslosenquote findet sich in Gruppe 5.

Zusammenfassung: soziodemografische Profile der Lebensstilgruppen

Zusammenfassend lassen sich die Lebensstilgruppen bezüglich der soziodemografischen Merkmale wie folgt beschreiben:

Gruppe 1: Gruppe 1 ist die jüngste Gruppe mit dem größten Anteil an Schülerinnen und Schülern. Entsprechend haben die Mitglieder dieser Gruppe das geringste persönliche monatliche Nettoeinkommen.

Gruppe 2: Gruppe 2 setzt sich vor allem aus Frauen zusammen. Hinsichtlich des Alters, des sozioökonomischen Status und des persönlichen Nettoeinkommens ist diese Gruppe eher durchschnittlich. Auffällig

an dieser Gruppe ist der hohe Anteil an Studierenden.

Gruppe 3: In Gruppe 3 sind nahezu ausschließlich Frauen vertreten. Es handelt sich vor allem um Schülerinnen und entsprechend um etwas Jüngere als der durchschnittliche Befragte. Das persönliche Nettoeinkommen ist eher gering, während der sozioökonomische Status eher hoch ist.

Gruppe 4: Auch Gruppe 4 besteht überwiegend aus Frauen. Die Mitglieder der Gruppe sind mit Abstand die ältesten Befragten. Es handelt sich vor allem um Studierende. Der hohe sozioökonomische Status spiegelt sich in einem hohen persönlichen Nettoeinkommen wider.

Gruppe 5: Die Befragten aus Gruppe 5 sind nahezu ausschließlich männlich und durchschnittlich alt. Der sozioökonomische Status der Mitglieder ist leicht unterdurchschnittlich. In dieser Gruppe ist die höchste Arbeitslosenquote zu vermer-

ken. Der größte Anteil der Befragten aus Gruppe 5 geht zur Schule oder ist berufstätig.

Gruppe 6: In Gruppe 6 befinden sich überwiegend Frauen. Diese sind durchschnittlich alt. Sowohl der sozioökonomische Status als auch das Nettoeinkommen sind durchschnittlich. Ein Drittel der Gruppenmitglieder geht zur Schule.

Gruppe 7: Gruppe 7 ist wie Gruppe 1 weitestgehend ausgeglichen hinsichtlich der Geschlechterverteilung. Das persönliche Nettoeinkommen ist leicht überdurchschnittlich, was durch den relativ hohen Anteil Berufstätiger zu erklären ist.

Gruppe 8: Gruppe 8 besteht nahezu ausschließlich aus Männern. Es ist die Gruppe mit dem höchsten sozioökonomischen Status und einem leicht überdurchschnittlichen persönlichen Nettoeinkommen. Wie in Gruppe 7 ist rund ein Drittel der Gruppe berufstätig.

Gruppe 9: Gruppe 9 besteht vorrangig aus Männern und ist die Gruppe mit dem niedrigsten sozioökonomischen Status. Aufgrund der hohen Berufstätigkeit spiegelt sich dies jedoch nicht in einem unterdurchschnittlichen Nettoeinkommen wider.

4.5.5.2 Risikoprofile

Zur Darstellung des Risikoprofils werden die Verkehrsdemografie, verkehrssicherheitsrelevante Erwartungen und Einstellungen, der Alkohol- und Drogenkonsum, das Fahren unter Alkohol- und Drogeneinfluss sowie einige Persönlichkeitsmerkmale zur näheren Charakterisierung herangezogen. Die Darstellung ist zugunsten einer höheren Übersichtlichkeit in Unterkapitel gegliedert und enthält jeweils eine Zusammenfassung, in der besonders relevante Unterschiede zwischen den Lebensstilgruppen hervorgehoben werden.

(1) Persönlichkeitsmerkmale

Die Lebensstilgruppen unterschieden sich hinsichtlich risikorelevanter Persönlichkeitsmerkmale deutlich. Bild 18 stellt die z-standardisierten Werte für die erfassten drei Persönlichkeitsmerkmale „Reizbarkeit“, „Erlebnishunger“ und „Normlosigkeit“ dar. Die größten Unterschiede zwischen den Gruppen bestehen bezüglich des Erlebnishungers ($F = 114,281$; $df_1 = 8$; $df_2 = 765,696$; $p = .000$). Aber auch in ihrer Reizbarkeit ($F = 10,447$; $df_1 = 8$; $df_2 = 763,336$; $p = .000$) und ihrer Normlosigkeit ($F = 49,913$; $df_1 = 8$; $df_2 = 787,089$; $p = .000$) unterscheiden sich die Lebensstilgruppen signifikant voneinander.

Erlebnishunger

Vor allem die Befragten aus Gruppe 5 zeichnen sich durch einen stark ausgeprägten „Erlebnishunger“

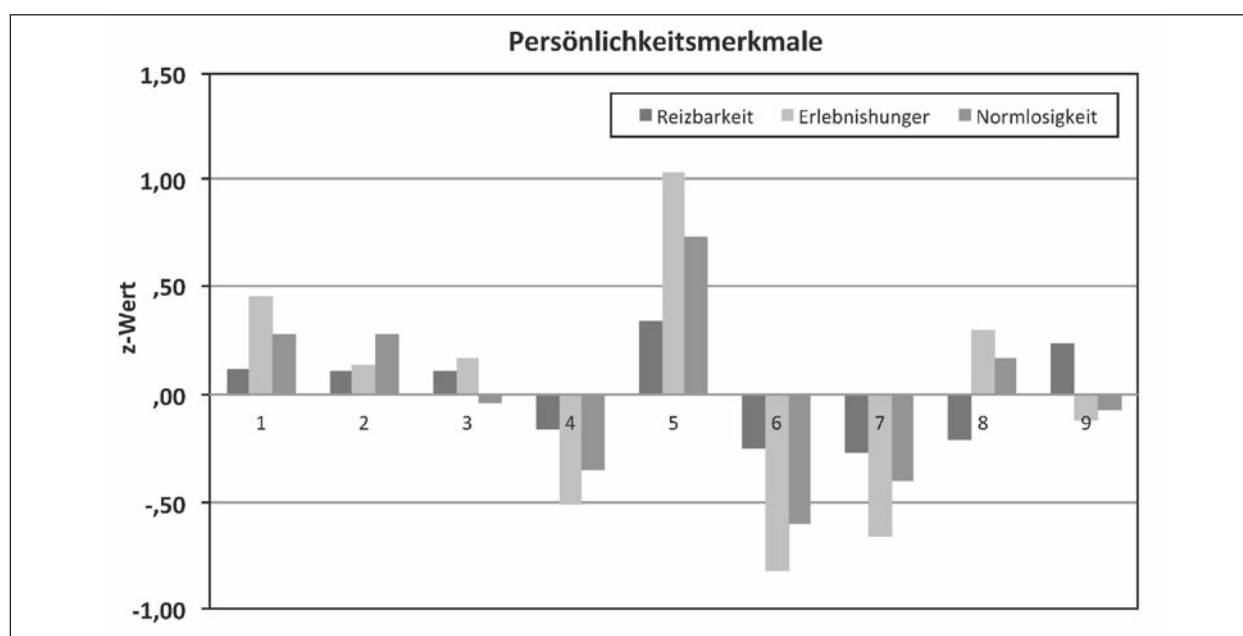


Bild 18: Beschreibungsmerkmale Persönlichkeitsmerkmale: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte für die Persönlichkeitsmerkmale „Reizbarkeit“, „Erlebnishunger“ und „Normlosigkeit“ für die Gesamtstichprobe

aus. Sie unterscheiden sich in ihrer Suche nach intensiven Sinnesreizen signifikant von allen anderen Gruppen ($p \leq .000$). Auch Gruppe 1, Gruppe 3 und Gruppe 8 haben einen überdurchschnittlichen Erlebnisdrang. Gruppe 6, Gruppe 7 und Gruppe 4 hingegen weisen im Vergleich zu den Gleichaltrigen einen unterdurchschnittlichen Erlebnishunger auf.

Reizbarkeit

Als besonders reizbar sind die Befragten aus Gruppe 5 und Gruppe 9 einzustufen. Auch Gruppe 1, Gruppe 2 und Gruppe 3 weisen eine überdurchschnittliche Reizbarkeit auf, während die Befragten aus Gruppe 7, Gruppe 6, Gruppe 4 und Gruppe 8 im Vergleich zu den Gleichaltrigen eher gelassen sind.

Normlosigkeit

Auch bezüglich der Normlosigkeit weist Gruppe 5 mit Abstand die stärksten Ausprägungen auf; sie unterscheidet sich signifikant von allen anderen Gruppen ($p \leq .000$). Für diese Gruppe scheinen Normen keine bzw. nur eine relativ geringe Relevanz zu besitzen. Auch Gruppe 1, Gruppe 2 und Gruppe 8 weisen eine überdurchschnittliche Normlosigkeit auf. Für Gruppe 6, Gruppe 7 und Gruppe 4 hingegen sind Normen im Vergleich zu den anderen Befragten relativ wichtig.

(2) Verkehrsdemografie

Führerscheinbesitz

Um Aussagen über den Anteil an Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen in den jeweiligen Gruppen zu treffen, werden nur die potenziellen Besitzer und Besitzerinnen eines Führerscheins und damit die

über 17-Jährigen betrachtet. Tabelle 24 stellt den Führerscheinbesitz differenziert nach Lebensstilgruppen dar. Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Besitz des Pkw-Führerscheins und der Lebensstilgruppe (Cramer-V = 0,15; $p = .000$): Mit über 81 % ist der Anteil der Pkw-Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen in Gruppe 8 am größten. Es folgen Gruppe 2 und Gruppe 4, in welchen über drei Viertel einen Führerschein besitzen. Mit anteilig 59 % gibt es am wenigsten Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen in Gruppe 1.

Auch der Zusammenhang zwischen Lebensstilgruppe und Besitz eines Motorrad- oder Moped-Führerscheins ist signifikant (Cramer-V = 0,11; $p = .000$). Der größte Anteil an Motorrad-Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen ist in Gruppe 5 und Gruppe 8 zu verzeichnen: Fast ein Fünftel der Befragten aus diesen Gruppen gibt an, einen Motorrad-Führerschein zu besitzen. In Gruppe 9 sind es 14 %. Der kleinste Anteil an Motorrad-Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen ist in Gruppe 3; nur jeder Zwanzigste aus dieser Gruppe hat einen Motorrad-Führerschein.

In Gruppe 5 befinden sich nicht nur die meisten Besitzer eines Motorrad-Führerscheins, sondern auch die meisten Besitzer eines Moped-Führerscheins. Über ein Viertel der über 17-Jährigen dieser Gruppe hat einen Moped-Führerschein. Es folgen Gruppe 8 mit einem Anteil von über einem Fünftel und Gruppe 9 mit 18 % Moped-Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen. Während der Anteil an Motorrad-Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen in Gruppe 3 unterdurchschnittlich ist, ist der Anteil an Moped-Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen mit 14 % relativ groß. In Gruppe 4 (13 %) und Gruppe 6 (11 %) haben die wenigsten Befragten einen Moped-Führerschein.

Führerschein	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Besitzer/innen eines Pkw-Führerscheins Chi-Quadrat = 36; $p = .000$; Cramer-V = .15										
Ja	59	74,4	64,2	75	65,9	72,4	73,5	80,8	63,3	70,2
Besitzer/innen eines Motorrad-Führerscheins Chi-Quadrat = 65; $p = .000$; Cramer-V = .11										
Nein	79,4	77,9	84,3	82,9	62,6	85,2	79,4	67,7	72,9	76,9
Ja, Motorrad	5,6	8,5	2	3,9	11,7	3,8	6,1	10,5	9	6,8
Ja, Moped/Roller	12,5	10,6	11,3	7,2	19	7,2	8,5	14,8	13,6	11,6
Ja, beides	2,5	3	2,5	5,9	6,7	3,8	6,1	7	4,5	4,6

Tab. 24: Beschreibungsmerkmal Führerscheinbesitz: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die über 17-Jährigen

Art des Führerscheins

Der Zusammenhang zwischen Lebensstilgruppe und der Art des Führerscheins ist signifikant (Cramer-V = 0,13; $p = .017$). Von den Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen¹ in Gruppe 1 haben 39 % ihren Führerschein im Rahmen des Begleiteten Fahrens erworben. In Gruppe 2 (28 %), Gruppe 3 (27 %) und Gruppe 9 (27 %) sind es ebenfalls überdurchschnittlich viele Fahrer und Fahrerinnen, welche ihren Führerschein im Rahmen dieses Programms erworben haben. Der kleinste Anteil an Fahrern und Fahrerinnen, der am Begleiteten Fahren teilgenommen hat, befindet sich in Gruppe 4 (17 %) und 5 (17 %) (Tabelle 25).

Fahrerfahrung und Fahrleistung

Tabelle 26 zeigt, dass fast 95 % der Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen in Gruppe 5 regelmäßig Auto fahren. Der Anteil der regelmäßigen Fahrenden ist auch in Gruppe 8 (91 %), in Gruppe 3 (89 %) und in Gruppe 1 (85 %) vergleichsweise hoch. Durchschnittlich viele regelmäßig Auto Fahrende finden

sich in Gruppe 9 (84 %) und Gruppe 7 (83 %). Ein relativ kleiner Anteil regelmäßig Auto Fahrender ist in Gruppe 4 (72 %), Gruppe 2 (74 %) und Gruppe 6 (76 %) zu verzeichnen. Der Zusammenhang zwischen den Lebensstilgruppen und der Fahrerfahrung ist signifikant (Cramer-V = 0,2; $p = .000$).

Dass sich in Gruppe 5 und 8 die Vielfahrer und Vielfahrerinnen befinden, spiegelt sich auch in der jährlichen Fahrleistung wider (Tabelle 26). Rund 40 % der befragten Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen in beiden Gruppen geben an, mehr als 10.000 Kilometer im Jahr mit dem Auto zu fahren. Eine vergleichbare Fahrleistung bringt Gruppe 9 auf: 30 % der Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen aus dieser Gruppe geben an, über 10.000 Kilometer im Jahr zu fahren. Am wenigsten Kilometer legen Personen aus Gruppe 2, Gruppe 6 und Gruppe 4 zurück. Ein Viertel (Gruppe 2) bzw. ein Fünftel (Grup-

¹ Wenn im Folgenden von Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen die Rede ist, sind die Besitzer und Besitzerinnen eines Pkw-Führerscheins gemeint.

Art des Führerscheins	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Chi-Quadrat = 19; $p = .000$; Cramer-V = .13										
Normaler Führerschein	61,6	71,6	73,0	83,3	82,8	74,3	77,8	75,7	73,4	74,8
Begleitetes Fahren	38,9	28,4	27,0	16,7	17,2	25,7	22,2	24,3	26,6	25,5

Tab. 25: Beschreibungsmerkmal Art des Führerscheins: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen

Fahrerfahrung und Fahrleistung	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Regelmäßiges Fahren Chi-Quadrat = 44; $p = .000$; Cramer-V = .2										
Ja	85,1	74,3	88,5	71,6	94,4	76,2	82,6	90,7	83,6	83,0
Fahrleistung										
Fahre seit langem nicht mehr	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	0,7	0,8	0,0	1,8	0,4
Unter 1.000 Kilometer	19,4	22,4	8,5	16,8	7,5	22,5	17,2	9,7	12,6	15,2
1 bis unter 3.000 Kilometer	14,0	24,5	19,2	14,2	10,3	15,2	13,1	16,2	9,0	15,5
3 bis unter 5.000 Kilometer	15,1	14,3	16,9	18,6	16,8	15,9	17,2	11,4	20,7	16,0
5 bis unter 10.000 Kilometer	24,7	13,6	28,5	29,2	27,1	24,5	23,0	21,6	26,1	23,8
10 bis unter 20.000 Kilometer	19,4	17,7	19,2	17,7	29,0	14,6	21,3	34,1	18,9	21,7
20 bis unter 30.000 Kilometer	6,5	6,1	6,9	1,8	7,5	4,0	4,9	5,9	10,8	6,0
30.000 Kilometer und mehr	1,1	1,4	0,8	0,9	1,9	2,6	2,5	1,1	0,0	1,4

Tab. 26: Beschreibungsmerkmale Fahrerfahrung und Fahrleistung: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer/innen

pe 6 und Gruppe 4) der Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen geben an, über 10.000 Kilometer im Jahr zu fahren.

(3) Verkehrssicherheitsrelevante Merkmale

Die neun clusteranalytisch ermittelten Lebensstilgruppen werden im Hinblick auf die Verkehrssicherheit durch folgende Merkmale näher beschrieben: Unfallbeteiligung, Verkehrsverstöße (Punkte im Verkehrszentralregister), berichtetes Fahrverhalten, Handlungskompetenzerwartung in schwierigen und riskanten Fahrsituationen (self-efficacy), Einstellung zum Auto und Autofahren, Einstellung zur Geschwindigkeit, Einstellung zum Fahren unter Alkoholeinfluss sowie berichtetes Fahren unter Alkohol- oder Drogeneinfluss.

Unfälle

Der Zusammenhang zwischen Unfallbeteiligung und Lebensstilgruppe ist signifikant (Cramer-V = 0,14; $p = .002$). Fast ein Drittel der befragten Fahrer und Fahrerinnen aus Gruppe 5 gibt an, in den letzten drei Jahren in einen Unfall verwickelt gewesen zu sein. Damit finden sich in dieser Gruppe mit Abstand die meisten Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen, die bereits in einen Unfall involviert waren. Es folgen Gruppe 1 (24 %), Gruppe 2 (20 %) und Gruppe 8 (19 %). Der kleinste Anteil Unfallbeteiligter findet sich in Gruppe 3 (11 %) und Gruppe 6 (13 %) (Tabelle 27).

Differenziert nach den unterschiedlichen Unfallfahrzeugen zeigt sich, dass Gruppe 5 mit 27 % nicht nur den größten Anteil an Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen hat, die mit einem Pkw in einen

Unfall verwickelt waren. Auch waren rund 4 % der Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen dieser Gruppe bereits mit einem Moped in einen Unfall involviert. Darüber hinaus ist in Gruppe 1 mit einem Anteil von 24 % der Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen die Unfallbeteiligung mit dem Auto deutlich höher als in den anderen Gruppen.

Diejenigen, die an einem Unfall beteiligt waren, sollten zudem angeben, wie häufig sie in einen Unfall in den letzten drei Jahren verwickelt waren. Jedoch sind die Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen zu klein ($n < 30$), um zuverlässige Aussagen treffen zu können, sodass von einer Analyse abgesehen wird.

Verkehrsverstöße

Der Zusammenhang zwischen Lebensstilgruppe und Verkehrsverstößen ist signifikant (Cramer-V = 0,26; $p = .000$). In Gruppe 5 (autozentrierter Typ A) ist der Anteil an Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen, die einen Punkt im Verkehrszentralregister haben, mit Abstand am größten: Über ein Drittel gibt an, im Verkehrszentralregister mit mindestens einem Punkt geführt zu sein. In keiner anderen Gruppe ist der Anteil an Personen, die einen entsprechenden Verkehrsverstoß begangen haben, vergleichbar groß. Es folgen Gruppe 9 (15 %), Gruppe 1 (13 %) und Gruppe 8 (11 %). In Gruppe 6 (3 %) gibt es am wenigsten Personen, die mit einem Verkehrsverstoß im Register geführt werden (Tabelle 28).

Diejenigen, die Punkte in Flensburg haben, sollten zudem angeben, mit wie vielen Punkten sie registriert sind. Auch hier sind die Fallzahlen zu klein, um eine einfaktorielle ANOVA zu berechnen und valide

Unfallbeteiligung	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Unfallbeteiligung generell										
Chi-Quadrat = 24; $p = .002$; Cramer-V = .14										
	24,2	20,3	10,7	18,4	31,5	12,5	16,4	18,8	17,9	18,5
Unfallbeteiligung mit Auto										
Chi-Quadrat = 18; $p = .019$; Cramer-V = .13										
	24,2	17,6	10,7	14	26,9	12,5	15,6	16,1	15,2	16,5
Unfallbeteiligung mit Motorrad										
	0	1,4	0	0	0,9	0,7	0,8	0,5	0,9	0,6
Unfallbeteiligung mit Moped										
	0	0	0,8	0	3,7	0	0	1,1	0,9	0,7

Tab. 27: Beschreibungsmerkmal Unfallverwicklung (dichotom): Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer/innen

Verkehrs- verstöße	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Punkte in Flensburg Chi-Quadrat = 77; p = .000; Cramer-V = .26										
Ja	12,8	8,8	8,4	9,7	36,4	3,3	9,0	11,3	14,5	12

Tab. 28: Beschreibungsmerkmal Punkte in Flensburg (dichotom): Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer/innen

Schnelles Fahren	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Häufigkeit zu schnellen Fahrens F = 26,573; df1 = 8; df2 = 455,458; p = .000										
MW (SD)	1,99 (0,81)	1,97 (0,97)	2,13 (0,95)	1,59 (0,76)	2,78 (0,80)	1,56 (0,86)	1,40 (0,91)	2,21 (0,85)	2,20 (1,09)	1,99 (0,97)

Tab. 29: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit einen schnellen Fahrens: Angegeben sind das arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung für die Führerscheinbesitzer/innen

Aussagen zu den Mittelwertunterschieden treffen zu können.

Fahrverhalten: Schnelles Fahren

Die Befragten wurden gefragt, wie häufig sie schneller fahren als erlaubt. Die 5-stufige Skala reicht von „nie“ bis „sehr häufig“. Die ANOVA belegt, dass sich die Lebensstilgruppen signifikant hinsichtlich ihres Fahrverhaltens unterscheiden ($F = 26,573$; $df1 = 8$; $df2 = 455,458$; $p = .000$) (Tabelle 29).

Die Autofahrer und Autofahrerinnen der Gruppe 5 geben an, häufig schneller zu fahren als erlaubt (MW = 2,7; SD = 0,835); sie fahren damit signifikant häufiger zu schnell als die Fahrer und Fahrerinnen aller anderen Gruppen. Auch die Gruppe 8 (MW = 2,18; SD = 0,855) und die Gruppe 9 (MW = 2,21; SD = 1,11) überschreiten häufiger die Geschwindigkeitsvorgaben als die anderen Gruppen. Deutlich seltener zu Geschwindigkeitsüberschreitungen kommt es in Gruppe 7 (MW = 1,4; SD = 0,859), Gruppe 4 (MW = 1,56; SD = 0,769) und Gruppe 6 (MW = 1,6; SD = 0,885). Bild 19 stellt die z-Werte für die Skala dar, sodass deutlich wird, welche Fahrer und Fahrerinnen im Vergleich zu allen befragten Fahrern und Fahrerinnen überdurchschnittlich häufig schnell fahren.

Fahrverhalten: Kommunikative Nebentätigkeiten beim Autofahren

Die Befragten sollten angeben, ob sie beim Autofahren telefonieren oder E-Mails checken. Bild 20 stellt den z-standardisierten Index dar, der aus den

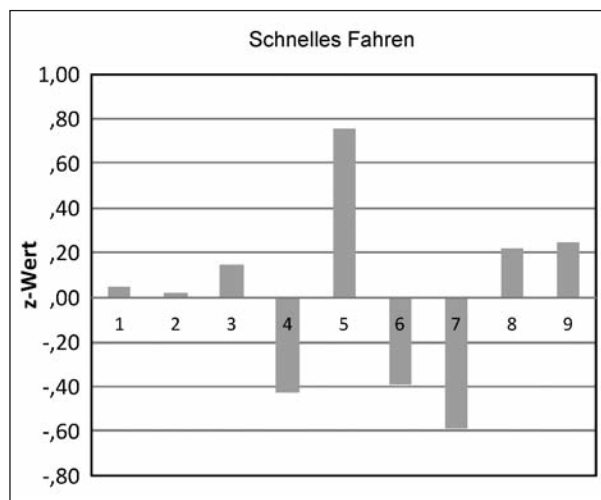


Bild 19: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit schnelles Fahren: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer/innen

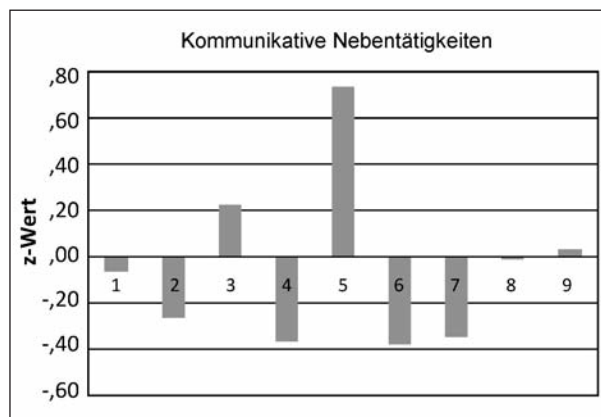


Bild 20: Beschreibungsmerkmal kommunikative Nebentätigkeiten beim Autofahren: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer/innen

beiden Items gebildet wurde (Skalenbildung siehe Kapitel 5.2). Je höher die Ausprägung, desto größer die Zustimmung, dass kommunikativen Nebentätigkeiten beim Autofahren nachgegangen wird.

Die Lebensstilgruppen unterscheiden sich signifikant hinsichtlich der Ausübung kommunikativer Nebentätigkeiten beim Autofahren ($F = 18,669$; $df1 = 8$; $df2 = 457,926$; $p = .000$). Die Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen der Gruppe 5 bestätigen am stärksten, dass sie während des Fahrens telefonieren oder E-Mails checken, und unterscheiden sich signifikant von allen anderen Gruppen hinsichtlich dieses Verhaltens ($p = .000$). Auch in Gruppe 3 kommt dieses Verhalten überdurchschnittlich häufig vor.

Handlungskompetenzerwartung

Die Ergebnisse zur Handlungskompetenzerwartung sind zusammen mit der Einstellung zur Geschwindigkeit und mit der affektiven sowie kognitiven Einstellung zum Auto in Bild 21 dargestellt.

Je höher die in Bild 21 dargestellten z-Werte, desto stärker ist die Erwartung der befragten Person, in der Lage zu sein, schwierige und riskante Verkehrssituationen zu meistern. Die Lebensstilgruppen variieren stark hinsichtlich ihrer erwarteten Handlungskompetenz im Straßenverkehr. Die ANOVA belegt hochsignifikante Unterschiede zwischen den Lebensstilgruppen ($F = 45,592$; $df1 = 8$; $df2 = 458,481$; $p = .000$). Die mit Abstand am höchsten ausgeprägte Kompetenzerwartung hat Gruppe 5. Die Fahrer und Fahrerinnen dieser Gruppe unterscheiden sich signifikant von allen anderen Fahrern und Fahrerinnen hinsichtlich ihrer Kompetenzeinschätzung ($p = .000$). Auch Gruppe 8, Gruppe 9 und Gruppe 2 weisen eine überdurchschnittlich ausgeprägte Kompetenzerwartung auf. Die Fahrer und Fahrerinnen der Gruppe 6 unterscheiden sich durch ihre niedrige Handlungskompetenzerwartung signifikant von fast allen anderen Gruppen ($p \leq .001$). Lediglich Gruppe 4 und Gruppe 7 weisen eine vergleichbar niedrige Kompetenzerwartung auf.

Einstellung zur Geschwindigkeit

Auch hinsichtlich ihrer Einstellung zur Geschwindigkeit unterscheiden sich die Lebensstilgruppen signifikant ($F = 69,562$; $df1 = 8$; $df2 = 458,833$; $p = .000$). Je höher der im Bild 21 dargestellte z-Wert, desto positiver ist die Einstellung gegen-

über dem Fahren mit hoher Geschwindigkeit. Die mit Abstand positivste Einstellung gegenüber dem Fahren mit hoher Geschwindigkeit hat Gruppe 5. Sie unterscheidet sich signifikant von allen anderen Gruppen ($p = .000$). Überdurchschnittlich positiv ist auch die Gruppe 8 gegenüber der Geschwindigkeit eingestellt. Mit Ausnahme von Gruppe 9 unterscheidet sich Gruppe 8 ebenfalls signifikant von allen anderen Gruppen ($p \leq .004$). Während Gruppe 1, Gruppe 2 und Gruppe 3 eine durchschnittliche Einstellung zur Geschwindigkeit haben, unterscheiden sich Gruppe 6, Gruppe 4 und Gruppe 7 signifikant von den anderen Gruppen aufgrund ihrer unterdurchschnittlich positiv ausgeprägten Einstellung zur Geschwindigkeit ($p = .000$).

Einstellung zum Auto

Im Gegensatz zur Einstellung zur Geschwindigkeit und Handlungskompetenzerwartung wurde zur Einstellung zum Auto die Gesamtstichprobe befragt. Die Einstellung zum Auto lässt sich, wie in Kapitel 4.5.2.4 dargelegt, in eine affektive Komponente, die positiv-emotionale Beziehung zum Auto, und in eine kognitive Komponente, die pragmatisch-rationale Bindung an das Auto, differenzieren.

Die ANOVA zeigt signifikante Unterschiede hinsichtlich beider Einstellungskomponenten, wobei die emotionale Beziehung zum Auto deutlich stärker zwischen den Gruppen variiert ($F = 55,001$; $df1 = 8$; $df2 = 599,104$; $p = .000$). Je höher die in Bild 21 dargestellten z-Werte, desto stärker ist die emotionale Bindung zum Auto. Gruppe 5 unterscheidet sich in ihrer stark emotionalen Bindung signifikant von den anderen Gruppen ($p = .000$). Das Auto hat für diese Gruppe ein hohes identitätsstiftendes Potenzial. Eine vergleichbare emotionale Einstellung zum Auto hat nur Gruppe 8. Während die anderen Gruppen eher durchschnittlich hinsichtlich ihrer Emotionalität gegenüber dem Auto sind, grenzen sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Gruppe 6 aufgrund ihrer unterdurchschnittlich ausgeprägten Emotionalität signifikant von allen anderen Gruppen ab ($p \leq .002$).

Die pragmatisch-rationale Bindung an das Auto steht für eine gewisse Abhängigkeit vom Auto im Alltag. Je höher die in Bild 21 abgebildeten z-Werte, desto stärker ausgeprägt ist die rationale Einstellung zum Auto. Hinsichtlich dieser vor allem pragmatisch geprägten Bindung an das Auto unterscheiden sich die Lebensstilgruppen nicht so sehr wie hinsichtlich ihrer emotionalen Beziehung zum

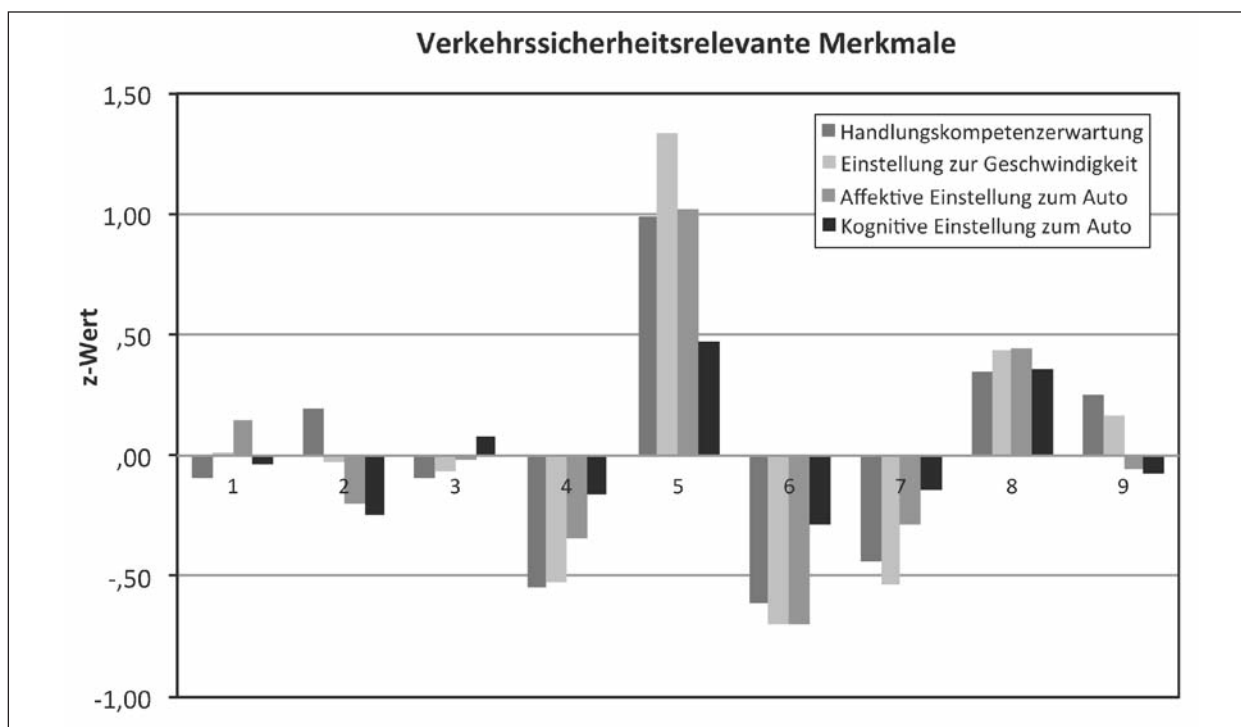


Bild 21: Beschreibungsmerkmale Handlungskompetenzerwartung, Einstellung zur Geschwindigkeit sowie affektive und kognitive Einstellung zum Autofahren. Handlungskompetenzerwartung, Einstellung zur Geschwindigkeit: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte für die Führerscheinbesitzer/innen. Affektive und kognitive Einstellung zum Autofahren: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte für die Gesamtstichprobe

Auto. Dennoch sind die Unterschiede zwischen den Gruppen signifikant, wie der Welch-Test belegt ($F = 16,634$; $df_1 = 8$; $df_2 = 757,653$; $p = .000$). Auch hier zeigt Gruppe 5 die am stärksten ausgeprägte Einstellung, wobei die emotionale Beziehung zum Auto in dieser Gruppe deutlich größer ist als die rationale Bindung an das Auto. Die Gruppe 5 unterscheidet sich hinsichtlich der rationalen Einstellung nicht signifikant von Gruppe 8 ($p = .999$). Auch Gruppe 6 grenzt sich in ihrer unterdurchschnittlichen alltagspragmatischen Bewertung des Autos nicht signifikant von allen anderen Gruppen ab.

Fahren und Alkohol- und Drogenkonsum

Im Folgenden wird dargelegt, für welche Gruppen aufgrund eines hohen Alkohol- und Drogenkonsums ein potenzielles Risiko auszumachen ist. Daran anschließend wird dargestellt, welche Befragten bereits unter Drogen- und Alkoholeinfluss gefahren sind.

Allgemeiner Alkohol- und Drogenkonsum

Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Lebensstilgruppen und dem Alkoholkonsum (Cramer-V = .17; $p = .000$). Tabelle 30 zeigt,

dass die Mitglieder der Gruppe 5 mit Abstand am häufigsten Alkohol trinken: Über die Hälfte gibt an, zwei- bis dreimal in der Woche bzw. täglich Alkohol zu trinken. Ein ebenfalls vergleichsweise hoher Alkoholkonsum findet sich in Gruppe 2. Hier ist es ein Drittel der Befragten, die zwei- bis dreimal in der Woche bzw. täglich Alkohol trinken. Auch ein Viertel der Befragten der Gruppe 8 gibt an, regelmäßig Alkohol zu konsumieren (zwei- bis dreimal wöchentlich oder täglich). Gruppe 6 weist den seltensten Alkoholkonsum auf. Über die Hälfte trinkt seltener als zwei- bis dreimal im Monat oder nie Alkohol. Die Mitglieder der Gruppe 7 gehören ebenfalls zu den unregelmäßigen Alkoholkonsumierenden: 45 % trinken seltener als zwei- bis dreimal im Monat oder nie.

Tabelle 31 stellt dar, wie häufig die Befragten der neun Lebensstilgruppen Drogen und Medikamente einnehmen. Der mit Abstand häufigste Konsum von Haschisch und Marihuana ist in Gruppe 5 festzustellen. 41 % der Befragten aus dieser Gruppe geben an, Haschisch und Marihuana schon mehrmals genommen zu haben. Auch in Gruppe 2 konsumierte nahezu ein Drittel der Befragten schon mehrmals Haschisch und Marihuana. Am seltensten werden diese Rauschmittel in Gruppe 6, Gruppe 7 und Gruppe 4 konsumiert: Über 95 Prozent in

Alkoholkonsum	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Häufigkeit des Alkoholkonsums Chi-Quadrat = 288; p = .000 ; Cramer-V = .17										
Nie	11,8	4,0	9,3	12,7	2,0	16,9	14,5	5,4	14,6	10,1
Seltener	20,4	19,7	22,5	25,9	10,7	35,4	30,6	13,2	17,4	21,8
Zwei- bis dreimal im Monat	24,6	17,5	29,8	25,9	11,2	24,6	20,7	24,8	19,6	22,4
Einmal pro Woche	24,2	25,6	24,4	21,5	24,5	16,5	17,1	30,2	25,6	23,4
Zwei- bis dreimal pro Woche	17,5	27,4	12,4	12,0	40,3	6,2	15,5	23,6	18,3	19,0
Täglich, fast täglich	1,4	5,8	1,6	1,9	11,2	0,4	1,6	2,7	4,6	3,3

Tab. 30: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit des Alkoholkonsums: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Drogenkonsum	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Konsum von Haschisch/Marihuana Chi-Quadrat = 225; p = .000; Cramer-V = .34										
Nie/einmal	84,8	67,3	89,8	94,8	58,9	96,5	96,3	86,3	89,9	85,2
Mehrmals	15,2	32,7	10,2	5,2	41,1	3,5	3,7	13,7	10,1	14,8
Konsum von LSD, Kokain, Ecstasy, Speed										
Nie/einmal	98,5	96,7	98,4	100,0	89,2	100,0	100,0	99,2	99,5	98,1
Mehrmals	1,5	3,3	1,6	0,0	10,8	0,0	0,0	0,8	0,5	1,9
Konsum von Heroin, Crack										
Nie/einmal	99,5	100,0	99,2	99,3	97,3	100,0	100,0	99,6	100,0	99,5
Mehrmals	0,5	0,0	0,8	0,7	2,7	0,0	0,0	0,4	0,0	0,5
Konsum von Beruhigungsmittel, Schlafmittel Chi-Quadrat = 19; p = .000; Cramer-V = .09										
Nie/einmal	98,6	92,9	95,3	94,2	96,4	98,8	96,2	96,9	97,7	96,4
Mehrmals	1,4	7,1	4,7	5,8	3,6	1,2	3,8	3,1	2,3	3,6

Tab. 31: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit des Drogenkonsums: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

diesen Gruppen geben an, Haschisch und Marihuana noch nie genommen oder nur einmal probiert zu haben.

Es besteht weitestgehend ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Lebensstilgruppen und dem Drogenkonsum. Bei der kreuztabellarischen Auswertung zum Konsum von LSD, Kokain, Ecstasy und Speed sowie Heroin und Crack sind die erwarteten Häufigkeiten zu klein, um einen Chi-Quadratstest durchzuführen (Tabelle 31).

Auch für den Konsum von LSD, Kokain, Ecstasy oder Speed lassen sich vergleichbare Tendenzen erkennen. Diese Drogen werden am häufigsten in Gruppe 5 eingenommen. 11 % der Jugendlichen

und jungen Erwachsenen aus dieser Gruppe nahmen eine dieser Drogen schon mehrmals zu sich. In keiner anderen Gruppe ist ein vergleichbar häufiger Drogenkonsum zu konstatieren. In Gruppe 2 geben 3 % an, LSD, Kokain, Ecstasy oder Speed schon häufiger genommen zu haben. In Gruppe 4, Gruppe 6 und Gruppe 8 geben alle Befragten an, diese Drogen noch nie genommen oder maximal einmal probiert zu haben.

Der Konsum von Heroin und Crack ist nach Auskunft der Befragten unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen kaum verbreitet: 10 Befragte und damit 0,5 % der Befragten geben an, Heroin oder Crack schon mehrmals genommen zu haben. Auch hier ist eine vermehrte Einnahme in Gruppe 5 festzustellen:

Häufigkeit des Vorkommens	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Fahren unter Alkoholeinfluss Chi-Quadrat = 144; p = .000; Cramer-V = .26										
Noch nie	67,4	67,9	64,9	69,2	25,7	79,1	75,7	50,3	53,9	61,5
Schon einmal	28,1	26,4	28,9	27,9	41,9	17,9	18,0	39,0	36,3	29,6
Mehrmals	4,5	5,7	6,1	2,9	32,4	3,0	6,3	10,7	9,8	8,9
Fahren unter Drogen- und Medikamenteneinfluss Chi-Quadrat = 115; p = .000; Cramer-V = .23										
Noch nie	91,3	84,4	93,0	93,7	60,4	98,7	95,0	89,0	85,2	88,4
Schon einmal	6,5	8,8	3,9	4,5	25,5	0,7	4,2	7,1	12,0	7,7
Mehrmals	2,2	6,8	3,1	1,8	14,2	0,7	0,8	3,8	2,8	3,9

Tab. 32: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit des Fahrens unter Alkohol- sowie Drogen- und Medikamenteneinfluss: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer/innen

Rund 3 % der Mitglieder der Gruppe 5 nahmen schon mehrmals eine dieser Drogen zu sich.

Die Einnahme starker Beruhigungs- und Schlafmittel variiert zwischen den Gruppen nicht so stark wie die Einnahme der anderen abgefragten Drogen. Zudem stellen sich hier andere Gruppen als vergleichsweise häufige Konsumenten dar. So ist der größte Anteil an Medikamentenkonsumenten mit 7 % in Gruppe 2 zu verzeichnen. Es folgen Gruppe 4 und Gruppe 3, in welchen 6 % und 5 % der Befragten angeben, schon mehrmals starke Beruhigungs- und Schlafmittel genommen zu haben. In Gruppe 6 und Gruppe 7 sind die wenigsten Befragten, die schon des Öfteren Beruhigungs- und Schlafmittel konsumierten.

Fahren unter Alkohol- und Drogeneinfluss

Verkehrssicherheitsrelevant wird der Alkohol- und Drogenkonsum, wenn unter Alkohol- und Drogeneinfluss Auto gefahren wird. Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Fahren unter Alkoholeinfluss und den Lebensstilgruppen (Cramer-V = .26; p = .000). Tabelle 32 verdeutlicht, dass sich vor allem in Gruppe 5 Personen befinden, die schon Auto gefahren sind, obwohl sie zu viel getrunken haben: Ein Drittel gibt an, dass das schon mehrmals vorgekommen sei. Auch in Gruppe 8 und Gruppe 9 räumen 11 % bzw. 10 % ein, dass sie schon mehrmals angetrunken Auto gefahren sind. In Gruppe 6 ist mit rund 20 % der Anteil an Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen, der schon angetrunken Auto gefahren ist, am kleinsten.

Ein vergleichbarer Zusammenhang zeigt sich zwischen dem Fahren unter Drogeneinfluss und den

Lebensstilgruppen (Cramer-V = .23; p = .000). Auch hier setzt sich Gruppe 5 deutlich von den anderen Gruppen ab: Über ein Viertel fuhr schon einmal unter Drogeneinfluss Auto; 14 % geben sogar an, dass dies schon mehrmals vorkam. Während Gruppe 2 hinsichtlich des Fahrens unter Alkoholkonsum nicht auffällig ist, geben vergleichsweise viele an (7 %), dass sie bereits mehrmals unter Drogeneinfluss fuhren. Vergleichbar viele finden sich in Gruppe 8 und Gruppe 9. Gruppe 6 ist wie beim Alkoholkonsum die Gruppe, in der das Risikoverhalten am seltensten vorkommt: 99 % geben an, dass sie noch nie unter Drogeneinfluss Auto fuhren.

(4) Zusammenfassung: Risikoprofile der Lebensstilgruppen

Im Folgenden sollen die in diesem Kapitel vorgestellten Merkmale zu Risikoprofilen der Lebensstilgruppen zusammengeführt werden. Dabei wird in erster Linie auf die Besonderheiten der jeweiligen Lebensstilgruppen eingegangen.

Gruppe 1: In Gruppe 1 gibt es anteilig am wenigsten Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen unter den über 17-Jährigen (71 %); jedoch haben mit 39 % überdurchschnittlich viele am Programm „Begleitetes Fahren“ teilgenommen. Dies könnte auf das vergleichsweise niedrige Alter der Gruppe zurückzuführen sein. Auffällig an der Gruppe sind die relativ starken Ausprägungen hinsichtlich der Charaktereigenschaften Erlebnishunger und Normlosigkeit. Dieses Persönlichkeitsprofil scheint sich im Verhalten im Straßenverkehr niederzuschlagen. So

- fahren Personen dieser Gruppe zwar nicht übermäßig schnell, weisen jedoch eine übermäßig hohe Unfallbeteiligung mit dem Auto (24 %) und viele Verkehrsverstöße (13 %) auf. Das Fahren unter Drogen- oder Alkoholeinfluss ist in dieser Gruppe vergleichsweise unüblich. Hinsichtlich der Handlungskompetenzerwartung, der Einstellung zur Geschwindigkeit sowie der affektiven und kognitiven Einstellung zum Auto ist diese Gruppe als durchschnittlich zu beschreiben.
- Gruppe 2: Mit rund drei Vierteln der Befragten aus Gruppe 2 ist der Anteil an Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen unter den über 17-Jährigen vergleichsweise groß. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen dieser Gruppe weisen eine leicht überdurchschnittliche Normlosigkeit auf. Auffällig ist zudem der vergleichsweise hohe Alkohol- und Drogenkonsum dieser Gruppe: Ein Drittel der Befragten trinkt zwei- bis dreimal in der Woche Alkohol, ein Drittel konsumierte schon mehrmals Haschisch und Marihuana. Auch ist mit 7 % in dieser Gruppe der größte Anteil an Medikamentenkonsumenten zu verzeichnen. Während Personen dieser Gruppe hinsichtlich des Fahrens unter Alkoholkonsum nicht auffällig sind, geben vergleichsweise viele an, schon unter Drogeneinfluss gefahren zu sein. Die Befragten fahren trotz einer leicht überdurchschnittlichen Handlungskompetenzerwartung nicht auffallend häufig zu schnell.
- Gruppe 3: Rund zwei Drittel der über 17-Jährigen aus Gruppe 3 sind im Besitz eines Pkw-Führerscheins. 89 % der Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen geben an, regelmäßig zu fahren. Die Fahrer und Fahrerinnen verhalten sich relativ sicher im Straßenverkehr: Es gibt anteilig vergleichsweise wenige Unfallbeteiligte und Verkehrssünder in dieser Gruppe – trotz eines leicht überdurchschnittlich schnellen Fahrstils und der möglichen Ablenkung durch das Checken von E-Mails und Telefonieren beim Autofahren. In der Gruppe werden unterdurchschnittlich Alkohol und Drogen konsumiert.
- Gruppe 4: Die Persönlichkeitsmerkmale „Reizbarkeit“, „Erlebnishunger“ und „Normlosigkeit“ sind in Gruppe 4 unterdurchschnittlich ausgeprägt. Es gibt einen relativ großen Anteil an Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen. In dieser Gruppe hat jedoch der kleinste Anteil Befragter (16 %) am „Begleiteten Fahren“ teilgenommen, was wahrscheinlich auf das relativ hohe Durchschnittsalter dieser Gruppe zurückzuführen ist. Bei den Personen dieser Gruppe handelt es sich um vergleichsweise unregelmäßige Fahrer und Fahrerinnen. Dies spiegelt sich auch in einer niedrigen Handlungskompetenzerwartung wider. Außerdem scheint das Auto für die Befragten dieser Gruppe weder eine emotionale noch eine alltagspragmatische Bedeutung zu haben. Die unterdurchschnittlich positive Einstellung zur Geschwindigkeit schlägt sich in dem vergleichsweise langsamen Fahrstil der Gruppe nieder.
- Gruppe 5: Die Befragten aus Gruppe 5 haben ein ausgeprägtes Risikoprofil. Sie unterscheiden sich signifikant von den anderen Befragten in ihrem Drang nach Erlebnissen, in ihrer hohen Reizbarkeit sowie in der ausgeprägten Normlosigkeit. Dieses risikoaffine Persönlichkeitsprofil spiegelt sich auch im Fahrverhalten wider. Bei den Fahrern und Fahrerinnen der Gruppe handelt es sich um Vielfahrer und Vielfahrerinnen, die sowohl regelmäßig fahren als auch große Strecken beim Fahren zurücklegen. Dem Fahren mit hoher Geschwindigkeit gegenüber sind die Befragten überdurchschnittlich positiv eingestellt. Dies zeigt sich auch in einem signifikant schnelleren Fahrstil dieser Gruppe. Zudem gibt es in Gruppe 5 den größten Anteil an Fahrern und Fahrerinnen, die schon unter Alkohol- und Drogenkonsum Auto gefahren sind: So fuhren 32 % schon mehrmals alkoholisiert und 14 % schon mehrmals unter Drogeneinfluss. Außerdem gehen diese Fahrer und Fahrerinnen auch überdurchschnittlich häufig kommunikativen Nebentätigkeiten beim Fahren nach. Der Fahrstil schlägt sich in der höchsten Unfallrate nieder. Zudem gibt es in dieser Gruppe den größten An-

teil an Fahrern und Fahrerinnen, der einen Punkt im Verkehrszentralregister hat. Dennoch halten sich die Autofahrer und Autofahrerinnen für überdurchschnittlich kompetent im Straßenverkehr. Das Auto ist für diese Gruppe nicht nur ein Mobilitätsgarant, sondern hat ein großes identitätsstiftendes Potenzial: Die Gruppe unterscheidet sich in ihrer stark emotionalen Bindung an das Auto signifikant von den anderen Gruppen.

Gruppe 6: Die Befragten aus Gruppe 6 haben im Vergleich zu den anderen Befragten den niedrigsten Drang nach Erlebnissen. Sie sind vergleichsweise ausgelassen und normenorientiert. Bei den Führerscheinbesitzern der Gruppe 6 handelt es sich um unregelmäßige und regelkonforme Fahrer und Fahrerinnen. Es kommt deutlich seltener als beim Durchschnitt zu Geschwindigkeitsüberschreitungen beim Fahren. Die Einstellung zur Geschwindigkeit ist stark unterdurchschnittlich ausgeprägt und spricht eher für eine Ablehnung von zu schnellem Fahren. Zudem ist mit 20 % der Anteil derer, der schon angetrunken Auto fuhr, am kleinsten. Alkohol- und Drogenkonsum ist in dieser Gruppe ein randständiges Thema. Entsprechend gibt es in Gruppe 6 den geringsten Anteil Personen, die mit einem Verkehrsverstoß im Register geführt werden. Zudem befindet sich in dieser Gruppe ein sehr kleiner Anteil Unfallbeteiligter. Die Fahrer und Fahrerinnen der Gruppe 6 unterscheiden sich durch ihre niedrige Handlungskompetenzerwartung signifikant von fast allen anderen Gruppen. Das Auto scheint für diese Gruppe weder eine pragmatische Alltagsrelevanz noch eine symbolische Bedeutung zu haben.

Gruppe 7: Bei den Persönlichkeitsmerkmalen „Erlebnishunger“, „Reizbarkeit“ und „Normlosigkeit“ weisen die Personen der Gruppe 7 die zweitniedrigsten Ausprägungen nach Gruppe 6 auf. Sie sind entsprechend eher als ausgeglichen und normenorientiert zu beschreiben. Die Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen dieser Gruppe sind Autofahrer und Autofahrerinnen, die eher eine Affinität für geringere Geschwindigkeiten erkennen las-

sen. Entsprechend ist die Einstellung zur Geschwindigkeit unterdurchschnittlich ausgeprägt. Auch die emotionale Beziehung und die alltagspragmatische Bindung zum Auto sind vergleichsweise schwach. Zudem schätzen die Fahrer und Fahrerinnen ihre Handlungskompetenz im Straßenverkehr als vergleichsweise niedrig ein. Die Mitglieder der Gruppe 7 gehören zu den unregelmäßigen Alkohol- und Drogenkonsumierenden. Entsprechend gibt es auch vergleichbar wenige Fahrer und Fahrerinnen, die unter Alkohol- und Drogeneinfluss fahren.

Gruppe 8: Mit über 85 % ist der Anteil der Pkw-Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen in Gruppe 8 am größten. Darüber hinaus ist der Anteil regelmäßiger Fahrer und Fahrerinnen in dieser Gruppe vergleichsweise hoch. Zusammen mit den Fahrern und Fahrerinnen der Gruppe 5 legen die Fahrer und Fahrerinnen der Gruppe 8 jährlich am meisten Kilometer zurück. Das Risikoprofil der Gruppe 8 ähnelt dem der Gruppe 5, es ist jedoch nicht so stark ausgeprägt. So gibt es in Gruppe 8 relativ viele Personen, die bereits in einen Unfall verwickelt waren und einen Verkehrsverstoß begangen haben – jedoch weniger als in Gruppe 5. Rund 40 % der Befragten räumen ein, dass sie schon angetrunken Auto gefahren sind. Die Fahrer und Fahrerinnen der Gruppe 8 weisen wie die der Gruppe 5 eine überdurchschnittlich ausgeprägte Kompetenzerwartung auf und sind überdurchschnittlich positiv gegenüber dem Fahren mit hoher Geschwindigkeit eingestellt. Zudem hat das Auto für die Befragten aus Gruppe 8 eine emotionale Bedeutung und damit ein identitätsstiftendes Potenzial.

Gruppe 9: Für die Befragten aus Gruppe 9 ist eine leicht überdurchschnittlich ausgeprägte Reizbarkeit zu vermerken. Die Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen der Gruppe 9 legen eine vergleichsweise weite Strecke mit dem Auto zurück: 30 % der Führerscheinbesitzer und -besitzerinnen aus dieser Gruppe geben an, über 10.000 Kilometer im Jahr zu

fahren. Entsprechend der jährlichen Fahrleistung halten sich die Befragten der Gruppe 9 für kompetente Autofahrer und Autofahrerinnen. Zudem haben die Fahrer und Fahrerinnen ein Faible für schnelles Fahren, was sich auch in einer überdurchschnittlich positiven Einstellung zur Geschwindigkeit zeigt. Obwohl die Befragten nicht auffällig hinsichtlich des generellen Alkohol- und Drogenkonsums sind, gibt es einen überdurchschnittlich großen Anteil an Führerscheinbesitzern und -besitzerinnen, die sich unter Drogen- und Alkoholeinfluss ans Steuer setzen.

4.5.5.3 Kommunikationsprofile der Lebensstilgruppen

Nachdem die Risikoprofile der Lebensstilgruppen dargelegt wurden, werden im Folgenden die mediale Kommunikation sowie die interpersonale Kommunikation der Lebensstilgruppen analysiert. Hierfür wird nicht nur die Quantität der Nutzung verschiedener Medien untersucht, sondern es werden auch die inhaltlichen Präferenzen bei der Mediennutzung beschrieben. Die Nutzung des Mobiltelefons sowie die Nutzung verschiedener Apps – kleiner Anwendungsprogramme für das Smartphone – leiten zur interpersonalen Kommunikation über. Es wird der Frage nachgegangen, inwieweit das Thema „Auto und Autofahren“ in Gesprächen in der Peergruppe aufgegriffen wird und welche

Aspekte dabei thematisiert werden. Zudem werden die sozialen Normen bezüglich des Verhaltens im Straßenverkehr untersucht und es wird auf die Bedeutung der Peergruppe eingegangen.

(1) Mediale Kommunikation

Tägliche Mediennutzung

Die Befragten unterscheiden sich signifikant in ihrer täglichen Mediennutzung. Um die Mediennutzungsprofile der unterschiedlichen Gruppen darzustellen, zeigt Bild 22 die z-standardisierten Werte für die unterschiedlichen Gruppen. Die nachfolgende Beschreibung erfolgt auf Basis der absoluten Werte (Tabelle 33), sodass Aussagen bezüglich der tatsächlichen Mediennutzungsdauer möglich sind.

Auf einer Skala von 0 bis 6, die die zeitliche Zuwendung in 30-Minuten-Schritten erfasst, geben die Befragten an, durchschnittlich anderthalb Stunden fernzusehen (MW = 3,49; SD = 1,54). Damit ist das Fernsehen zusammen mit dem Internet (MW = 3,48; SD = 1,57) das meistgenutzte Medium. Die Fernsehnutzungsdauer ist folglich in allen Lebensstilgruppen auf einem hohen Niveau. Dennoch gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen ($F = 7,355$; $df_1 = 8$; $df_2 = 793,563$; $p = .000$). Der tägliche Fernsehkonsum ist in Gruppe 3 am größten und in Gruppe 2 am kleinsten: Während die Befragten aus Gruppe 3 angeben, anderthalb bis zwei Stunden fernzusehen (MW = 3,9; SD = 1,345), schauen die Befragten aus Gruppe 2 nur eine bis anderthalb Stunden täglich

Tägliche Mediennutzung	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Fernsehen	F = 7,355; df1 = 8; df2 = 793,563; p = .000									
MW (SD)	3,35 (1,54)	3,12 (1,78)	3,90 (1,35)	3,35 (1,41)	3,81 (1,62)	3,31 (1,48)	3,31 (1,46)	3,72 (1,36)	3,42 (1,71)	3,49 (1,54)
Tageszeitung lesen	F = 17,27; df1 = 8; df2 = 1.949; p = .000									
MW (SD)	,66 (,71)	,82 (,86)	,57 (,67)	1,23 (,76)	,45 (,73)	,65 (,69)	,91 (,76)	,89 (,78)	,69 (,82)	,75 (,78)
Radio hören	F = 4,578; df1 = 8; df2 = 787,961; p = .000									
MW (SD)	2,44 (2,00)	2,04 (1,90)	2,37 (1,83)	3,00 (1,89)	1,97 (1,90)	2,31 (1,82)	2,44 (1,86)	2,53 (1,87)	2,22 (1,88)	2,36 (1,90)
Internet	F = 15,362; df1 = 8; df2 = 791,492; p = .000									
MW (SD)	3,58 (1,42)	4,09 (1,67)	3,64 (1,52)	2,93 (1,34)	3,94 (1,55)	3,05 (1,49)	2,93 (1,57)	3,60 (1,48)	3,39 (1,65)	3,48 (1,57)

Tab. 33: Beschreibungsmerkmal tägliche Mediennutzung: Angegeben sind das arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe. Skala: von 0 = „gar keine Zeit“ bis 6 = „mehr als drei Stunden“ in 30-Minuten-Abständen

fern (MW = 3,12; SD = 1,782). Überdurchschnittlich viel wird außerdem in Gruppe 5 (MW = 3,81; SD = 1,618) und Gruppe 8 (MW = 3,72; SD = 1,362) ferngeschaut.

Auch hinsichtlich ihrer Internetnutzung unterscheiden sich die Gruppen deutlich voneinander ($F = 15,362$; $df1 = 8$; $df2 = 791,492$; $p = .000$). Als besonders intensive Internetnutzer stellen sich die Befragten aus Gruppe 2 (MW = 4,09; SD = 1,668) und Gruppe 5 (MW = 3,94; SD = 1,545) heraus: Sie nutzen täglich anderthalb bis zwei Stunden das Internet. Am wenigsten wird das Internet in Gruppe 4 (MW = 2,93; SD = 1,339), Gruppe 6 (MW = 3,05; SD = 1,492) und Gruppe 7 (MW = 2,93; SD = 1,574) genutzt: In diesen Gruppen liegt die tägliche Internetnutzungsdauer bei rund einer bis anderthalb Stunden.

Auch in ihrer Radionutzung unterscheiden sich die Gruppen voneinander ($F = 4,578$; $df1 = 8$; $df2 = 787,961$; $p = .000$). Das Radio ist ein besonders beliebtes Medium bei den Mitgliedern der Gruppe 4. In dieser Gruppe wird es durchschnittlich eine bis anderthalb Stunden genutzt (MW = 3; SD = 1,89). Im Gegensatz dazu wenden sich die Befragten der Gruppe 5 (MW = 1,97; SD = 1,895) und Gruppe 2 (MW = 2,04; SD = 1,903) nur rund eine halbe bis eine Stunde täglich dem Radio zu.

Am deutlichsten unterscheiden sich die Gruppen in ihrer Zeitungsnutzung voneinander ($F = 17,27$; $df1 = 8$; $df2 = 1.949$; $p = .000$). Genau wie beim Radio stellen sich auch hier die Befragten aus Gruppe 4 als vergleichsweise intensive Nutzer dar (MW = 1,273; SD = 0,756). Sie unterscheiden sich mit einer täglichen Nutzungsdauer von rund einer halben Stunde signifikant von allen anderen Gruppen ($p \leq .003$). Am wenigsten Zeitung wird in Gruppe 5 (MW = 0,45; SD = 0,728) und in Gruppe 3 (MW = 0,57; SD = 0,671) gelesen.

Um ein differenziertes Mediennutzungsprofil für die unterschiedlichen Lebensstilgruppen zu erhalten, werden im Folgenden die inhaltlichen Präferenzen bei der Nutzung der einzelnen Medien dargestellt. Hierfür wird zunächst auf die klassischen Medien, das Fernsehen und die Printmedien, eingegangen. Im weiteren Verlauf liegt der Fokus auf der Analyse der Internetnutzung sowie der mobilen Online-Nutzung.

Fernsehnutzung: Fernsehsendungen

Das Fernsehen ist neben dem Internet das zentrale Medium im Alltag der Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Im Folgenden wird dargelegt, welche Inhalte von welcher Lebensstilgruppe besonders gern rezipiert werden. Dabei ist zu beachten, dass es sich bei der Präferenz für Fernsehsendun-

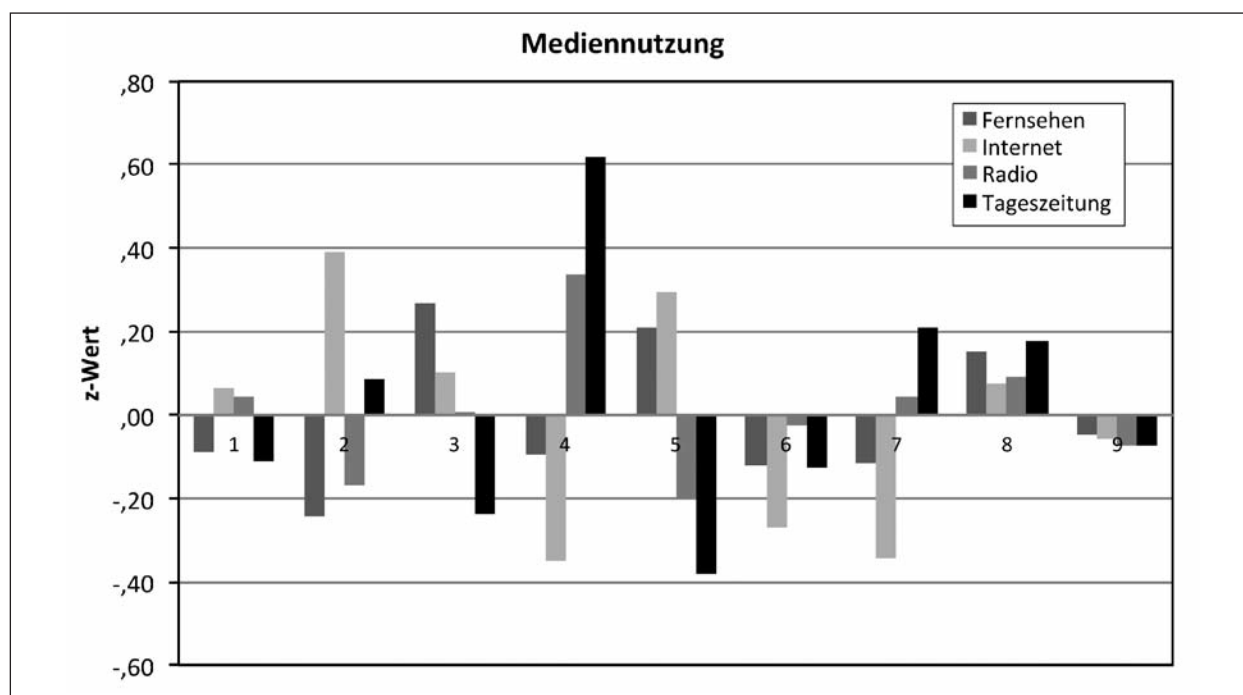


Bild 22: Beschreibungsmerkmal tägliche Mediennutzung: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

gen um ein clusterbildendes Merkmal handelt. Entsprechend sind die Maßzahlen für die Zusammenhänge zwischen der Lebensstilgruppe und den bevorzugten Genres alle hochsignifikant sowie relativ stark und werden hier nicht gesondert aufgeführt. Die folgende Beschreibung ist nach den Faktoren „Action & Humor“, „Information & Kultur“, „Romantik & Reality“ sowie „Sport“ untergliedert. Um genauere Einblicke in die inhaltlichen Vorlieben zu bekommen, werden die prozentualen Angaben für die einzelnen Sendeformate angegeben (Tabelle 34). Bild 23 stellt die z-Werte für die vier aus den Faktoren gebildeten Summenindices dar, sodass inhaltliche Fernsehnutzungsprofile der Lebensstilgruppen deutlich werden.

Sendungen und Filme aus dem Bereich „Action & Humor“ schauen besonders gern die Befragten aus Gruppe 5, Gruppe 8 und Gruppe 2: So rezipieren 87 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 8, 82 % der jungen Befragten aus Gruppe 5 und 62 % der Mitglieder aus Gruppe 2 gern Actionfilme. Fantasy und Science-Fiction werden bevorzugt von Gruppe 5 (62 %) geschaut. In Gruppe 2 und Gruppe 8 finden sich jeweils 58 %, die gern Filme und Sendungen aus diesem Genre gucken. Das größte Faible für Horrorfilme haben die Befragten aus Gruppe 5 (62 %). Comedy- und Sitcoms werden von rund der Hälfte aller

Befragten gern gesehen (46 %). Besonders viele Comedyliebhaber und -liebhaberinnen finden sich in Gruppe 8 (61 %). Gruppe 2 hat eine Vorliebe für Zeichentrick- und Animationsfilme: Rund ein Drittel zeigt Interesse an animierten Filmen (32 %).

Gruppe 2 und Gruppe 4 haben ein besonderes Interesse an Filmen und Sendungen aus der Kategorie „Information & Kultur“. Den geringsten Zuspruch finden informative Fernsehformate in Gruppe 5 und Gruppe 9. Während nur 29 % aller Befragten angeben, gern Nachrichten zu schauen, sind es in Gruppe 4 über zwei Drittel (69 %) und in Gruppe 2 fast die Hälfte (49 %). Mit Abstand das geringste Interesse an Nachrichten zeigen die Befragten aus Gruppe 5 (7 %). Besonderes Interesse an Reportagen und Dokumentationen haben die Befragten aus Gruppe 4 (82 %) und Gruppe 2 (65 %). Für sozialkritische Filme herrscht unter den Befragten allgemein eher geringes Interesse vor (18 %). In Gruppe 4 geben jedoch 56 % und in Gruppe 2 35 % an, Filme mit sozialkritischem Inhalt gern zu schauen. Des Weiteren grenzt sich Gruppe 4 deutlich durch die Präferenz für Kultursendungen (55 %) von den restlichen Befragten ab.

Auch Sendungen und Filme aus der Kategorie „Romantik & Reality“ sind für die Befragten aus Gruppe 4 interessant. Noch größeren Zuspruch fin-

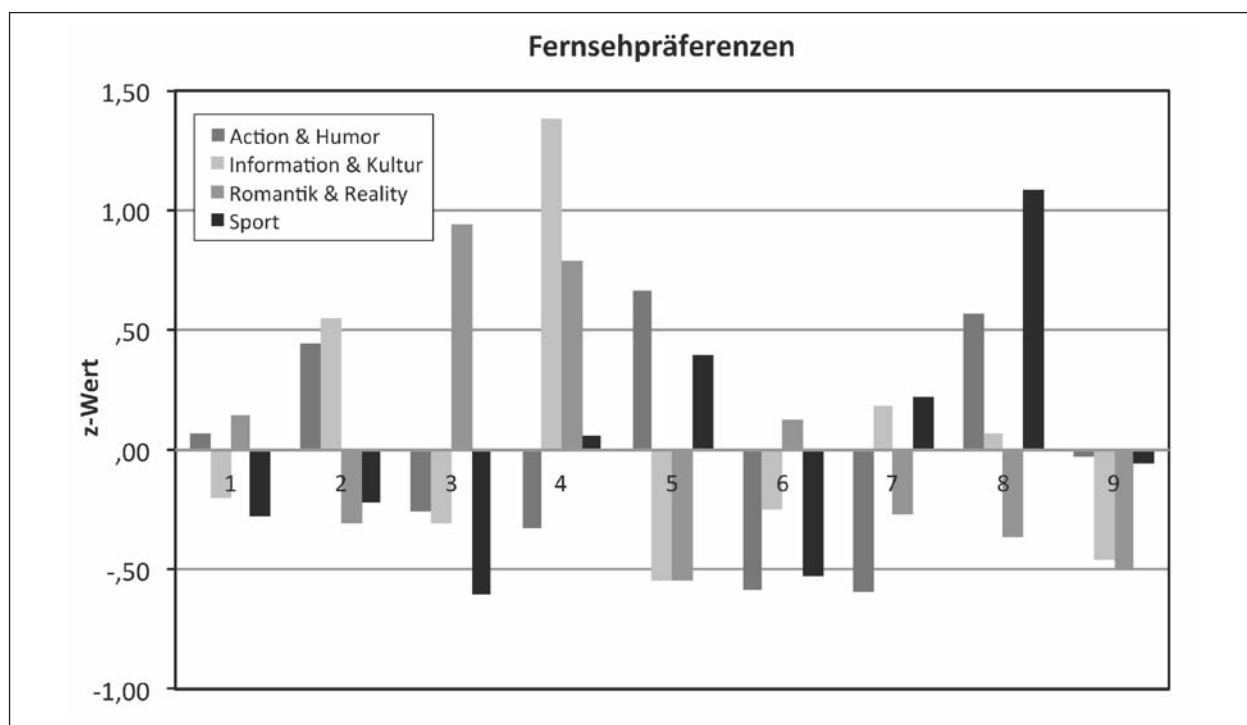


Bild 23: Beschreibungsmerkmal inhaltliche Fernsehpräferenzen: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte für die Summenindices zu den Faktoren „Action & Humor“, „Information & Kultur“, „Romantik & Reality“ und „Sport“

Fernsehpräferenzen	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Faktor 1: Action & Humor										
03 Actionfilme Chi-Quadrat = 376; p = .000; Cramer-V = .43										
Genannt	53,3	62,3	35,8	30,6	82,3	26,1	32,3	87,4	59,2	52,6
04 Fantasy, Science-Fiction Chi-Quadrat = 172; p = .000; Cramer-V = .29										
Genannt	42,1	58,7	31,2	36,9	62,6	23,4	22,1	57,9	39,0	41,5
05 Horrorfilme Chi-Quadrat = 228; p = .000; Cramer-V = .34										
Genannt	33,6	47,5	26,5	12,5	62,1	13,4	14,4	44,8	30,5	32,0
11 Comedy, Sitcom Chi-Quadrat = 111; p = .000; Cramer-V = .24										
Genannt	51,4	57,4	47,3	36,9	57,1	30,7	25,1	60,5	43,9	46,0
12 Zeichentrickfilme, Animationsfilme Chi-Quadrat = 56; p = .000; Cramer-V = .17										
Genannt	22,9	31,8	13,8	28,1	26,3	13,8	11,3	25,3	16,6	20,8
Faktor 2: Information & Kultur										
01 Nachrichten, politische Magazine Chi-Quadrat = 291; p = .000; Cramer-V = .04										
Genannt	19,6	48,9	15,4	69,4	7,1	23,8	37,9	37,5	14,3	29,2
07 Sozialkritische Filme Chi-Quadrat = 273; p = .000; Cramer-V = .37										
Genannt	14,0	35,0	11,2	55,6	3,5	11,9	19,0	14,6	5,4	17,6
18 Kultursendungen Chi-Quadrat = 409; p = .000; Cramer-V = .45										
Genannt	6,1	16,6	4,2	55,0	2,0	3,8	11,3	5,4	4,0	10,4
19 Reportagen Chi-Quadrat = 352; p = .000; Cramer-V = .36										
Genannt	36,4	64,6	33,5	81,9	23,7	31,8	53,8	51,0	22,4	43,0
Faktor 3: Romantik & Reality										
06 Filmkomödien, Liebesfilme Chi-Quadrat = 331; p = .000; Cramer-V = .41										
Genannt	50,9	40,4	75,4	67,5	12,6	50,6	30,3	24,1	21,5	41,6
08 Fernsehserien, Soaps Chi-Quadrat = 263; p = .000; Cramer-V = .36										
Genannt	52,3	31,4	83,8	53,8	26,3	50,6	33,8	32,6	30,0	44,5
09 Talkshows Chi-Quadrat = 120; p = .000; Cramer-V = .25										
Genannt	16,4	8,1	23,5	36,9	8,6	14,6	12,8	7,7	5,8	14,3
13 Castingshows Chi-Quadrat = 290; p = .000; Cramer-V = .38										
Genannt	36,0	9,0	64,6	30,0	21,7	33,0	16,9	14,2	13,9	27,2
14 Kochsendungen Chi-Quadrat = 117; p = .000; Cramer-V = .24										
Genannt	7,0	8,5	15,4	31,9	2,0	12,6	9,2	6,1	5,4	10,4
15 Quiz- oder Spielshows Chi-Quadrat = 130; p = .000; Cramer-V = .27										
Genannt	16,8	16,6	23,5	49,4	7,6	18,8	19,0	19,9	9,0	19,3
16 Doku-Soaps Chi-Quadrat = 117; p = .000; Cramer-V = .24										
Genannt	22,4	15,2	41,5	33,8	12,1	17,6	13,3	16,1	13,5	20,7
Faktor 4: Sport										
17 Sportsendungen Chi-Quadrat = 546; p = .000; Cramer-V = .52										
Genannt	24,3	26,9	8,5	40,6	57,1	12,3	48,7	90,4	35,0	37,7
Sonstiges										
02 Krimis, Agentenfilme Chi-Quadrat = 82; p = .000; Cramer-V = .20										
Genannt	39,9	43,0	30,8	56,9	42,4	30,3	42,1	58,6	32,3	41,2
10 Musiksender wie Viva, MTV Chi-Quadrat = 89; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	51,4	30,0	51,9	37,5	48,5	27,6	24,1	42,1	30,0	38,3

Tab. 34: Beschreibungsmerkmal inhaltliche Fernsehpräferenzen: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

den diese Formate in Gruppe 3. In Gruppe 9 und Gruppe 5 findet die Kategorie „Romantik & Reality“ hingegen wenig Interessierte. So werden Filmkomödien und Liebesfilme von nur 13 % der Befragten aus Gruppe 5 geschätzt, wohingegen drei Viertel der Befragten aus Gruppe 4 eine Vorliebe für diese Filme haben. Ein noch größerer Anteil der Befragten aus Gruppe 4 (84 %) gibt an, gern Fernsehserien und Soaps zu schauen. Castingshows werden vor allem gern von den Befragten der Gruppe 3 (67 %) gesehen. Auf große Beliebtheit stoßen auch Doku-Soaps in Gruppe 4 (42 %). Quiz- oder Spielshows hingegen finden den deutlich größten Zuspruch in Gruppe 4: Fast die Hälfte (49 %) gibt an, gern entsprechende Formate zu schauen. Vergleichsweise wenig populär sind Talkshows unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Nur 14 % geben an, diese gern zu schauen. Ein überdurchschnittliches Interesse zeigen die Befragten der Gruppe 4; hier geben immerhin 37 % an, sich gern Talkrunden im Fernsehen anzuschauen.

Das größte Interesse an „Sport“ zeigen die Befragten aus Gruppe 8 und Gruppe 5, das geringste Interesse an Sportinhalten bringen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 3 und Gruppe 6 auf. Mit 90 % gibt es unter den Befragten aus Gruppe 8 den mit Abstand größten Anteil, der Sportsendungen präferiert. Mit anteilig 57 % bekunden auch überdurchschnittlich viele Befragte aus Gruppe 5 Interesse an Sport.

Printmediennutzung

Wie bereits dargelegt, nimmt die Zeitung den geringsten Stellenwert im Medienrepertoire der Be-

fragten ein. Über ein Drittel der Befragten (38 %) gibt an, keine Zeitung zu lesen. Zur Erfassung der Nutzung der Printmedien wurde neben der täglichen Zeitungsnutzung auch die Zeitschriftennutzung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf einer Skala von „nie“ bis „täglich“ abgefragt. Die wenigsten Befragten nutzen Zeitschriften täglich, der Großteil nutzt sie einmal oder mehrmals in der Woche. Es gibt einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Lebensstilgruppe und der Zeitschriftennutzung (Cramer-V = .12; $p = .000$). Tabelle 35 stellt die prozentuale Häufigkeit für die wöchentliche Zeitschriftennutzung dar. Am häufigsten nutzen die Befragten aus Gruppe 4 Zeitschriften: Fast drei Viertel (74 %) geben an, Zeitschriften mindestens einmal in der Woche zu lesen. Vergleichsweise häufig nutzen auch die Befragten aus Gruppe 7 Zeitschriften: 56 % lesen Zeitschriften mehrmals in der Woche. Die geringste Affinität zu Zeitschriften weisen die Gruppe 5 und Gruppe 9 auf.

Zeitschriftennutzung: Zeitschriftentypen

Wie auch bei der Fernsehnutzung wurden die inhaltlichen Präferenzen für die Zeitschriftennutzung erfasst. Die Befragten konnten unter 18 unterschiedlichen Zeitschriftentypen angeben, welche sie bevorzugt lesen. Alle Zeitschriftentypen wurden für die Lebensstilgruppen einzeln ausgewertet und nicht zu Faktoren verdichtet. Tabelle 36 gibt einen Überblick über die bevorzugten Zeitschriftentypen in den unterschiedlichen Lebensstilgruppen.

Nachrichtenmagazine werden besonders gern in Gruppe 4 gelesen: Über 60 % geben an, diese gern zu lesen. Dahingegen lesen nur 11 % der Befragten

Zeitschriftennutzung	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Häufigkeit der Zeitschriftennutzung										
Chi-Quadrat = 163; $p = .000$; Cramer-V = .12										
Nie	10,8	8,6	6,2	0,6	13,5	6,8	7,7	7,0	16,6	8,7
Seltener	12,7	16,2	13,6	7,5	28,5	16,3	13,8	16,3	20,7	16,3
Einmal im Monat	5,2	9,5	5,8	2,5	6,7	9,2	8,7	8,1	10,1	7,5
Zwei-, dreimal im Monat	21,1	21,6	22,9	15,0	17,6	15,1	13,8	20,5	16,1	18,5
Einmal in der Woche	23,9	18,0	21,7	20,6	16,6	22,7	21,0	20,9	16,6	20,3
Mehrmals in der Woche	21,6	20,3	26,7	43,8	14,0	24,3	24,6	22,1	17,1	23,4
Täglich	4,7	5,9	3,1	10,0	3,1	5,6	10,3	5,0	2,8	5,4

Tab. 35: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit Zeitschriftennutzung: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Interesse an Zeit- schriften	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Nachrichtenmagazine Chi-Quadrat = 188; p = .000; Cramer-V = .31										
Genannt	26,2	47,5	18,1	61,3	11,1	26,4	35,9	33,3	16,1	29,6
Autozeitschriften Chi-Quadrat = 286; p = .000; Cramer-V = .38										
Genannt	11,2	12,6	4,6	14,4	42,4	6,5	16,9	48,3	21,5	19,8
Motorradzeitschriften Chi-Quadrat = 74; p = .000; Cramer-V = .19										
Genannt	3,7	7,2	1,5	5,0	13,1	1,9	3,6	15,3	6,3	6,4
Computerzeitschriften Chi-Quadrat = 138; p = .000; Cramer-V = .26										
Genannt	19,2	31,8	4,6	16,9	35,4	10,3	15,4	35,2	22,9	21,1
Fotozeitschriften Chi-Quadrat = 8; p = .000; Cramer-V = .07										
Genannt	5,1	7,2	3,1	6,3	2,5	4,2	4,1	5,0	4,0	4,6
Lifestylemagazine Chi-Quadrat = 47; p = .000; Cramer-V = .15										
Genannt	21,0	13,5	28,5	25,0	18,7	12,6	9,7	18,4	13,0	17,8
Männermagazine Chi-Quadrat = 84; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	5,1	10,3	2,3	4,4	15,7	1,5	2,1	15,3	7,2	7,1
Jugendzeitschriften Chi-Quadrat = 123; p = .000; Cramer-V = .25										
Genannt	23,4	6,3	29,2	10,0	8,1	18,0	7,2	3,4	13,0	13,6
Prominentenmagazine Chi-Quadrat = 216; p = .000; Cramer-V = .33										
Genannt	25,7	9,0	40,0	30,6	2,0	22,2	13,8	5,4	6,7	17,3
Mode- oder Frauenzeitschriften Chi-Quadrat = 345; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	33,6	18,8	60,4	50,0	4,0	34,9	23,6	5,4	13,9	27,1
Andere Frauenzeitschriften Chi-Quadrat = 105; p = .000; Cramer-V = .23										
Genannt	7,0	4,5	15,4	21,9	0,0	11,9	11,8	1,1	4,9	8,4
Wirtschaftszeitschriften Chi-Quadrat = 39; p = .000; Cramer-V = .14										
Genannt	2,3	6,3	1,9	10,0	0,5	1,5	7,2	5,7	3,6	4,1
Sportzeitschriften Chi-Quadrat = 308; p = .000; Cramer-V = .39										
Genannt	19,6	14,8	6,5	16,9	35,9	8,4	23,1	59,8	17,9	22,7
Fernsehzeitschriften Chi-Quadrat = 53; p = .000; Cramer-V = .16										
Genannt	23,4	27,8	29,6	45,0	16,2	26,1	33,3	26,4	18,4	26,9
Testzeitschriften Chi-Quadrat = 157; p = .000; Cramer-V = .28										
Genannt	6,1	10,3	5,4	35,6	1,5	12,6	12,8	10,0	3,1	10,1
Reisemagazine Chi-Quadrat = 166; p = .000; Cramer-V = .29										
Genannt	4,7	9,4	8,1	39,4	6,6	9,2	15,9	8,8	4,5	10,8
Wissenschaftsmagazine Chi-Quadrat = 143; p = .000; Cramer-V = .27										
Genannt	10,7	31,8	6,5	40,0	5,6	16,5	24,1	17,2	13,9	17,6
Musikzeitschriften Chi-Quadrat = 71; p = .000; Cramer-V = .19										
Genannt	13,6	24,7	8,5	11,3	13,6	4,2	6,2	8,0	7,6	10,6

Tab. 36: Präferierte Zeitschriften: Prozentuale Anteile in jeder Lebensstilgruppe

aus Gruppe 5 gern Nachrichtenmagazine. Nur 4 % der Befragten bekunden Interesse an Magazinen mit Wirtschaftsinformationen. Mit einem Zehntel ist der Anteil an Wirtschaftsinteressierten in Gruppe 4 am größten. Auch an Testzeitschriften ist Gruppe 4 überdurchschnittlich interessiert; über ein Drittel bekundet hier besonderes Interesse. Ähnlich verhält es sich mit Reisemagazinen. Nur ein Zehntel aller Befragten ist an Reisemagazinen interessiert. In Gruppe 4 sind es jedoch fast 40 %, die ein Faible für Touristikzeitschriften haben. Auch für Wissenschaftsmagazine zeigen vor allem die Befragten aus Gruppe 4 (40 %) Interesse, daneben stoßen Wirtschaftsinformationen auch in Gruppe 2 (32 %) auf Interesse. Gruppe 2 zeigt zudem besonderes Interesse an Musikmagazinen. Fotozeitschriften erreichen nur einen kleinen Teil der Befragten: 5 % geben an, diese bevorzugt zu lesen.

Sportzeitschriften werden bevorzugt von Gruppe 8 (60 %) gelesen. Auto- und Motorradzeitschriften werden vor allem in Gruppe 8 (48 %, 15 %) und Gruppe 5 (42 %, 13 %) rezipiert. Für Computerzeitschriften findet sich ebenfalls in Gruppe 5 und Gruppe 8 mit jeweils 35 % die größte Anhängerschaft. Und auch Männermagazine stoßen auf größten Anklang in Gruppe 5 (16 %) und Gruppe 8 (15 %). Rund ein Viertel aller Befragten liest besonders gern Fernsehzeitschriften. Vor allem die Befragten aus Gruppe 4 (45 %) haben ein besonderes Interesse an Fernsehzeitschriften.

Lifestylemagazine werden vor allem in Gruppe 3 (29 %) und Gruppe 4 (25 %) genutzt. Jugendzeitschriften werden insgesamt wenig genutzt, in Gruppe 3 jedoch von fast einem Drittel rezipiert. Gruppe 3 weist zudem ein überdurchschnittliches Interesse an Prominentenmagazinen auf: 40 % greifen bevorzugt zu diesen Peoplemagazinen. Auch Mode- und Frauenzeitschriften werden bevorzugt in Gruppe 3 (60 %) und Gruppe 5 (50 %) gelesen.

Internetnutzung: Tätigkeiten im Internet

Sowohl für die Fernseh- als auch für die Zeitschriftennutzung liegen damit Interessenprofile für die Befragten vor. Das Internet ist zusammen mit dem Fernsehen das meistgenutzte Medium: Es wird durchschnittlich eine bis anderthalb Stunden am Tag genutzt. Nur 1 % der Befragten verbringt gar keine Zeit im Internet. Um die Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Internet zu erreichen, ist von zentralem Interesse, welchen Aktivitäten die Lebensstilgruppen im Internet nachgehen. Tabelle

37 gibt einen Überblick über die einzelnen Internetaktivitäten und deren Nutzung in den unterschiedlichen Lebensstilgruppen.

Es gibt signifikante Zusammenhänge zwischen den einzelnen Nutzungsaktivitäten und der Lebensstilgruppe. Die meisten Befragten (79 %) geben an, E-Mails zu schreiben. In der Gruppe 4 ist der Anteil mit 92 % am größten, in Gruppe 9 mit 61 % am kleinsten. Dass sie einfach nur surfen, geben 82 % der Befragten in Gruppe 5 an. Die Mitglieder der Gruppe 5 sind auch diejenigen, die am meisten chatten (60 %) und sich in Foren oder Newsgroups mit anderen austauschen (24 %). Vergleichsweise viele Jugendliche und junge Erwachsene aus Gruppe 2 (22 %) und Gruppe 4 (23 %) tauschen sich in Online-Foren aus.

Rund 40 % der Befragten laden Bilder, Videos und Musik hoch, über 60 % laden solche von anderen eingestellten Inhalte herunter. In Gruppe 5 finden sich anteilig am meisten Befragte, die Dateien hochladen (58 %) und herunterladen (77 %). Mit 79 % geben auch überdurchschnittlich viele Befragte aus Gruppe 2 an, Bilder, Videos und Musik herunterzuladen. Während 29 % der Befragten Blogs und Wiki-Beiträge lesen, geben nur 5 % an, Einträge selbst zu schreiben. In Gruppe 2 finden sich sowohl besonders viele Leser (49 %) als auch Schreiber (7 %). Überdurchschnittlich viele Schreiber sind außerdem in Gruppe 4 (8 %).

Fast die Hälfte (46 %) der Befragten gibt an, im Internet zu shoppen. Gruppe 3 (62 %) und Gruppe 4 (63 %) zeichnen sich durch ein besonderes Shopping-Interesse aus. Während Gruppe 4 das Internet dazu einsetzt, Testberichte zu lesen und Preise zu vergleichen (58 %), finden sich in Gruppe 3 nur vergleichsweise wenige Personen, die entsprechende Informationen zu ihren Einkäufen hinzuziehen (26 %). Die informationsorientierte Internetnutzung der Gruppe 4 spiegelt sich auch im überdurchschnittlichen Einsatz des Internets für alltägliche (73 %) und professionelle Recherchezwecke (83 %) wider. Spezielle Informationen und Angebote rund ums Auto werden von 16 % der Befragten recherchiert. Ein auffälliges Interesse an Informationen zum Auto im Internet weisen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 5 (37 %) und Gruppe 8 (32 %) auf. Online-Spiele sind nur für durchschnittlich 31 % der Befragten interessant. Ein überdurchschnittlich starkes Interesse an Online-Games ist in Gruppe 5 auszumachen: 63 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in

Internet-nutzung	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E-Mails schreiben Chi-Quadrat = 70; p = .000; Cramer-V = .19										
Genannt	76,6	79,8	79,6	91,9	71,7	84,3	79,5	82,8	61,4	78,5
Einfach Surfen Chi-Quadrat = 4; p = .000; Cramer-V = .14										
Genannt	72,4	74,9	71,2	71,9	82,3	62,8	65,1	77,4	61,9	71,0
Chatten oder Instant Messaging Chi-Quadrat = 109; p = .000; Cramer-V = .23										
Genannt	56,1	53,4	56,5	34,4	59,6	32,6	29,7	53,3	33,2	45,9
Online-Games Chi-Quadrat = 189; p = .000; Cramer-V = .31										
Genannt	30,8	41,7	18,5	18,8	63,1	17,2	17,9	41,4	31,4	31,1
Soziale Netzwerke für private Zwecke nutzen Chi-Quadrat = 88; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	81,8	78,0	86,2	70,6	87,4	66,7	61,0	80,5	65,0	75,5
Soziale Netzwerke für berufliche Zwecke nutzen Chi-Quadrat = 50; p = .000; Cramer-V = .16										
Genannt	5,6	10,3	5,8	19,4	9,1	2,7	12,3	10,0	4,9	8,4
Videos, Musik oder Bilder ins Netz hochladen Chi-Quadrat = 88; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	45,3	40,8	48,5	30,6	57,6	24,5	31,3	48,7	31,8	40,1
Videos, Musik oder Bilder ansehen/herunterladen Chi-Quadrat = 142; p = .000; Cramer-V = .27										
Genannt	65,4	78,9	66,5	58,1	77,3	48,3	37,4	68,6	48,4	61,2
Lesezeichensammlung verwalten oder austauschen Chi-Quadrat = 19; p = .000; Cramer-V = .10										
Genannt	2,8	7,2	2,7	5,6	2,5	1,5	5,1	5,4	2,2	3,8
Blogs und Wiki-Beiträge lesen Chi-Quadrat = 90; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	26,2	48,9	26,9	42,5	25,3	21,1	23,1	30,7	16,1	28,5
Blogs und Wiki-Beiträge verfassen Chi-Quadrat = 18; p = .000; Cramer-V = .09										
Genannt	3,3	7,2	4,2	8,1	5,6	1,9	3,6	5,4	2,2	4,5
Preise vergleichen, Testberichte, Bewertungen lesen Chi-Quadrat = 120; p = .000; Cramer-V = .25										
Genannt	33,6	48,4	26,2	57,5	35,9	28,0	29,2	51,7	20,6	36,2
Online-Shopping Chi-Quadrat = 96; p = .000; Cramer-V = .23										
Genannt	42,5	53,8	62,3	62,5	49,0	44,1	35,4	42,5	26,9	46,4
Für Schule, Ausbildung, Beruf nach Infos suchen Chi-Quadrat = 115; p = .000; Cramer-V = .24										
Genannt	69,2	73,5	71,2	82,5	48,0	64,4	60,5	66,7	41,3	64,0
Fernsehen über das Internet Chi-Quadrat = 33; p = .000; Cramer-V = .13										
Genannt	17,8	26,9	15,4	18,1	22,7	13,0	11,8	18,8	11,2	17,2
Radio hören über das Internet Chi-Quadrat = 31; p = .000; Cramer-V = .12										
Genannt	14,5	22,9	15,0	21,3	16,7	9,6	14,9	23,0	12,1	16,5
In Foren/Newsgrups mit anderen austauschen Chi-Quadrat = 45; p = .000; Cramer-V = .15										
Genannt	13,1	22,0	15,4	22,5	23,7	8,8	9,7	16,1	9,4	15,3
Eigene Homepage erstellen und pflegen Chi-Quadrat = 23; p = .000; Cramer-V = .11										
Genannt	4,2	8,5	6,5	9,4	10,1	3,1	3,1	5,4	3,6	5,8
Nützliche Alltagsinfos suchen Chi-Quadrat = 118; p = .000; Cramer-V = .24										
Genannt	45,3	63,2	39,2	73,1	38,4	43,7	44,1	55,6	29,1	47,3
Infos und Angebote rund ums Auto suchen Chi-Quadrat = 148,931; p = .000; Cramer-V = .27										
Genannt	11,2	13,5	8,8	12,5	37,4	7,7	10,8	31,8	13,0	16,2

Tab. 37: Tätigkeiten im Internet: Prozentuale Anteile in jeder Lebensstilgruppe

Gruppe 5 nutzen Spiele im Internet. Mit jeweils über 40 % finden sich auch in Gruppe 8 und Gruppe 2 vergleichsweise viele Spieler und Spielerinnen.

Nur 17 % der Befragten geben an, über das Internet fernzusehen und Radio zu hören. Vergleichsweise viele Jugendliche und junge Erwachsene, die Rundfunkangebote über das Internet nutzen, finden sich in Gruppe 2. Wenn Jugendliche im Internet sind, halten sie sich vor allem in sozialen Netzwerken auf: Drei Viertel der Befragten geben an, soziale Netzwerke für private Zwecke zu nutzen. Im Folgenden wird daher die Nutzung sozialer Netzwerke genauer betrachtet.

Internetnutzung: Nutzung sozialer Netzwerke

Tabelle 38 veranschaulicht, wie sehr soziale Netzwerke unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen verbreitet sind. 83 % aller Befragten geben an, Mitglied in einem oder mehreren sozialen Netzwerken zu sein. Mit einem Anteil von über 90 % gibt es die meisten Mitglieder in sozialen Netzwerken in Gruppe 3 und Gruppe 5. Über ein Drittel der Befragten aus diesen beiden Gruppen gibt an, sogar in mehreren Netzwerken Mitglied zu sein. In Gruppe 4, Gruppe 6 und Gruppe 7 sind soziale Netzwerke nicht so weit verbreitet wie in den anderen Gruppen: Rund 30 % der Befragten aus diesen Gruppen geben an, in keinem Netzwerk Mitglied zu sein.

Die Befragten wurden zudem gefragt, wie lange sie sich täglich in sozialen Netzwerken aufhalten (Tabelle 39). Die ANOVA bestätigt signifikante Unter-

schiede zwischen den Gruppen in der täglichen Nutzungsdauer sozialer Netzwerke ($F = 7,943$; $df1 = 8$; $df2 = 628,202$; $p = .000$).

Mit Abstand am längsten halten sich die Mitglieder der Gruppe 5 in Netzwerken wie Facebook oder StudiVZ auf. Täglich eine bis anderthalb Stunden bewegen sich diese Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf Social Network Sites (SNS) (MW = 1,99; SD = 1,364). Gruppe 4 hingegen verbringt in etwa nur halb so viel Zeit in sozialen Netzwerken und ist damit die Gruppe, die sich vergleichsweise wenig im Social Web aufhält (MW = 1,2; SD = 0,743). Bild 24 zeigt die z-standardisierten Werte, um unter- bzw. überdurchschnittliches SNS-Nutzungsverhalten der Gruppen darzustellen.

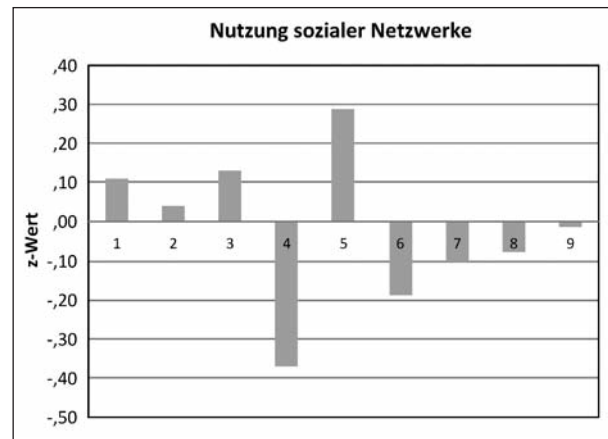


Bild 24: Häufigkeit Nutzung sozialer Netzwerke: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe

Mitgliedschaft in sozialen Netzwerken	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Chi-Quadrat = 116; p = .000; Cramer-V = .17										
Nein, nicht der Fall	12,0	13,2	8,2	28,3	6,7	27,9	29,3	11,8	20,0	17,0
Ja, Mitglied in einem	56,5	55,0	56,1	53,9	59,5	50,4	49,5	63,5	61,0	56,3
Ja, Mitglied in mehreren	31,6	31,8	35,7	17,8	33,8	21,7	21,3	24,7	19,0	26,7

Tab. 38: Beschreibungsmerkmal Nutzung sozialer Netzwerke: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Nutzung sozialer Netzwerke	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
F = 7,943; df1 = 8; df2 = 628,202; p = .000										
MW (SD)	1,78 (1,16)	1,69 (1,29)	1,80 (1,22)	1,20 (,74)	1,99 (1,36)	1,42 (1,07)	1,52 (1,18)	1,55 (1,19)	1,63 (1,20)	1,65 (1,20)

Tab. 39: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit Nutzung sozialer Netzwerke: Angegeben sind das arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Handynutzung

Neben der Internetnutzung hat auch die mobile Online-Nutzung in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen (Tabelle 40). Hintergrund dieser Entwicklung ist, dass dem Handy ein bedeutender Stellenwert im Alltag der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zukommt (MW = 2,91; SD = 1,660): Sie nutzen es im Durchschnitt eine bis anderthalb Stunden täglich. Dennoch lassen sich deutliche Unterschiede zwischen den Gruppen in der Handynutzung feststellen ($F = 27,086$; $df1 = 8$; $df2 = 803,062$; $p = .000$).

In Gruppe 3 (MW = 3,56; SD = 1,682) und Gruppe 5 (MW = 3,53; SD = 1,622) wird das Handy bzw. Smartphone am intensivsten genutzt. Die Befragten aus Gruppe 4 (MW = 2,16; SD = 1,263) und Gruppe 7 (MW = 2,08; SD = 1,386) hingegen nutzen das Smartphone am wenigsten und befassen sich nur eine halbe bis eine Stunde täglich mit ihrem Mobiltelefon. Bild 25 stellt die z-standardisierte tägliche Nutzungszeit dar.

62 % der Befragten nutzen sogenannte „Apps“ auf ihren Mobiltelefonen – kleine Programme bzw. Applikationen. Es gibt einen signifikanten Zusammenhang zwischen der App-Nutzung und den Lebensstilgruppen (Cramer-V = .2; $p = .000$). So finden sich mit 75 % besonders viele App-Nutzer in Gruppe 5, mit 74 % in Gruppe 1 und mit 70 % in Gruppe 3. Mit 47 % gaben vergleichsweise wenige Befragte aus Gruppe 7 an, Apps zu nutzen (Tabelle 41).

Inhaltlich lassen sich die Apps nach „Unterhaltungs-Apps“ und „Informations-Apps“ kategorisieren. Sowohl hinsichtlich der Nutzung von Unterhaltungs-Apps ($F = 9,29$; $df1 = 8$; $df2 = 1.188$; $p = .000$) als auch bezüglich der Nutzung informativer Apps ($F = 8,616$; $df1 = 8$; $df2 = 1.188$; $p = .000$) bestehen Unterschiede zwischen den Lebensstilgruppen (Bild 26). Die App-Nutzer und -Nutzerinnen aus Gruppe 3, Gruppe 5 und Gruppe 8 nutzen überdurchschnittlich stark Unterhaltungs-Apps. So spiegelt sich die intensive Nutzung sozialer Netzwerke von Gruppe 5 und Gruppe 3 auch in der App-Nut-

zung wider: In beiden Gruppen nutzen über 90 % Apps für soziale Netzwerke. Spiele-Apps und Apps zu Videoportalen werden vor allem von den Befragten aus den Gruppe 5 und 8 gern genutzt. Auf Musik-Apps wird bevorzugt von den Mitgliedern der Gruppe 5 (65 %) zugegriffen. Gruppe 3 hat eine Vorliebe für Shopping-Apps (43 %).

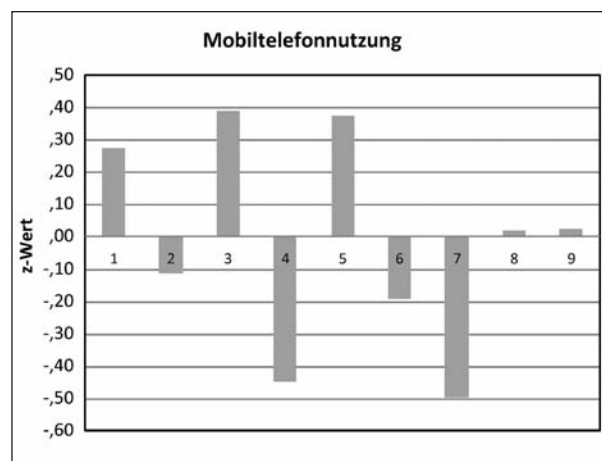


Bild 25: Beschreibungsmerkmal Mobiltelefonnutzung: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

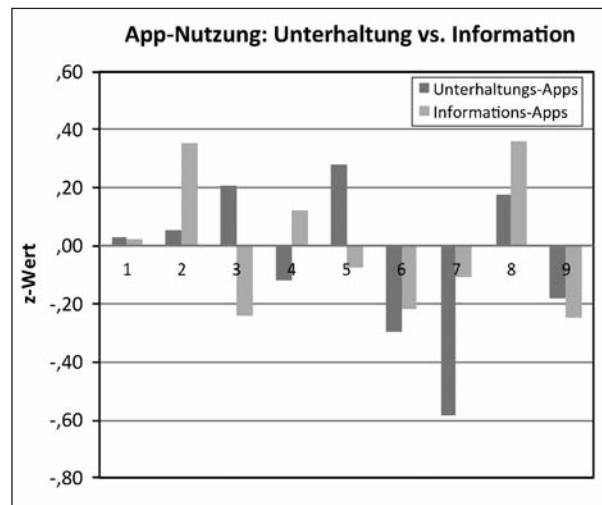


Bild 26: Beschreibungsmerkmal App-Nutzung (Unterhaltungs-Apps vs. Informations-Apps): Abgebildet sind die z-standardisierten Werte für die Summenindizes „Unterhaltungs-Apps“ und „Informations-Apps“ in jeder Lebensstilgruppe für die App-Nutzer/innen

Mobiltelefonnutzung	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
MW (SD)	$F = 27,086$; $df1 = 8$; $df2 = 803,062$; $p = .000$									
	3,36 (1,61)	2,73 (1,65)	3,56 (1,68)	2,16 (1,26)	3,53 (1,62)	2,59 (1,57)	2,08 (1,39)	2,94 (1,61)	2,95 (1,73)	2,91 (1,66)

Tab. 40: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit Mobiltelefonnutzung: Angegeben sind das arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Gruppe 8 hat neben dem Interesse an Unterhaltungs-Apps ein überdurchschnittliches Interesse an Informations-Apps, wie auch Gruppe 2 und Gruppe 4 (Bild 26). Nachrichten und Informationen zum

Wetter werden von 59 % der App-Nutzenden aus Gruppe 4 genutzt. Apps, welche Sportinformationen bereitstellen, stoßen auf vergleichsweise viel Interesse in Gruppe 8 (59 %). Navigations-Apps

App-Nutzung	Lebensstilgruppen									Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Generelle App-Nutzung										
Chi-Quadrat = 80; p = .000; Cramer-V = .2										
Genannt	74	58,3	70,3	54,8	75,0	50,4	47,1	69,4	55,6	62,1
Faktor 1: Unterhaltungs-Apps										
01 Soziale Netzwerke										
Chi-Quadrat = 33; p = .000; Cramer-V = 0,166										
Genannt	83,8	81,0	90,6	87,5	90,3	76,2	69,3	86,6	80,0	83,7
02 Spiele										
Chi-Quadrat = 65; p = .000; Cramer-V = .23										
Genannt	64,3	73,0	60,6	45,0	79,9	54,8	51,1	79,9	67,5	65,9
05 Videoportale										
Chi-Quadrat = 65; p = .000; Cramer-V = .23										
Genannt	59,7	63,5	60,6	52,5	74,3	47,6	33,0	73,7	54,2	59,8
06 Musik-Apps										
Chi-Quadrat = 35; p = .000; Cramer-V = .17										
Genannt	52,6	47,6	58,3	48,8	64,6	38,9	33,0	48,0	47,5	50,0
08 Shopping										
Chi-Quadrat = 38; p = .000; Cramer-V = .18										
Genannt	27,9	23,8	43,3	37,5	25,7	27,8	26,1	24,0	15,0	28,2
11 Foto-Apps										
Chi-Quadrat = 18; p = .000; Cramer-V = .12										
Genannt	25,3	27,8	26,1	20,0	16,0	19,8	9,1	22,9	18,3	21,4
Faktor 2: Informations-Apps										
03 Instant-Messenger, SMS-Programme										
Chi-Quadrat = 20; p = .000; Cramer-V = .13										
Genannt	60,4	69,8	66,1	56,3	61,8	54,8	45,5	61,5	53,3	59,9
04 Nachrichten und Wetter										
Chi-Quadrat = 54; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	45,5	54,8	36,7	58,8	22,9	44,4	52,3	50,3	33,3	43,2
07 Navigation und rund ums Auto										
Chi-Quadrat = 42; p = .000; Cramer-V = .19										
Genannt	37,0	50,0	23,9	33,8	43,1	29,4	31,8	48,6	30,8	36,8
09 Sportinfo-Apps										
Chi-Quadrat = 185; p = .000; Cramer-V = .39										
Genannt	18,2	14,3	6,7	17,5	38,2	9,5	23,9	58,7	27,5	24,9
10 Infos zu Bus und Bahn										
Chi-Quadrat = 39; p = .000; Cramer-V = .18										
Genannt	42,9	51,6	35,0	43,8	26,4	34,1	28,4	35,2	20,8	35,3
14 Apps zur Sicherung, zum Austausch von Daten										
Chi-Quadrat = 35; p = .000; Cramer-V = .17										
Genannt	13,0	27,0	8,3	22,5	9,7	8,7	15,9	14,5	10,0	13,7
Sonstiges										
12 TV-Apps										
Chi-Quadrat = 11; p = .000; Cramer-V = .09										
Genannt	20,1	15,9	18,3	21,3	11,8	11,1	13,6	18,4	12,5	16,0
13 Radio-Apps										
Chi-Quadrat = 20; p = .000; Cramer-V = .13										
Genannt	16,9	25,4	17,8	27,5	9,7	16,7	13,6	22,9	17,5	18,5

Tab. 41: Beschreibungsmerkmal App-Nutzung; Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

werden im besonderen Ausmaß von Gruppe 2 (50 %) und Gruppe 8 (49 %) genutzt. Gruppe 2 nutzt außerdem besonders gern Bus- und Bahn-Apps (52 %). Apps zum Datenmanagement werden vergleichsweise wenig genutzt (14 %). Gruppe 2 (27 %) und Gruppe 4 (23 %) zeigen ein überdurchschnittliches Interesse an Apps zur Sicherung und zum Austausch von Daten.

Das ausgeprägte Interesse am Medium Radio von Gruppe 4 zeigt sich auch in der App-Nutzung: Immerhin 28 % nutzen eine Radio-App. Generell sind jedoch Apps mit Zugang zu klassischen Medien wie Radio und TV nicht weit verbreitet unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Wunsch-Apps zum Thema „Straßenverkehr“

Unabhängig davon, ob sie Apps nutzen können oder nicht, sollten die Befragten angeben, für welche kostenlosen Apps zum Thema „Sicherheit im Straßenverkehr“ sie sich interessieren würden (Tabelle 42). Für eine Autorennspiel-App wird insgesamt eher wenig Interesse bekundet: Nur 19 % aller Befragten sind an einer solchen App interessiert. Vergleichsweise groß ist das Interesse an

einer solchen App in Gruppe 5 und in Gruppe 8. An einem Quiz zum Thema „Verkehrsregeln und Straßenverkehrssicherheit“ hingegen sind die Befragten aus Gruppe 5 nicht interessiert. Dafür zeigt rund ein Fünftel der Gruppe 1, der Gruppe 2, der Gruppe 3, der Gruppe 4 und der Gruppe 6 Interesse an einer solchen App. Eine Simulation unterschiedlicher Witterungs- und Straßenverhältnisse ist vor allem für Gruppe 4 interessant: 36 % der Befragten aus dieser Gruppe bekunden Interesse an einer solchen App. Darüber hinaus zeigen 29 % der Befragten aus Gruppe 1 und 28 % der Befragten aus Gruppe 8 Interesse an einer Simulations-App. Eine App, die Hinweise auf Gefahrenstellen gibt, spricht vor allem Gruppe 2 und Gruppe 4 an. Über 60 % der Befragten aus diesen beiden Gruppen bekunden Interesse an einer Gefahren-App. Auch eine App, die Hinweise auf die eigene Fahrtüchtigkeit gibt, weckt vor allem das Interesse der Befragten aus Gruppe 4; ein Drittel spricht sich für eine solche App aus. Eine App, die vor Blitzern und Radarkontrollen warnt, stößt auf gemeinhin großes Interesse: 60 % aller Befragten sind interessiert an einer solchen App. Besonders viel Interesse an einer Blitzer-App wird in Gruppe 5 und Gruppe 8 bekundet. Für eine App, die über neue Regelungen im Straßen-

Interesse an Apps im Themenkontext Straßenverkehr	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Autorennspiel Chi-Quadrat = 204; p = .000; Cramer-V = .32										
Genannt	24,8	19,3	7,7	6,3	42,9	6,1	6,7	33,7	18,8	18,5
Quiz zum Thema Verkehrsregeln, Straßenverkehrssicherheit Chi-Quadrat = 38; p = .000; Cramer-V = .14										
Genannt	21,5	22,9	21,5	23,1	8,1	21,1	17,9	14,2	9,9	17,8
Simulation unterschiedlicher Witterungs- und Straßenverhältnisse Chi-Quadrat = 36; p = .000; Cramer-V = .14										
Genannt	29,0	25,1	18,1	35,6	26,3	19,9	19,5	28,4	15,7	23,7
Während der Fahrt Hinweise auf gefährliche Stellen, Baustellen Chi-Quadrat = 78; p = .000; Cramer-V = .20										
Genannt	55,6	62,8	47,3	61,9	36,4	44,4	42,6	55,6	32,7	48,6
Hinweise auf eigene Fahrtüchtigkeit, z. B. Sehtest Chi-Quadrat = 40; p = .000; Cramer-V = .14										
Genannt	29,4	29,6	27,3	33,8	23,2	22,2	15,9	28,4	13,5	24,7
Warnung vor Blitzern und Radarkontrollen Chi-Quadrat = 104; p = .000; Cramer-V = .23										
Genannt	63,1	70,4	61,9	58,1	73,2	45,2	42,1	74,3	52,0	60,2
Neue Straßenverkehrsregeln und mögliche Strafen Chi-Quadrat = 38; p = .000; Cramer-V = .14										
Genannt	40,7	46,6	34,2	37,5	29,8	34,5	27,2	40,6	24,7	35,2

Tab. 42: Beschreibungsmerkmal Wunsch-Apps: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

verkehr und mögliche Strafen informiert, gibt es kein ausgeprägtes Interesse. Mit 47 % zeigen am meisten Befragte aus Gruppe 2 Interesse an einer solchen App.

(2) Interpersonale Kommunikation

Im Folgenden rückt die Kommunikation mit Freunden und Bekannten in den Fokus. Es wird dargelegt, welche Themen diskutiert werden, welche Normen bezüglich des Verhaltens im Straßenverkehr in der Peergruppe vorherrschen und welche Bedeutung die Peergruppe für die Befragten hat.

Gesprächshäufigkeit zum Thema „Auto in der Peergruppe“

Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen wurden gefragt, wie häufig sie sich mit ihren Freunden und Bekannten über Autos und Autofahren unterhalten (Tabelle 43). Auf einer 5-stufigen Skala von „nie“ bis „sehr häufig“ geben die Befragten an, sich „ab und zu“ über Autos und Autofahren zu unterhalten (MW = 1,87; SD = 1,086). Die Varianzanalyse zeigt signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen (F = 43,255; df1 = 8; df2 = 1.958; p = .000).

Am häufigsten unterhalten sich die Mitglieder der Gruppe 5 über „Autos und Autofahren“: Sie tauschen sich nach eigenen Angaben häufig dazu aus (MW = 2,79; SD = 1,05). Auch in Gruppe 8 wird das Thema „Autos und Autofahren“ vergleichsweise oft diskutiert (MW = 2,4; SD = 1). Am seltensten drehen sich die Gespräche um „Autos und Autofahren“ in Gruppe 6 (MW = 1,38; SD = 0,939) und Gruppe 3 (MW = 1,53; SD = 1,008). Bild 27 stellt die z-standardisierten Werte dar.

Gesprächsthemen in der Peergruppe

Darüber hinaus sollten die Befragten angeben, um was es inhaltlich geht, wenn sie sich in Gesprächen über „Autos und Autofahren“ austauschen. Die ab-

gefragten Aspekte konnten zu Themen verdichtet werden (Bild 28 stellt die z-Werte für die Themenindices dar). Die folgende Beschreibung ist nach diesen Themen strukturiert. Um genauere Einblicke in die Inhalte der Gespräche zu bekommen, werden die prozentualen Angaben zu den einzelnen Aspekten angegeben (Tabelle 44).

Das Thema „Auto“ umfasst Inhalte wie die Ausstattung des Autos, neue Modelle und Autorennen. Die ANOVA mit dem Themenindex „Auto“ bestätigt, dass das Thema eine unterschiedliche Relevanz in der interpersonalen Kommunikation für die unterschiedlichen Lebensstilgruppen besitzt (F = 56,088; df1 = 8; df2 = 1986; p = .000). Während das Thema für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 6 vergleichsweise irrelevant ist, sind Autos für die Befragten aus Gruppe 5 und Gruppe 8 ein relevantes Gesprächsthema. So gaben 78 % der Befragten aus Gruppe 5 und 70 % der Befragten aus Gruppe 8 an, sich über neue Automodelle zu unterhalten. 70 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Lebensstilgruppe 2 bestätigen, über die Ausstattung des Autos mit ihren Freunden zu sprechen, und 64 % der Mitglieder aus Gruppe 8 bestätigten, dass dies

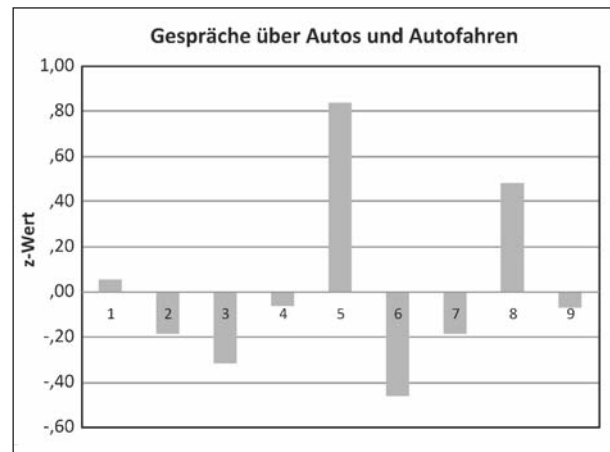


Bild 27: Beschreibungsmerkmal Gespräche über Autos und Autofahren: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Häufigkeit der Gespräche	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
MW (SD)	F = 43,255; df1 = 8; df2 = 1958; p = .000									
	1,93 (1,05)	1,67 (0,96)	1,53 (1,01)	1,80 (0,92)	2,79 (1,05)	1,38 (0,94)	1,67 (0,99)	2,40 (1,00)	1,79 (1,08)	1,87 (1,09)

Tab. 43: Beschreibungsmerkmal Häufigkeit Gespräche über Autos und Autofahren: Angegeben sind das arithmetische Mittel und in Klammern die Standardabweichung in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Themen der interpersonalen Kommunikation	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Faktor 1: Auto, Autorennen										
01 Neue Automodelle Chi-Quadrat = 231; p = .000; Cramer-V = .34										
Genannt	40,7	38,1	28,5	34,4	77,8	27,2	35,9	69,3	41,3	43,6
02 Autorennen, Formel 1 Chi-Quadrat = 252; p = .000; Cramer-V = .36										
Genannt	15,9	13,5	5,8	21,3	48,0	8,8	23,1	47,1	20,6	22,3
07 Ausstattung des Autos Chi-Quadrat = 180; p = .000; Cramer-V = .30										
Genannt	35,5	39,5	33,8	46,3	70,2	24,1	32,3	64,0	32,3	41,6
Faktor 2: Fahrspaß										
04 Fahrspaß durch rasantes Fahren Chi-Quadrat = 198; p = .000; Cramer-V = .32										
Genannt	8,4	14,3	8,5	5,6	39,4	0,8	5,6	16,5	10,8	12,0
05 Schnelle Strecken Chi-Quadrat = 175; p = .000; Cramer-V = .3										
Genannt	9,8	15,2	6,5	5,6	35,4	1,9	5,1	17,2	6,3	11,3
Faktor 3: Staus, Baustellen, Blitzen										
08 Staus und Baustellen Chi-Quadrat = 45; p = .000; Cramer-V = .15										
Genannt	18,7	28,7	18,1	36,9	15,2	19,9	22,1	26,4	14,3	21,9
09 Blitzer und Geschwindigkeitskontrollen Chi-Quadrat = 74; p = .000; Cramer-V = .19										
Genannt	26,6	38,6	30,0	45,6	44,9	27,2	27,2	49,4	24,7	34,6
Faktor 4: Autokosten										
06 Autokauf, Autoverkauf Chi-Quadrat = 84; p = .000; Cramer-V = .20										
Genannt	39,9	39,0	36,5	51,9	53,5	33,3	39,0	64,4	37,2	43,6
13 Spritpreise Chi-Quadrat = 74; p = .000; Cramer-V = .19										
Genannt	57,0	63,2	51,9	78,1	62,1	51,7	59,0	73,6	47,1	59,8
15 Reparaturen und Reparaturkosten Chi-Quadrat = 87; p = .000; Cramer-V = .21										
Genannt	25,2	36,8	28,5	50,0	42,9	25,3	31,3	52,5	28,3	35,2
Faktor 5: Unfall, Unfallgefahr										
10 Wer beim nächsten Partybesuch fährt Chi-Quadrat = 76; p = .000; Cramer-V = .20										
Genannt	43,5	47,1	48,8	48,1	49,0	34,9	24,1	52,1	27,4	41,8
11 Eigene Unfälle, Unfälle von Bekannten Chi-Quadrat = 86; p = .000; Cramer-V = .19										
Genannt	36,4	43,9	35,0	51,3	49,0	31,0	32,3	39,8	19,3	36,9
12 Unfälle aus den Medien Chi-Quadrat = 51; p = .000; Cramer-V = .16										
Genannt	29,0	28,3	25,0	40,6	23,2	23,0	26,2	29,9	10,8	25,8
Faktor 6: Aspekte der Verkehrssicherheit										
16 Gefährlichkeit bestimmter Strecken Chi-Quadrat = 35; p = .000; Cramer-V = .13										
Genannt	14,5	17,5	8,8	20,0	17,7	8,4	11,8	17,2	6,7	13,3
17 Die aggressive Fahrweise anderer Chi-Quadrat = 58; p = .000; Cramer-V = .17										
Genannt	26,6	34,5	25,8	43,1	15,7	30,7	33,3	29,5	16,1	28,0
18 Kampagnen zur Verkehrssicherheit Chi-Quadrat = 24; p = .000; Cramer-V = .11										
Genannt	6,5	5,4	3,8	9,4	1,0	5,0	6,2	3,1	1,8	4,5
Sonstiges										
03 Autotuning Chi-Quadrat = 225; p = .000; Cramer-V = .34										
Genannt	16,4	18,8	10,0	6,9	47,5	3,8	7,7	31,0	17,0	17,6
14 Führerscheinverlust Chi-Quadrat = 76; p = .000; Cramer-V = .20										
Genannt	16,8	23,3	12,7	25,0	32,3	8,8	13,3	20,7	9,9	17,3

Tab. 44: Beschreibungsmerkmal Themen der interpersonalen Kommunikation: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Inhalt ihrer Unterhaltungen sei. Rund die Hälfte in beiden Gruppen bestätigte, über Autorennen zu sprechen.

Auch hinsichtlich des Themas „Fahrspaß“ unterscheiden sich die Lebensstilgruppen signifikant voneinander ($F = 30,752$; $df1 = 8$; $df2 = 769,674$; $p = .000$). In der interpersonalen Kommunikation der Befragten aus Gruppe 5 wird diesem Thema mit Abstand die größte Relevanz zugeschrieben; sie unterscheidet sich darin signifikant von allen anderen Gruppen ($p = .000$). 39 % der Befragten aus Gruppe 5 gaben an, sich über den Fahrspaß durch rasantes Fahren zu unterhalten; 35 % bestätigten, sich über Strecken auszutauschen, auf denen man besonders schnell fahren kann.

Auch hinsichtlich der Thematisierung von „Staus, Baustellen und Blitzern“ unterscheiden sich die Gruppen ($F = 8,109$; $df1 = 8$; $df2 = 801,53$; $p = .000$). Dies ist ein Thema, das überdurchschnittlich stark von Gruppe 4 und Gruppe 8 in Gesprächen aufgegriffen wird. Für 37 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 4 sind Staus und Baustellen ein relevantes Thema. Blitzer und Geschwindigkeitskontrollen werden von rund

49 % aus Gruppe 8 und 45 % aus Gruppe 4 in Gesprächen aufgegriffen.

Bezüglich der Thematisierung der Kosten, die mit einem Auto einhergehen, unterscheiden sich die Lebensstilgruppen signifikant ($F = 16,508$; $df1 = 8$; $df2 = 802,253$; $p = .000$). Die mit einem Auto einhergehenden Kosten sind vor allem in der interpersonalen Kommunikation der Befragten aus den Gruppen 4 und 8 relevant. Über drei Viertel der Befragten aus Gruppe 4 und Gruppe 8 tauschen sich über Spritpreise in Gesprächen aus. Über die Hälfte der Befragten beider Gruppen befasst sich mit Reparaturkosten. Der Kauf oder Verkauf des Autos wird von 64 % der Mitglieder aus Gruppe 8 thematisiert.

„Unfälle und Unfallgefahren“ werden ebenfalls in unterschiedlichem Ausmaß von den Mitgliedern der Lebensstilgruppen thematisiert ($F = 14,458$; $df1 = 8$; $df2 = 801,315$; $p = .000$). Dieses Thema wird vor allem in der interpersonalen Kommunikation der Gruppe 4 aufgegriffen, während es für die Mitglieder der Gruppe 9 eine vergleichsweise geringe Relevanz in Gesprächen hat. Über die Hälfte der Befragten aus Gruppe 4 spricht mit Freunden und

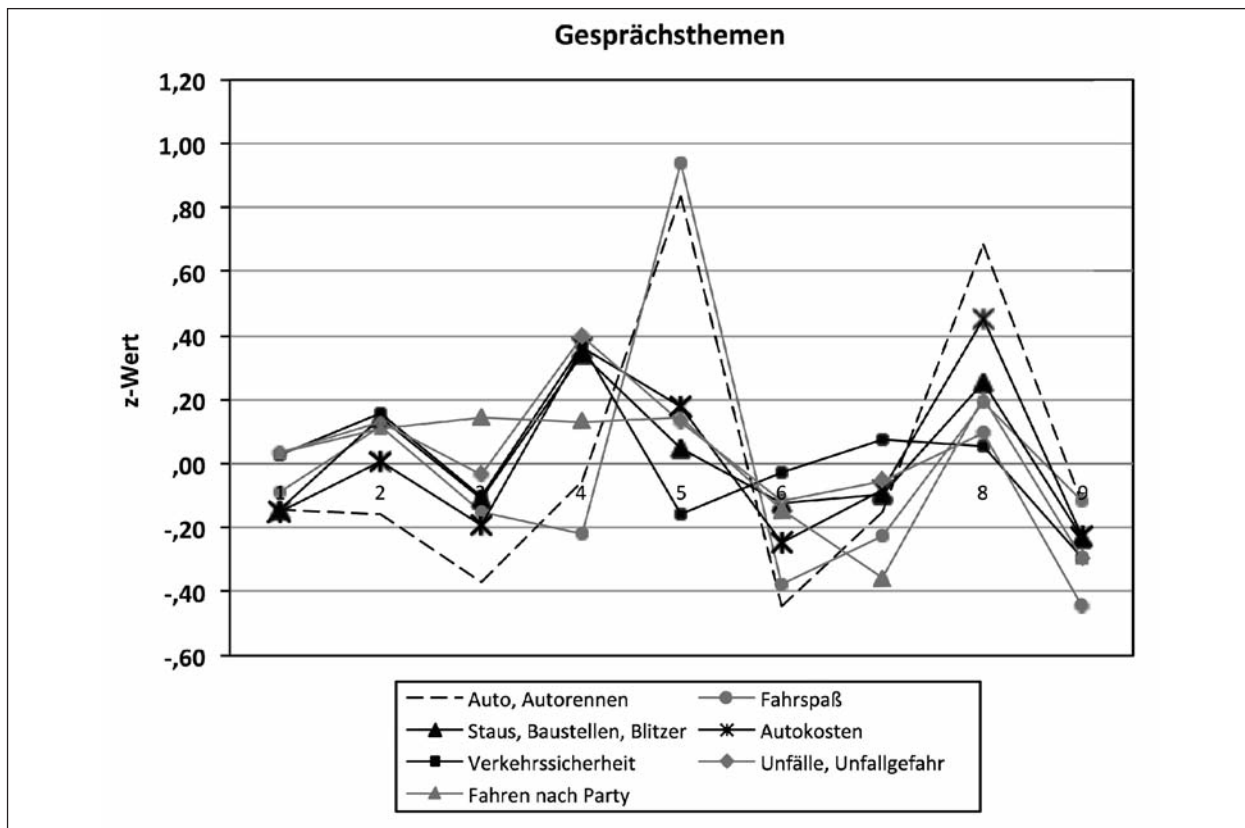


Bild 28: Beschreibungsmerkmal Themen bei Gesprächen rund ums Auto und Autofahren: Abgebildet sind die z-standardisierten Summenindices in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Bekanntem über eigene Unfälle oder Unfälle von Bekannten, für 40 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 4 ist auch die Unfallberichterstattung ein Thema.

Auch „Aspekte der Verkehrssicherheit“ werden in unterschiedlichem Ausmaß in den Lebensstilgruppen in Gesprächen aufgegriffen ($F = 7,896$; $df_1 = 8$; $df_2 = 799,445$; $p = .000$). Wie beim Thema „Unfälle und Unfallgefahren“ schreibt auch diesem Thema die Gruppe 4 die größte Relevanz in der interpersonalen Kommunikation zu. Vergleichsweise wenig Relevanz wird diesem Thema von Gruppe 5 und Gruppe 9 beigemessen. Während rund ein Fünftel der Befragten aus Gruppe 4 die Gefährlichkeit bestimmter Strecken aufgreift, ist dies nur bei 7 % der Mitglieder aus Gruppe 9 ein Thema. Die aggressive Fahrweise anderer wird von 43 % aus Gruppe 4 als relevantes Thema angegeben. Verkehrskampagnen sind kein zentraler Gegenstand der interpersonalen Kommunikation von Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Nur 5 % geben an, dass Kampagnen zur Verkehrssicherheit ein Thema in Gesprächen sind. In Gruppe 4 geben immerhin 9 % an, dass dieses Thema besprochen wird, während in Gruppe 5 nur 1 % bestätigt, dass in Gesprächen über Verkehrssicherheitskampagnen gesprochen wird.

42 % der Befragten geben an, dass die Frage, wer nach dem nächsten Partybesuch fährt, in der Peergruppe diskutiert wird. Vor allem in Gruppe 8, Gruppe 5 und Gruppe 3 wird in Gesprächen ausgehandelt, wer Fahrdienst hat. In Gruppe 7 und Gruppe 9 hingegen bestätigt lediglich rund ein Viertel, dass über das Thema diskutiert wird ($F = 10,77$; $df_1 = 8$; $df_2 = 803,205$; $p = .000$).

Bekanntheit der Kampagne „Runter vom Gas“

Es wurde bereits deutlich, dass Verkehrskampagnen kein zentraler Gegenstand der interpersonalen

Kommunikation Jugendlicher und junger Erwachsener sind. Dennoch kann konstatiert werden, dass mit 82 % ein Großteil der Befragten bereits von der Kampagne „Runter vom Gas“ gehört hat (Tabelle 45).

Am bekanntesten ist die Kampagne in Gruppe 8 (87 %), Gruppe 4 (86 %) sowie in Gruppe 2 (87 %). In Gruppe 5 (76 %) und Gruppe 9 (77 %) ist der Anteil derer, der die Kampagne kennt, mit rund drei Vierteln kleiner als in den anderen Gruppen.

Soziale Normen

In Gesprächen werden nicht nur bestimmte Themen besprochen, es werden auch soziale Normen vermittelt. So wurden die Befragten gebeten, das Verhalten und die Einstellung des Freundes- und Bekanntenkreises bezüglich schnellen Fahrens einzuschätzen. Zudem sollten die sozialen Konsequenzen zu schnellem Fahren antizipiert werden. Alle drei Variablen sind in Bild 29 z-standardisiert abgebildet, sodass ermittelt werden kann, in welcher Lebensstilgruppe eine überdurchschnittlich positive soziale Norm gegenüber schnellem Fahren vorherrscht.

Die ANOVA belegt, dass es signifikante Unterschiede bezüglich des wahrgenommenen Fahrverhaltens der Peergruppen zwischen den Lebensstilgruppen gibt ($F = 21,182$; $df_1 = 8$; $df_2 = 436,676$; $p = .000$). Das wahrgenommene Fahrverhalten des Freundes- und Bekanntenkreises der Lebensstilgruppe 5 unterscheidet sich signifikant vom wahrgenommenen Fahrstil der Bekannten der anderen Lebensstilgruppen ($p = .000$): Danach sind die Freunde und Bekannten der Gruppe 5 deutlich geschwindigkeitsaffiner als die Peers anderer Lebensstilgruppen. Ein überdurchschnittlich schneller Fahrstil der Freunde und Bekannten ist auch in der Gruppe 9, Gruppe 8 und Gruppe 3 verbreitet. Mit Abstand am wenigsten Raser gibt es nach eigener

Kampagnenbekanntheit	Lebensstilgruppen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gesamt
Chi-Quadrat = 33; $p = .000$; Cramer-V = .09										
Schon davon gehört	81,8	86,5	81,5	86,2	76,3	82,0	79,0	87,4	76,7	82,0
Hören davon zum ersten Mal	17,3	10,8	16,5	10,6	21,7	13,4	18,5	9,6	20,2	15,3
Unentschieden, keine Angabe	0,9	2,7	1,9	3,1	2,0	4,6	2,6	3,1	3,1	2,7

Tab. 45: Beschreibungsmerkmal der Bekanntheit der Kampagne „Runter vom Gas“: Angegeben sind die prozentualen Anteile in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Auskunft im Freundes- und Bekanntenkreis der Gruppe 6. Auch die Gruppe 7 und Gruppe 4 machen vergleichsweise wenige schnelle Fahrer und Fahrerinnen im eigenen Bekanntenkreis aus.

Auch in der Einstellung zur Geschwindigkeit gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Bekanntenkreisen der Lebensstilgruppen ($F = 4,515$; $df1 = 8$; $df2 = 802,081$; $p = .000$). Gruppe 9 stimmt der Aussage, dass die meisten der Freunde es in Ordnung finden, schneller als erlaubt zu fahren, am stärksten zu. Auch in den Freundeskreisen der Gruppe 5 und Gruppe 7 scheint die Norm vorzuherrschen, dass schnelles Fahren in Ordnung ist. Die Peergruppe der Gruppe 4 grenzt sich von dieser Meinung stark ab.

Die Befragten wurden außerdem gebeten anzugeben, wie Freunde und Bekannte auf zu schnelles Fahren reagieren. Hohe z-Werte in Bild 29 stehen für positive soziale Konsequenzen zu schnellem Fahren, welche sich z. B. in einer entsprechenden Anerkennung der Peers zeigen können. Die ANOVA bestätigt auch hier bestehende signifikante Unterschiede zwischen den Freundeskreisen der Lebensstilgruppen ($F = 54,464$; $df1 = 8$; $df2 = 610,326$; $p = .000$). Die Gruppe 5 unterscheidet sich hinsichtlich der zu erwartenden sozialen Konsequenzen für zu schnelles Fahren signifikant von allen anderen Gruppen ($p = .000$): Die Fahrer und Fahrerinnen dieser Gruppe können mit über-

durchschnittlich positiven Reaktionen auf einen rasanten Fahrstil rechnen. Mit überdurchschnittlich positiven Reaktionen können auch die schnellen Fahrer und Fahrerinnen der Gruppe 9 und Gruppe 8 rechnen, wohingegen die Fahrer und Fahrerinnen aus Gruppe 4, Gruppe 6 und Gruppe 7 relativ wenig Anerkennung für zu schnelles Fahren erhalten.

Gruppenidentität: Gruppenattraktivität und Gruppenähnlichkeit

Vor dem Hintergrund der oben dargestellten Norm bezüglich des Risikoverhaltens ist es relevant, die Identifikation mit dem Freundes- und Bekanntenkreis zu berücksichtigen. Hierfür wurde erhoben, wie attraktiv die Peergruppe für die Befragten ist (Bild 30). Die Lebensstilgruppen unterscheiden sich signifikant bezüglich der Anziehungskraft, welche von der Peergruppe ausgeht ($F = 10,637$; $df1 = 8$; $df2 = 786,285$; $p = .000$). Vor allem in der Gruppe 1, Gruppe 4 und Gruppe 8 ist eine überdurchschnittliche Attraktivität der Peergruppe zu vermerken. Relativ unattraktiv scheint der Freundes- und Bekanntenkreis für Gruppe 9 zu sein. Sie unterscheidet sich hinsichtlich der Gruppenattraktivität signifikant von allen anderen Gruppen ($p \leq .005$).

Ein weiterer Aspekt der Identitätsbildung über die Gruppenzugehörigkeit ist die wahrgenommene Ähnlichkeit mit der Peergruppe. Bild 31 stellt die

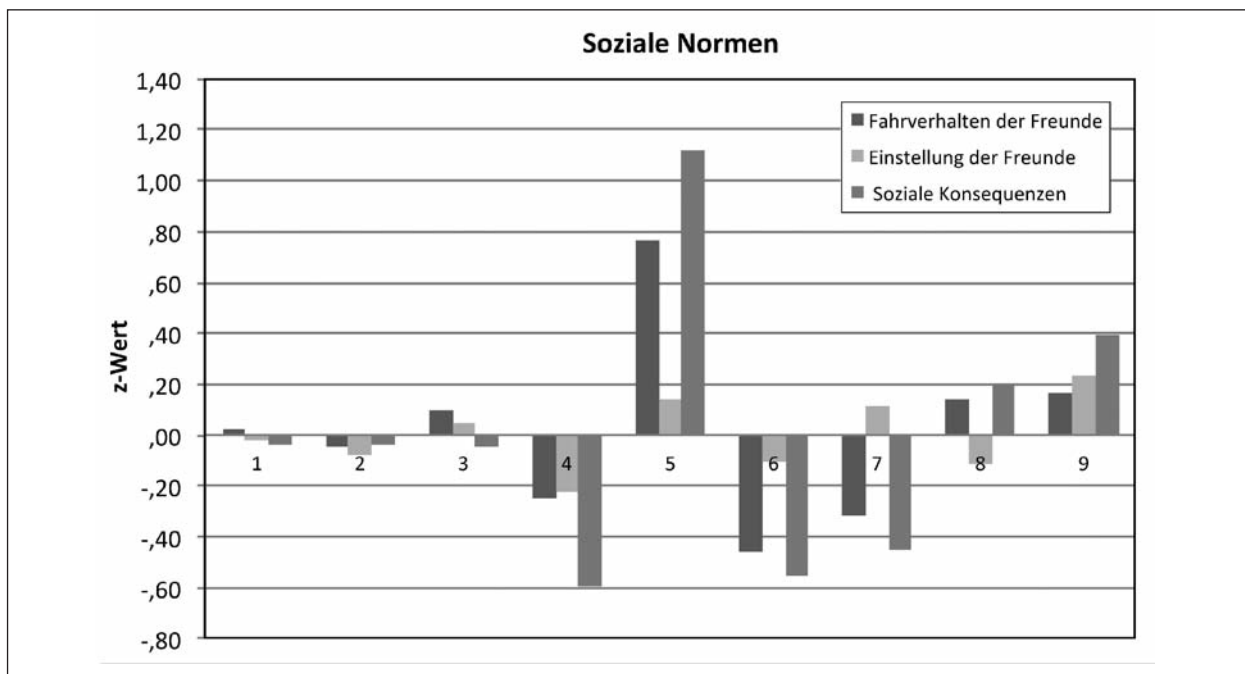


Bild 29: Beschreibungsmerkmal soziale Normen in der Peergruppe. Fahrverhalten der Freunde: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Führerscheinbesitzer/innen. Einstellung der Freunde und soziale Konsequenzen: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

verschiedenen Aspekte dar, hinsichtlich derer Ähnlichkeiten mit dem Freundes- und Bekanntenkreis empfunden werden können. Hohe z-Werte entsprechen einer stark ausgeprägten Wahrnehmung der Ähnlichkeit. Zwei übergeordnete Dimensionen lassen sich hier ausmachen: die Ähnlichkeit bezüglich des Lebensstils und die Ähnlichkeit hinsichtlich des Themas Auto. Vor allem in Gruppe 3 und in Gruppe 5 geben die Befragten an, ihren Freunden bezüglich des Lebensstils ähnlich zu sein. Hinsichtlich der

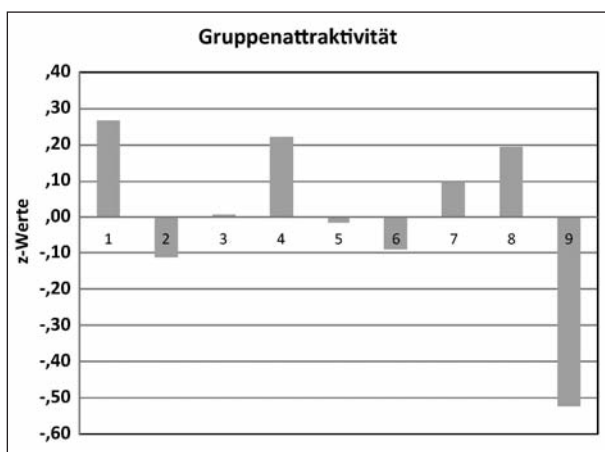


Bild 30: Beschreibungsmerkmal Gruppenattraktivität: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

Bedeutung des Autos und des Fahrstils erkennen die Befragten aus Gruppe 5 und Gruppe 8 die größten Gemeinsamkeiten mit ihren Freunden. In Gruppe 6 scheint das Thema „Auto“ keine identitätsstiftende Wirkung im Freundeskreis zu haben.

In Gruppe 4 definiert sich der Freundeskreis überdurchschnittlich stark über die Frage, was wichtig im Leben ist, sowie über die politische Einstellung. Auch in Gruppe 2 ist die politische Einstellung ein identitätsstiftendes Kriterium in der Peergruppe. Gemeinsame Interessen sind vor allem in Gruppe 4 und Gruppe 8 bedeutend.

(3) Zusammenfassung: Kommunikationsprofile der Lebensstilgruppen

Im Folgenden sollen die in diesem Kapitel vorgestellten Merkmale zu den Kommunikationsprofilen für die Lebensstilgruppen zusammengeführt werden. Dabei werden vor allem Besonderheiten in der Kommunikation der Lebensstilgruppen dargestellt.

Gruppe 1: Diese Gruppe weist keine Besonderheiten der täglichen Mediennutzung auf. Radio, Fernsehen und Zeitungen werden von den Befragten eher durch-

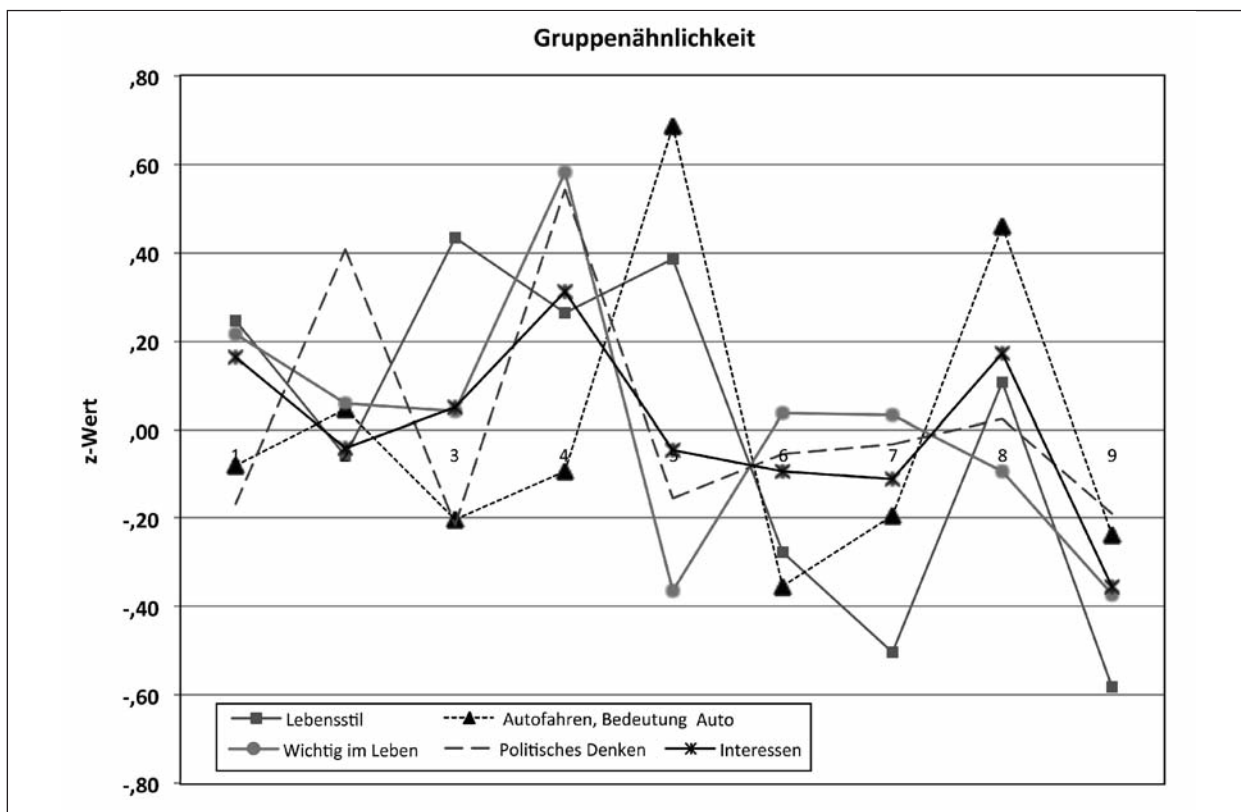


Bild 31: Beschreibungsmerkmal Gruppenähnlichkeit: Abgebildet sind die z-standardisierten Werte in jeder Lebensstilgruppe für die Gesamtstichprobe

schnittlich genutzt. Wenn die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 4 fernsehen, haben sie keine klaren inhaltlichen Präferenzen. Auffällig ist lediglich das unterdurchschnittliche Interesse für Sportsendungen. Auch bei der Zeitschriftennutzung scheint es keine deutlichen Vorlieben zu geben. Tendenziell werden Jugendzeitschriften und Lifestylemagazine bevorzugt gelesen. Während die Befragten aus Gruppe 1 in der Massenmediennutzung kein eindeutiges Interessenprofil haben, nutzen sie leicht überdurchschnittlich das Internet und zeichnen sich dabei durch eine überdurchschnittlich intensive Nutzung sozialer Netzwerke aus. Zudem chattet ein überdurchschnittlich großer Anteil gern im Internet. Dass die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 1 gern kommunizieren, zeigt sich auch in einer überdurchschnittlichen Mobiltelefonnutzung. Fast drei Viertel der Befragten aus Gruppe 3 nutzen Apps auf ihren Handys.

Ihre Peergruppe ist für die Befragten aus Gruppe 1 in besonderem Maße attraktiv. Vor allem hinsichtlich des Lebensstils, der Interessen sowie der Frage, was wichtig im Leben ist, besteht eine Ähnlichkeit zwischen den Befragten und ihrer Peergruppe.

Gruppe 2: Bei der täglichen Mediennutzung der Gruppe 2 ist die starke Internetaffinität auffällig. In dieser Gruppe wird am meisten das Internet genutzt und am wenigsten ferngesehen. Wenn die Befragten sich dem Fernsehen zuwenden, schauen sie bevorzugt Sendungen und Filme aus der Kategorie „Information & Kultur“ sowie „Action & Humor“. Die Informationsorientierung dieser Gruppe spiegelt sich auch in ihren inhaltlichen Präferenzen bei der Zeitschriftennutzung wider. So lesen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen bevorzugt Nachrichten- und Wissenschaftsmagazine. Zudem haben sie ein überdurchschnittliches Interesse an Musikzeitschriften. Ihrem Musikinteresse gehen die Gruppenmitglieder auch im Internet nach. In dieser Gruppe gibt es den größten Anteil an Ju-

gendlichen und jungen Erwachsenen, der Musik, Videos oder Bilder im Internet herunterlädt. Zudem suchen die Befragten überdurchschnittlich nach Informationen im Netz. Mit fast der Hälfte der Befragten aus Gruppe 2 handelt es sich im Gruppenvergleich um den größten Anteil an Personen, die gern Blogs und Wikis lesen. Die Befragten zeichnen sich zwar nicht durch eine überdurchschnittliche Mobiltelefonnutzung aus, sie haben jedoch eine Vorliebe für informative Apps. So werden Navigations-Apps sowie Bus- und Bahn-Apps vor allem von dieser Gruppe gern genutzt. Für eine App, die Hinweise auf Gefahrenstellen gibt, bekunden über 60 % der Befragten aus dieser Gruppe Interesse.

Gruppe 3: Die Gruppe 3 ist die Lebensstilgruppe mit dem größten täglichen Fernsehkonsum. Bei ihrer Fernsehnutzung interessiert sich die Gruppe vor allem für Sendungen und Filme aus der Kategorie „Romantik & Reality“. Diese inhaltlichen Vorlieben zeigen sich auch in der Zeitschriftenwahl. Im Vergleich zu den anderen Befragten gibt es in dieser Gruppe das stärkste Interesse an Mode- und Frauenzeitschriften sowie an Prominentenmagazinen. Zudem werden überdurchschnittlich gern Jugendzeitschriften gelesen. Die Befragten aus Gruppe 3 nutzen leicht überdurchschnittlich das Internet. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen shoppen überdurchschnittlich gern online und nutzen überdurchschnittlich stark soziale Netzwerke. Auch das Handy bzw. Smartphone wird in dieser Gruppe am intensivsten genutzt. Mit über 70 % befinden sich besonders viele App-Nutzer in dieser Gruppe. Vor allem Apps von Anbietern sozialer Netzwerke werden in dieser Gruppe genutzt.

Auto und Autofahren ist eher kein Thema in der interpersonalen Kommunikation mit Freunden und Bekannten. Auch gibt es keine auffälligen Normen bezüglich des Fahrens im Freundeskreis. Vielmehr definiert sich die Peergruppe über den gemeinsamen Lebensstil.

Gruppe 4: Wenn die Befragten aus Gruppe 4 fernsehen, wenden sie sich vor allem Informations- und Kultursendungen zu. Zudem haben die Befragten ein ausgeprägtes Interesse an Sendungen und Filmen der Kategorie „Romantik & Reality“. In Gruppe 4 sind die Befragten mit der intensivsten Radio- und Tageszeitungsnutzung. Die starke Printaffinität zeigt sich auch in einer vergleichsweise ausgeprägten Zeitschriftennutzung: Über 70 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 4 nutzen mindestens einmal in der Woche und öfter Zeitschriften. Dabei interessieren sie sich vergleichsweise stark für Reisemagazine, Testzeitschriften, Nachrichten- und Wissenschaftsmagazine. Die Hälfte der Befragten aus Gruppe 4 liest gern Mode- und Frauenzeitschriften. Das Internet wird in erster Linie genutzt, um E-Mails zu schreiben. Mit 43 % gibt es in dieser Gruppe zudem den zweitgrößten Anteil, der Blogs und Wikis liest, mit 8 % zudem den größten Anteil, der auch selbst Beiträge verfasst. Zusammen mit Gruppe 3 haben die Befragten aus Gruppe 4 das stärkste Interesse am Online-Shopping. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Gruppe 4 nutzen das Internet, um Preise zu vergleichen sowie Testberichte und Bewertungen zu lesen. Die Befragten aus Gruppe 4 verbringen die wenigste Zeit in sozialen Netzwerken. Auch das Mobiltelefon wird vergleichsweise selten genutzt. Die Befragten bevorzugen Informations-Apps. Entsprechend würde eine App, die Hinweise auf Gefahrenstellen gibt, über 60 % der Befragten ansprechen.

Wenn die Befragten aus dieser Gruppe sich über „Autos und Autofahren“ unterhalten, tauschen sie sich vor allem über die Themen „Staus, Baustellen und Blitzer“, „Unfälle und Unfallgefahren“ sowie über „Aspekte der Verkehrssicherheit“ aus. Auch die mit einem Auto einhergehenden Kosten sind in der interpersonalen Kommunikation der Befragten aus Gruppe 4 relevant. Im Freundes- und Bekanntenkreis herrscht eine gegen zu schnelles Fahren gerichtete Norm vor. Die eigene Peergruppe hat eine hohe

Bedeutung für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 4. Der Gemeinsinn wird in erster Linie über die Frage, was wichtig im Leben ist, sowie über die politische Einstellung gestiftet.

Gruppe 5 (Autozentrierter Typ A): Vor allem das Fernsehen und das Internet nehmen einen hohen Stellenwert im täglichen Mediengebrauch der Befragten aus Gruppe 5 ein. Beim Fernsehen interessieren sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen vorrangig für Sendungen und Filme aus dem Bereich „Action & Humor“ sowie für Sportsendungen. Das Interessenprofil zeigt sich auch in der Zeitschriftennutzung: So werden überdurchschnittlich gern Sportzeitschriften und Männerzeitschriften in dieser Gruppe gelesen. Das größte Interesse wird jedoch für Autozeitschriften bekundet. Über 40 % geben an, diese gern zu lesen. Autos sind für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 5 auch im Internet ein relevantes Thema: 37 % suchen dort nach entsprechenden Informationen. Zudem gibt es in dieser Gruppe den größten Anteil an Online-Gamern. Soziale Netzwerke sind eine wichtige Plattform für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen dieser Lebensstilgruppe: Sie verbringen mit Abstand am meisten Zeit in Netzwerken wie Facebook oder StudiVZ. Und hinsichtlich ihrer Mobiltelefon- und App-Nutzung sind die Befragten aus Gruppe 5 als Intensivnutzer und -nutzerinnen zu bezeichnen: Drei Viertel nutzen Apps – bevorzugt Unterhaltungs-Apps. Eine Autorennspiel-App würde in dieser Gruppe großen Zuspruch finden.

Die Vorliebe für Autos und Autofahren schlägt sich auch in der interpersonalen Kommunikation der Gruppenmitglieder nieder. Dabei werden bevorzugt „Autos“ an sich thematisiert. Auch das Thema „Fahrspaß“ steht in den Gesprächen mit Freunden oben auf der Agenda. Das zeigt sich auch im Fahrverhalten der Freunde und Bekannten: Die Peers dieser Gruppe fahren deutlich schneller als die Freunde und Bekannten anderer Lebensstilgruppen. Es herrscht die Norm

vor, dass schnelles Fahren in Ordnung ist. So erhalten die Befragten aus Gruppe 5 die mit Abstand positivste Resonanz auf eigenes zu schnelles Fahren.

Gruppe 6: Für Gruppe 6 ist die unterdurchschnittliche Mediennutzung auffällig. Weder bei der Fernseh- noch bei der Zeitschriftennutzung ist ein markantes Interessenprofil abzulesen. Am ehesten schalten die Befragten bei Sendungen und Filmen aus der Kategorie „Romantik & Reality“ ein. Damit einhergehend ist ein leicht überdurchschnittliches Interesse für Mode- und Frauenzeitschriften sowie Jugendzeitschriften zu konstatieren. Hinsichtlich ihrer Internetnutzung ist lediglich der überdurchschnittlich große Anteil an Befragten auffallend, der angibt, vor allem E-Mails zu schreiben.

Gruppe 7: In der täglichen Mediennutzung der Gruppe 7 sind die stark unterdurchschnittliche Internetnutzung sowie die überdurchschnittliche Nutzung der Tageszeitung auffallend. Die Printaffinität zeigt sich auch in einer ausgeprägten Zeitschriftennutzung: 56 % der Befragten aus Gruppe 7 lesen mindestens einmal in der Woche oder öfter Zeitschriften. Dabei weisen die Befragten kein starkes inhaltliches Profil auf: Sie zeigen tendenziell ein überdurchschnittliches Interesse an Wissenschaftsmagazinen, Wirtschaftsmagazinen und Nachrichtenmagazinen. Auch hinsichtlich ihrer Internetnutzung sind die Befragten eher unauffällig. Sowohl hinsichtlich der Nutzung sozialer Netzwerke als auch bezüglich der Handy- bzw. Smartphone-nutzung zeichnet sich die Gruppe durch eine stark unterdurchschnittliche Zuwendung aus.

Gruppe 8 (Autozentrierter Typ B): Gruppe 8 ist auffallend medienaffin: Alle Medien werden überdurchschnittlich genutzt. Bei der Fernsehnutzung zeigt diese Gruppe das stärkste Interesse an Sport, außerdem hat sie ein ausgeprägtes Interesse an Sendungen und Filmen aus der Kategorie „Action & Humor“. Wenn die Jugendlichen und jungen Erwachsenen Zeitschriften rezipieren, lesen sie vor allem

Sportzeitschriften, Computerzeitschriften und Autozeitschriften. Das Interesse für Autos zeigt sich auch in der Internetnutzung: Ein Drittel gibt an, im Internet nach Informationen und Angeboten rund ums Auto Ausschau zu halten. Hinsichtlich ihrer Mobiltelefonnutzung sind die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus Gruppe 8 als durchschnittlich einzustufen. Die App-Nutzer und Nutzerinnen dieser Gruppe haben ein überdurchschnittliches Interesse an Unterhaltungs-Apps und an Informations-Apps. So stoßen zum Beispiel Apps, welche Sportinformationen bereitstellen, auf vergleichsweise viel Interesse in Gruppe 8. Interesse bekunden die Befragten dieser Gruppe auch an einer Autorennspiel-App sowie an einer Blitzer-App.

Themen rund um Autos und ums Autofahren werden in dieser Gruppe vergleichsweise oft mit Freunden und Bekannten besprochen. Dabei werden vor allem alltagsrelevante Aspekte besprochen: So werden „Staus, Baustellen und Blitzer“ und „Kosten“ vergleichsweise häufig in den Gesprächen aufgegriffen. In der Peergruppe der Befragten aus Gruppe 8 scheint ein leicht überdurchschnittlich schneller Fahrstil verbreitet zu sein, der auf Anerkennung stößt: So können die schnellen Fahrer und Fahrerinnen der Gruppe 8 mit überdurchschnittlich positiven Reaktionen in ihrer sozialen Bezugsgruppe rechnen.

Gruppe 9: Die Befragten aus Gruppe 9 wenden sich allen Medien täglich durchschnittlich bis unterdurchschnittlich lange zu. Die Befragten zeigen weder bei der Fernsehnutzung noch bei der Zeitschriftennutzung ein überdurchschnittliches Interesse an bestimmten Inhalten. Am ehesten interessieren sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen dieser Gruppe für Computer- und Autozeitschriften. Auch hinsichtlich der Internetnutzung gibt es keine auffälligen präferierten Aktivitäten.

In der Peergruppe ist eine Norm etabliert, die schnelles Fahren unterstützt: So nehmen Personen dieser Gruppe

nicht nur einen überdurchschnittlich schnellen Fahrstil im Freundes- und Bekanntenkreis dieser Gruppe wahr, sondern auch die Einstellung, dass schnelles Fahren in Ordnung ist. Die schnellen Fahrer und Fahrerinnen dieser Gruppe können entsprechend mit überdurchschnittlich positiven Reaktionen und Anerkennung ihrer Peers rechnen.

4.5.6 Modelltests

Zur empirischen Prüfung des theoretischen Modells (Bild 4) wurden verschiedene Pfadanalysen durchgeführt. Durch einen Chi²-Test wird dabei geprüft, ob dieses Modell mit den empirischen Daten in Einklang steht. Dass Modell passt dann zur Datenstruktur, wenn der Chi²-Wert nicht-signifikant ist ($p \geq .05$). In diesem Fall kann das Modell nicht abgelehnt werden. Das bedeutet allerdings nicht, dass es nicht auch noch andere theoretische Modelle geben kann, die zur Datenstruktur passen. Bei großen Stichproben können jedoch bereits kleinere Modellverletzungen ein nicht gewünschtes signifikantes Ergebnis bewirken. Das muss nicht unbedingt die Ablehnung des Modells bedeuten. Ob ein Modell abgelehnt wird, kann durch das Hinzuziehen weiterer Kriterien entschieden werden, die weniger bzw. überhaupt nicht von der Stichprobengröße abhängig sind. Dazu zählen der Quotient aus Chi² und Freiheitsgraden und verschiedene der Fit-Indizes. Nach CARMINES und McIVER (1981) sollte der Chi²-Wert nicht mehr als dreimal so groß sein wie die Anzahl der Freiheitsgrade. WHEATON, MUTHÉN, ALWIN und SUMMERS (1977) dagegen sehen ein Modell auch dann noch als passend an, wenn der Chi²-Wert maximal fünfmal so groß ist wie die Anzahl der Freiheitsgrade. Ein weiteres Kriterium zur Beurteilung der Modellgüte ist der Comparative Fit-Index (CFI), der Werte zwischen 0 und 1 annehmen kann. Um von einer sehr guten Modellpassung sprechen zu können, sollte dieser Wert nach HU und BENTLER (1999) mindestens .95 betragen. Der sogenannte RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) als weiteres Kriterium sollte einen Wert von .05 nicht überschreiten (BROWNE & CUDECK, 1993), um von einem guten Modell-Fit sprechen zu können. Bei der Beurteilung eines Modells sollte auch derjenige Anteil der Varianz einer jeden abhängigen (endogenen) Variable angegeben werden, der durch die unabhängigen (exogenen) Variablen erklärt wird.

Für die Interpretation der Ergebnisse der Pfadanalyse werden die von COHEN (1988) aufgestellten Konventionen zugrunde gelegt: Die Stärke des Effekts einer unabhängigen Variable auf eine abhängige wird durch Pfadkoeffizienten angegeben. Ein schwacher Effekt liegt vor, wenn ein standardisierter Pfadkoeffizient kleiner als .10 ist; bei einem mittelstarken Effekt liegen Werte zwischen .30 und .50 vor; bei einem Wert ab .50 handelt es sich um einen starken Effekt. Es wird zwischen standardisierten und nicht-standardisierten Pfadkoeffizienten unterschieden. Standardisierte Pfadkoeffizienten werden dann für die Interpretation herangezogen, wenn die relative Bedeutung eines Einflussfaktors bezogen auf die übrigen Einflussfaktoren in einem Modell von Interesse ist. Auf diese Weise sind die Effekte direkt miteinander vergleichbar. Sollen jedoch die Effekte verschiedener Subgruppen (z. B. Männer und Frauen) verglichen werden, werden wegen unterschiedlicher Varianzen der erfassten Merkmale die nicht-standardisierten Pfadkoeffizienten verwendet.

4.5.6.1 Zwei Modellvarianten

Einem Modelltest unterzogen wurden ein Basis-Modell sowie eine Variante dieses Modells, bei der Aspekte der Mediennutzung berücksichtigt wurden. Das Basis-Modell beinhaltet diejenigen psychologischen Merkmale des theoretischen Gesamtmodells (Bild 4), die eine zentrale verhaltenssteuernde Funktion auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer ausüben. Eine ausführliche theoretische Diskussion dieser Merkmale und ihrer Beziehungen zueinander erfolgte in Kapitel 4.2. Für die Durchführung der Modelltests wurde das Strukturgleichungsprogramm MPlus 6.1.1 (MUTHÉN & MUTHÉN, 2010) herangezogen. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse der beiden Modellvarianten beinhaltet Tabelle 46. Wie daraus zu entnehmen ist, zeigen beide Modellvarianten eine gute Anpassung an die empirischen Daten. Bei beiden Modellen liegt der Quotient aus Chi² und Freiheitsgraden unter 2. Der RMSEA und der CFI erfüllen deutlich die gesetzten Mindestanforderungen.

In den nachfolgenden Darstellungen werden der p - und der CFI-Wert, der RMSEA-Wert sowie die Pfadkoeffizienten mit einem Punkt (z. B. .012) dargestellt, wie es international üblich ist. Der Chi²-Wert sowie der Quotient aus Chi² und Freiheitsgraden dagegen werden mit einem Komma angegeben.

Modellvarianten	Chi-Quadrat (χ^2)	Freiheitsgrade (df)	$\frac{\chi^2}{df}$	p	RMSEA	CFI
1. Basis-Modell	56,70	35	1,62	.012	.029	.992
2. Basis-Modell plus Mediennutzung	181,78	103	1,76	.000	.032	.981

Tab. 46: Ergebnisse zu zwei getesteten Modellvarianten: In diesem Fall wurde die dichotome Variable zur Unfallbeteiligung als Pkw-Fahrer wie eine numerische Variable behandelt

(1) Modellvariante 1

Im Basis-Modell (Bild 32) werden direkte Einflüsse sowohl des Personenmerkmals „Erlebnishunger“ als auch des Personenmerkmals „Normlosigkeit“ auf die emotionale Bindung zum Auto, die Einstellung zur Geschwindigkeit und die erwarteten positiven Konsequenzen anderer postuliert. Die Normlosigkeit wirkt sich außerdem unmittelbar auf die Handlungskompetenzerwartung aus. Die Einstellung zur Geschwindigkeit und die erwarteten positiven Konsequenzen anderer beeinflussen unmittelbar die erwartete Handlungskompetenz, das berichtete Fahrverhalten sowie die Anzahl der Verstöße. Die Handlungskompetenzerwartung wiederum wirkt sich direkt auf das berichtete Verhalten und die subjektive Entdeckungswahrscheinlichkeit aus. Vom berichteten Fahrverhalten geht sowohl ein direkter Einfluss auf die Anzahl der Verstöße als auch auf die Unfallbeteiligung aus. Die Unfallbeteiligung wird außerdem direkt von der Anzahl der Verstöße als auch von der Fahrfahrung beeinflusst. Die Anzahl der Freunde, die häufiger mit nicht angepasster Geschwindigkeit fahren, hat einen direkten Effekt auf die erwarteten positiven Konsequenzen anderer und auf das berichtete Fahrverhalten.

Der Gesamteffekt einer Variablen auf eine andere setzt sich zusammen aus dem direkten und indirekten Effekt. So beträgt der direkte Effekt der Variable „Einstellung zur Geschwindigkeit“ auf die Variable „Verstöße“ .14 und der indirekte Effekt .07. Demnach ergibt sich ein Gesamteffekt von .21. Der Gesamteffekt der „Einstellung zur Geschwindigkeit“ auf das „berichtete Verhalten“ fällt mit .57 ebenfalls größer aus als der direkte Effekt mit .36. Da sich die übrigen Gesamteffekte für die „Unfallbeteiligung“, die „Anzahl der Verstöße“ und das „berichtete Verhalten“ nur geringfügig von den direkten Effekten unterscheiden, werden sie nicht aufgeführt. In Bild 32 sind ausschließlich die signifikanten direkten Effekte dargestellt.

Das Personenmerkmal „Erlebnishunger“ hat einen mittelstarken Effekt auf die „emotionale Bindung

zum Auto“ (.39) und jeweils einen schwachen Effekt auf die „Einstellung zur Geschwindigkeit“ (.18) und auf die „Erwartung positiver Konsequenzen anderer“ (.18). Die „emotionale Bindung zum Auto“ wiederum hat einen mittelstarken Effekt auf die „Erwartung positiver Konsequenzen anderer“ (.41) und einen starken Effekt auf die „Einstellung zur Geschwindigkeit“ (.62).

Das Personenmerkmal „Normlosigkeit“ hat einen jeweils schwachen Effekt auf die „Einstellung zur Geschwindigkeit“ (.14), auf die „Erwartung positiver Konsequenzen anderer“ (.11) sowie auf die „Handlungskompetenzerwartung“ (.21).

Die „Anzahl der Freunde, die mit nicht angepasster Geschwindigkeit fahren“ hat jeweils einen schwachen Effekt auf die „Erwartung positiver Konsequenzen anderer“ (.16) und auf das „berichtete Fahrverhalten“ (.18).

Es besteht ein mittelstarker Effekt der „Einstellung zur Geschwindigkeit“ auf die „Handlungskompetenzerwartung“ (.42). Von der „Erwartung positiver Konsequenzen anderer“ (.18) geht dagegen nur ein schwacher Effekt auf die „Handlungskompetenzerwartung“ aus. Außerdem besteht ein mittelstarker Effekt der „Einstellung zur Geschwindigkeit“ auf das „berichtete Fahrverhalten“ (.36) und ein schwacher Effekt auf die „Anzahl der Punkte in Flensburg“ (.14). Von der „Erwartung positiver Konsequenzen anderer“ geht jeweils ein schwacher Effekt auf das „berichtete Fahrverhalten“ (.12) und auf die „Anzahl der Punkte in Flensburg“ (.12) aus.

Es besteht ein mittelstarker Effekt der „Handlungskompetenzerwartung“ auf das „berichtete Fahrverhalten“ (.32) und ein schwacher Effekt der „Handlungskompetenzerwartung“ auf die „subjektive Wahrscheinlichkeit, in eine Polizeikontrolle zu geraten“ (.11). Direkte Effekte der „Handlungskompetenzerwartung“ auf die „Anzahl der Punkte in Flensburg“ und die „Unfallbeteiligung“ liegen nicht vor.

Die Effekte des „berichteten Fahrverhaltens“ auf die „Anzahl der Punkte in Flensburg“ (.12) sowie auf die

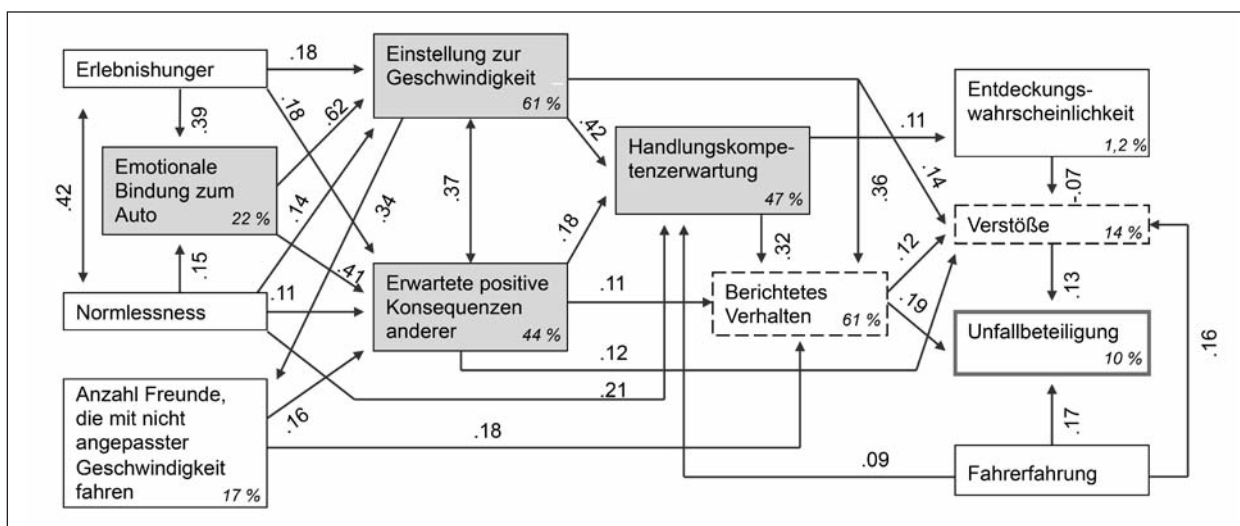


Bild 32: Modellvariante 1 – Basis Modell. Alle Pfadkoeffizienten sind signifikant mit jeweils einem $p < .05$. Die kursiv geschriebene Zahl in den Kästchen gibt den Anteil erklärter Varianz für das entsprechende Merkmal an

„Unfallbeteiligung“ (.19) sind ebenfalls schwach, so auch der Effekt „Anzahl der Punkte in Flensburg“ (.13) sowie der Effekt der „Fahrerfahrung“ (.17) auf die „Unfallbeteiligung“.

Die direkten Einflüsse lauten wie folgt:

- Je stärker der Erlebnishunger ausgeprägt ist, desto stärker sind die emotionale Bindung zum Auto, die positive Einstellung zur Geschwindigkeit sowie die erwarteten positiven Konsequenzen anderer.
- Je stärker die Normlosigkeit ausgeprägt ist, desto stärker sind die emotionale Bindung zum Auto, die positive Einstellung zur Geschwindigkeit sowie die Erwartung positiver Konsequenzen anderer.
- Je stärker die Bindung zum Auto ausgeprägt ist, desto stärker sind die positive Einstellung zur Geschwindigkeit sowie die Erwartung positiver Konsequenzen anderer.
- Je größer die Anzahl der Freunde, die mit nicht angepasster Geschwindigkeit fahren, desto stärker ist die Erwartung positiver Konsequenzen anderer und desto häufiger spielen höhere Geschwindigkeiten beim berichteten Fahrverhalten eine Rolle.
- Je positiver die Einstellung zur Geschwindigkeit, desto stärker ist die Erwartung der eigenen Handlungskompetenz im Hinblick auf das Fahren in riskanten und schwierigen Verkehrssituationen ausgeprägt, desto häufiger spielen höhere Geschwindigkeiten beim berichteten Fahrverhalten eine Rolle und desto größer ist die subjektive Wahrscheinlichkeit, von der Polizei kontrolliert zu werden.
- Je stärker die Erwartung der eigenen Handlungskompetenz im Hinblick auf das Fahren in riskanten und schwierigen Verkehrssituationen ausgeprägt ist, desto häufiger spielen höhere Geschwindigkeiten beim berichteten Fahrverhalten eine Rolle und desto größer wird die subjektive Wahrscheinlichkeit, von der Polizei kontrolliert zu werden.
- Je häufiger ein nicht angemessenes Geschwindigkeitsverhalten berichtet wird, desto größer die Anzahl der Punkte in Flensburg und desto wahrscheinlicher ist die Beteiligung mit dem Pkw an einem Unfall.
- Je größer die Anzahl der Verstöße, desto wahrscheinlicher ist die Beteiligung mit dem Pkw an einem Unfall.
- Je größer die Fahrerfahrung (in Jahren), desto positiver ist die Handlungskompetenzerwartung ausgeprägt, desto größer ist die Zahl der Verstöße und desto wahrscheinlicher ist die Beteiligung mit dem Pkw an einem Unfall.

Varianzaufklärung abhängiger (endogener) Variablen

Der Anteil erklärter Varianz durch die jeweiligen Prädiktoren beträgt für die „Entdeckungswahrscheinlichkeit“ 1,2 %, für die „Anzahl der Freunde, die mit nicht angepasster Geschwindigkeit fahren“, 16,8 %, für die „emotionale Bindung zum Auto“ 22 %, für die „Einstellung zur Geschwindigkeit“ 61,1 %, für die „erwarteten positiven Konsequenzen anderer“ 43,5 %, für die „Handlungskompetenzerwartung in schwierigen und riskanten Fahr-situationen“ 46,5 %, für das „berichtete Verhalten“ 61,3 %, für die „Anzahl der Verstöße“ 14 % und für die „Unfallbeteiligung mit dem Pkw“ 10,4 %.

(2) Modellvariante 2

In Modellvariante 2 (Bild 33) werden zusätzlich zum Basis-Modell die Einflüsse auf verschiedene Aspekte der Mediennutzung berücksichtigt. Diese gehen insbesondere von der Einstellung zur Geschwindigkeit, der Bindung zum Auto, der Handlungskompetenzerwartung, dem Erlebnishunger sowie vom Alter aus. In Bild 33 sind wiederum ausschließlich die signifikanten direkten Effekte dargestellt. Die für Modellvariante 1 dargestellten Pfadkoeffizienten finden sich in Modellvariante 2 wieder. Zusätzlich geht

von der „emotionalen Bindung zum Auto“ auf das Lesen von „Autozeitschriften“ (.48) ein starker Effekt und auf das bevorzugte Gesprächsthema „Auto, Autorennen“ (.40) ein mittelstarker Effekt aus. Von der „Einstellung zur Geschwindigkeit“ geht ein starker Effekt auf das „Gesprächsthema Fahrspaß“ aus (.57), und jeweils schwache Effekte auf die beiden „Gesprächsthemen Auto, Autorennen“ (.13) und „Autokosten“ (.11) sowie auf das „Lesen von Autozeitschriften“ (.15). Die Effekte der „Handlungskompetenzerwartung“ auf die präferierten „Gesprächsthemen Auto, Autorennen“ (.11) und „Autokosten“ (.10) sind als schwach zu bewerten. Der Effekt des Personenmerkmals „Erlebnishunger“ sowie das „Alter“ der Personen üben jeweils einen schwachen Effekt auf die „App-Nutzung“ aus (.22 und -.11). Auf das „Gesprächsthema Verkehrsunfälle“ gibt es nur einen äußerst schwachen Effekt des „Alters“ (-.07). Es bestehen keine direkten Effekte der „Mediennutzung und -präferenz“ auf das „berichtete Fahrverhalten“, die „Anzahl der Punkte in Flensburg“ und auf die „Unfallbeteiligung“.

Die direkten Einflüsse zu den Merkmalen der Mediennutzung und -präferenzen lauten wie folgt:

- Je stärker die Bindung zum Auto ausgeprägt ist, desto wahrscheinlicher sind das Lesen von

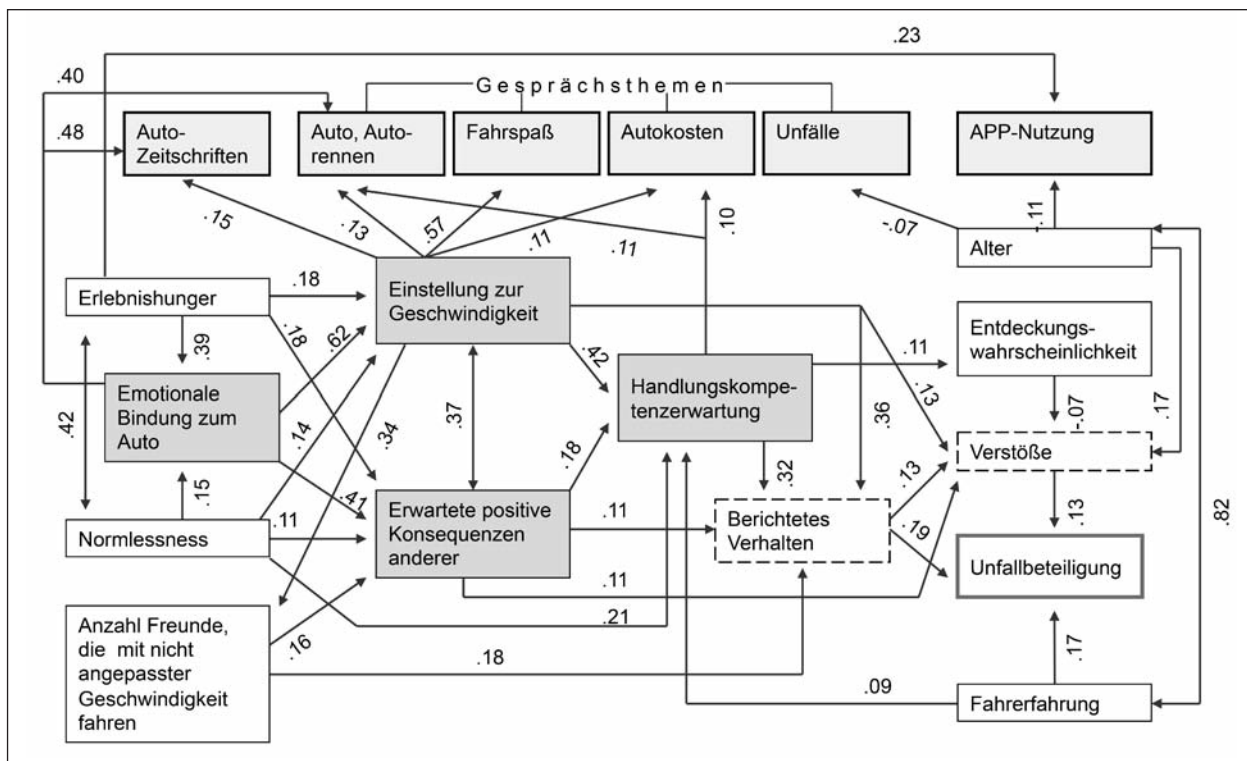


Bild 33: Modellvariante 2 – Basis Modell ergänzt um Medien- und Kommunikationsmerkmale. Alle Pfadkoeffizienten sind signifikant mit jeweils einem $p < .05$

Autozeitschriften und das Interesse an Gesprächen über Autos oder Autorennen.

- Je positiver die Einstellung zur Geschwindigkeit ausgeprägt ist, desto größer das Interesse an den Gesprächsthemen „Fahrspaß“, „Auto oder Autorennen“ und „Autokosten“ und desto wahrscheinlicher ist das Lesen von Autozeitschriften.
- Je positiver die Handlungskompetenzerwartung ausgeprägt ist, desto größer ist das Interesse an den beiden Gesprächsthemen „Auto, Autorennen“ und „Autokosten“.
- Je stärker der Erlebnishunger einer Person ist, desto wahrscheinlicher ist ihre App-Nutzung.
- Je jünger die Person ist, desto wahrscheinlicher ist ihre App-Nutzung.
- Je älter die Person ist, desto geringer ist ihr Interesse am Gesprächsthema „Verkehrsunfälle“

Varianzaufklärung abhängiger (endogener) Variablen

Der Anteil erklärter Varianz durch die jeweiligen Prädiktoren beträgt für das „Lesen von Autozeitschriften“ 35,8 %, für das Interesse am Gesprächsthema „Auto, Autorennen“ 32,3 %, für das Interesse am Gesprächsthema „Fahrspaß“ 32,3 %, für das Interesse am Gesprächsthema „Autokosten“ 3,4 %, für das Interesse am Gesprächsthema „Verkehrsunfälle“ 0,5 % und für die APP-Nutzung 6,8 %.

4.5.6.2 Multipler Gruppenvergleich: Lebensstilgruppen

Wird für die oben beschriebenen Modelle die dichotom ausgeprägte Unfallvariable wie eine numerische Variable behandelt, verändern sich lediglich die Pfadkoeffizienten der direkten Pfade auf die Unfallvariable. Diese Veränderungen sind nicht erheblich, sodass die Durchführung multipler Gruppenvergleiche mit dieser numerischen Unfallvariablen erfolgen kann. Diese Analysen erfordern numerische Variablen als abhängige Variablen.

Mit einem multiplen Gruppenvergleich wurde überprüft, inwieweit das Strukturgleichungsmodell in Bild 32 für alle identifizierten Lebensstilgruppen übereinstimmt. Für diese Analyse wurde als Schätzverfahren MLM verwendet, ein Maximum-Likelihood-Schätzer mit mittelwertjustierten Schätzwerten für χ^2 , Standardfehler und CFI. Dieser Schätzer ist gegenüber nicht-normalverteilt-

ten Merkmalen robust (SATORRA & BENTLER, 1994; MUTHÉN & MUTHÉN, 2010). Außerdem wurde die dichotome Variable „Unfallbeteiligung“ wie eine numerische Variable behandelt, um die Durchführung multipler Gruppenvergleiche und somit eine Ausweitung der Interpretation der Daten zu ermöglichen. Wie vorangegangene Analysen zeigten, ändern sich die Ergebnisse der Modelltests nicht wesentlich, wenn die dichotome Unfallvariable durch eine als numerisch deklarierte dichotome Variable ersetzt wird.

Der Modelltest bestätigt die Gültigkeit des Ausgangsmodells sowohl für Männer als auch für Frauen. Es ergab sich ein $p = .004$ bei einem χ^2 von 385,25 und 315 Freiheitsgraden ($\chi^2/df = 1,22$). Der CFI betrug .963, der RMSEA .052.

Trotz der im Test nachgewiesenen Gültigkeit des theoretischen Modells für alle Lebensstilgruppen zeigen sich zwischen diesen einige Unterschiede. In der Lebensstilgruppe 5 (Autozentrierter Typ A) treten mit Abstand am häufigsten (in 10 Fällen) die höchsten signifikanten Pfadkoeffizienten auf. Das trifft u. a. für den Einfluss der Einstellung zur Geschwindigkeit auf die Handlungskompetenzerwartung zu, sowie für die beiden Effekte „erwartete positive Konsequenzen anderer“ und „Anzahl der Freunde, die mit nicht angepasster Geschwindigkeit fahren“ auf das berichtete Fahrverhalten (Tabelle 47). Damit hat das theoretische Modell insbesondere für die im Straßenverkehr am stärksten gefährdete Subgruppe prädiktive Relevanz.

4.5.6.3 Multipler Gruppenvergleich: Geschlecht

Der Modelltest bestätigt die Gültigkeit des Ausgangsmodells sowohl für Männer als auch für Frauen. Es ergibt sich ein $p = .017$ bei einem χ^2 von 97,374 und 70 Freiheitsgraden ($\chi^2/df = 1,39$). Der CFI beträgt .988, der RMSEA .033. Trotz dieser nachgewiesenen Gültigkeit des Modells für beide Geschlechter zeigen sich auch einige markante Unterschiede (Tabelle 48). So zum Beispiel erlaubt bei Frauen die Kenntnis der Anzahl der Verstöße eine zuverlässigere Prognose der Unfallbeteiligung als bei Männern. Das ist sicherlich zum Teil dadurch zu erklären, dass Verstöße insgesamt bei Männern häufiger vorkommen und daher „normaler“ sind. Eine analoge Erklärung mag auch für die Tatsache zutreffen, dass der Effekt der Einstellung zur Geschwindigkeit auf das berichtete Fahrverhalten bei Frauen stärker ausgeprägt ist als bei Männern.

Modell- komponenten	Lebensstil-Cluster								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Pfadkoeffizienten								
EH → EAU	.189	.465	.374	.395	.873	-.020	.584	.335	.191
NL → EAU	.535	-.149	-.033	-.074	1.712	.364	.472	.374	.553
EH → EKA	.071	.000	.096	.098	.133	.009	.031	.102	.118
NL → EKA	.109	.137	.140	-.054	-.126	-.076	.198	.208	.032
AFG → EKA	.279	.504	.545	.269	.774	.658	.107	.600	.319
EAU → EKA	.108	.144	.128	.018	.251	.112	.178	.105	.153
EG → AFG	.096	.049	.077	.040	.019	.094	.065	.035	.079
EH → EG	.038	.092	.251	.150	.271	.050	.174	.226	.140
NL → EG	.593	.107	.070	.163	-.077	.207	.339	.474	.334
EAU → EG	.317	.376	.296	.258	.508	.340	.274	.351	.459
EG → HKE	1.633	1.043	1.306	1.059	1.755	1.048	1.713	.769	1.014
EKA → HKE	-.216	.776	.735	.667	-.243	1.658	-.331	1.753	1.178
FE → HKE	1.405	.531	.834	1.817	.306	.683	.926	.360	1.689
NL → HKE	1.596	1.894	.926	-.412	.998	1.057	.1880	1.600	1.283
HKE → BV	.112	.088	.074	.091	.031	.081	.089	.075	.069
HKE → EW	.008	.009	-.003	.001	.000	.007	.004	.007	.008
EG → BV	.240	.212	.026	.360	.266	.297	.353	.251	.418
EKA → BV	.100	.220	-.104	.203	.263	.029	.120	.226	-.067
AFG → BV	.454	.668	1.291	1.279	.948	.941	.421	.804	-.173
BV → AVE	.015	.005	.001	.005	.017	.003	.009	.015	.020
EG → AVE	.005	-.007	.007	.028	.016	.010	.026	-.006	-.003
FE → AVE	.080	.038	.043	.020	.073	.004	.001	.027	.019
EKA → AVE	.016	.023	-.024	-.004	.019	.004	-.004	.004	.015
EW → AVE	-.041	-.010	.004	.080	-.106	-.030	.000	-.039	.048
AVE → AVU	.373	.225	-.064	-.024	-.027	.372	.194	.204	.237
BV → AVU	-.012	.008	.021	.000	.04	.000	.021	.012	.001
FE → AVU	.011	.034	.033	.038	-.026	.023	.045	.040	.003

Modellkomponenten:
EH = Erlebnishunger, NL = Normlosigkeit, EAU = Emotionale Bindung zum Auto,
AFG = Anzahl der Freunde, die mit nicht angepasster Geschwindigkeit fahren,
EG = Einstellung zu Geschwindigkeit: Affektive Komponente, EKA = Erwartete positive Konsequenzen anderer,
HKE = Handlungskompetenzerwartung in schwierigen und riskanten Fahrsituationen, BV = Berichtetes Verhalten,
EW = Entdeckungswahrscheinlichkeit, FE = Fahrerfahrung, AVE = Anzahl der Verkehrsverstöße, AVU = Unfallbeteiligung

Tab. 47: Pfadkoeffizienten des Ausgangsmodells für neun Lebensstilgruppen. Die graue Schattierung steht für einen nicht-signifikanten Pfadkoeffizienten

Wenn also Frauen eine ausgeprägt positive Einstellung zur Geschwindigkeit haben, dann wirkt sich diese auch stärker auf ihr Geschwindigkeitsverhalten aus, als dies bei Männern der Fall ist. Interessant ist der bei Männern deutlich stärkere Effekt der erwarteten positiven Konsequenzen anderer auf das berichtete Fahrverhalten. In diesem Fall haben Män-

ner zwar deutlich höhere Durchschnittswerte für die erwarteten positiven Konsequenzen anderer als Frauen (6,49 vs. 4,54; $p = .000$, $t = 12,55$) und es ist daher auch „normaler“ für Männer, solche Erwartungen zu haben. Das heißt, wenn ein hoher Wert für diese Erwartung vorliegt, hat dies eine stärkere Verhaltensrelevanz bei Männern als bei Frauen.

Modell- komponenten	Geschlecht	
	Männer	Frauen
	Pfadkoeffizienten	
EH → EAU	.606	.440
NL → EAU	.395	.016
EH → EKA	.099	.120
NL → EKA	.110	.084
AFG → EKA	.500	.553
EAU → EKA	.173	.105
EG → AFG	.066	.082
EH → EG	.236	.120
NL → EG	.236	.225
EAU → EG	.395	.325
EG → HKE	1.089	1.247
EKA → HKE	.695	1.090
FE → HKE	.714	.911
NL → HKE	1.436	.887
HKE → BV	.060	.105
HKE → EW	.004	.004
EG → BV	.277	.299
EKA → BV	.239	.037
AFG → BV	.704	.808
BV → AVE	.015	.006
EG → AVE	.007	.006
FE → AVE	.042	.018
EKA → AVE	.017	.005
EW → AVE	-.041	-.007
AVE → AVU	.087	.253
BV → AVU	.020	.003
FE → AVU	.020	.032

Tab. 48: Nicht-standardisierte Pfadkoeffizienten des Basis-Modells für Männer und Frauen. Die graue Schattierung bedeutet, dass der entsprechende Pfadkoeffizient nicht-signifikant ist (Legende siehe Tabelle 47)

4.5.6.4 Zusammenfassung: „Modelltests“

Die Ergebnisse der vorangegangenen Modelltests lassen sich wie folgt zusammenfassen: Sowohl das Basis-Modell (Bild 32) als auch das um Merkmale der Mediennutzung und -präferenzen erweiterte Modell zeigen eine sehr gute Anpassung an die empirischen Daten. Diese trifft ebenso für alle neun Lebensstilgruppen wie für beide Geschlechter zu. Damit findet die theoretische Grundlage dieser Studie empirische Bestätigung. Dadurch ist allerdings

keineswegs ausgeschlossen, dass alternative, neue Modelle ebenfalls zu den empirischen Daten passen könnten. Wie bereits im JUFA-Projekt geht von der Einstellung zur Geschwindigkeit der stärkste direkte Effekt auf die erwartete Handlungskompetenz, das berichtete Fahrverhalten und die Anzahl der Verstöße aus. Ebenso wie im JUFA-Projekt konnte ein mittelstarker Effekt der Handlungskompetenzerwartung auf das berichtete Fahrverhalten nachgewiesen werden, wobei es sich bei den Verhaltensitems um relativ „normale“ Fahrverhaltensweisen handelt, während die Items der Handlungskompetenzerwartung sich auf schwierige und riskante Fahrsituationen beziehen. Verglichen mit den Studien von EVERS (2009) und HOLTE (2012a) fällt die Varianzaufklärung der Unfälle für die Gesamtgruppe mit 10 % deutlich höher aus. Diese Verbesserung geht zu einem gewissen Anteil sicherlich auf eine Verbesserung des Modells zurück. Insgesamt sind geringe Prozentzahlen für die Varianzaufklärung der Unfälle normal. Bei der Interpretation dieser eher geringen Varianzaufklärung muss berücksichtigt werden, dass eine heterogene Menge an Unfällen zu Erwartungen und Verhaltensweisen in Bezug gesetzt wurden, die sehr stark auf Geschwindigkeit fokussiert sind. Außerdem spielen für die Entstehung eines Unfalls weitere personenbezogene und insbesondere situative Aspekte eine wichtige Rolle, die in dieser Studie nicht Gegenstand der Untersuchung waren.

5 Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Ausgehend von der JUFA-Studie der Bundesanstalt für Straßenwesen (HOLTE, 2012a) bestand die Zielsetzung der vorliegenden Studie in der Erweiterung der Kenntnisse über junge Fahrerinnen und Fahrer. Diese Erweiterung betrifft (1) eine stärkere Differenzierung der Lebensstilgruppen durch Hinzunahme der Werthaltungen als clusterbildendes Merkmal, (2) eine differenzierte Charakterisierung der Lebensstilgruppen durch Hinzunahme der Mediennutzung, bestimmter Persönlichkeitsmerkmale, der Einstellung zum Auto und Autofahren sowie der erwarteten Konsequenzen von Bezugspersonen im Hinblick auf bestimmte Fahrverhaltensweisen. Das zentrale Ergebnis dieser Studie ist eine umfassende und differenzierte Charakterisierung der jungen Fahrerinnen und Fahrer, wie sie in diesem Umfang bislang weder national noch inter-

national vorgelegen hat. Die Veränderung der Anzahl der Lebensstilgruppen ist als eine Ausdifferenzierung der Lebensstilgruppen aus dem JUFA-Projekt zu verstehen. Darüber hinaus wurde das im JUFA-Projekt entwickelte theoretische Dual-Prozess-Modell des Mobilitätsverhaltens erneut bestätigt, wodurch auch die Angemessenheit der Merkmalsauswahl zur Bestimmung des Gefährdungspotenzials der neun Lebensstilgruppen belegt wird. Es empfiehlt sich, dieses theoretische Modell sowohl für die Forschung als auch für die Umsetzung von Maßnahmen der Risikokommunikation zugrunde zu legen. Insgesamt stellen diese Ergebnisse eine weitere Verbesserung der Voraussetzungen für die Entwicklung zukünftiger zielgruppenspezifischer Verkehrssicherheitsmaßnahmen dar.

Die Studie basiert auf einer Repräsentativbefragung (N = 1.995, 15- bis 24-Jährige, Face-to-face-Interviews), die vom Institut für Demoskopie Allensbach im Mai 2012 durchgeführt wurde. Wie bereits im JUFA-Projekt kamen auch hier sowohl bewährte Erhebungsinstrumente als auch neu entwickelte Skalen zum Einsatz. Diese zeichnen sich durch eine gute bis sehr gute Zuverlässigkeit aus.

5.1 Die kommunikative Erreichbarkeit der Lebensstilgruppen

Für die vorliegende Untersuchung wurde eine „Single-Source“-Erhebung unter jungen und künftigen Fahrerinnen und Fahrern mit Blick auf drei Merkmalsbereiche durchgeführt: den Lebensstil, das Risikoprofil im Straßenverkehr (entlang der Dimensionen „Speeding“, „Alkohol“, „Drogenkonsum“) sowie das Kommunikations- und Mediennutzungsprofil im Alltag. Dadurch wird es erstmals möglich, die Risikoneigung junger Menschen sowohl in einen explanatorischen Kontext (Lebensstile) einzuordnen als auch Muster des Kommunikationsverhaltens systematisch zu betrachten, anhand derer die Ansprachestrategien für künftige Kampagnen und die Zielgruppenaussteuerung für Präventionsmaßnahmen gestaltet werden können.

Die Befunde der durchgeführten Vergleichsanalysen zum Risiko- und Kommunikationsverhalten der Lebensstiltypen werden hier nicht vollständig rekapituliert, dazu sei auf die Zwischenzusammenfassungen im Ergebniskapitel zurückverwiesen. Vielmehr werden die besonders auffälligen und interessanten Gruppenvergleichsbefunde betrachtet, die

für praktische Implikationen an erster Stelle von Bedeutung sind.

Die Ermittlung von neun Lebensstilgruppen ermöglicht eine vergleichsweise fein ausdifferenzierte Segmentierung der jungen Bevölkerung in Deutschland. Von den neun Gruppen weist Gruppe 5 ein massiv überdurchschnittliches Risikoprofil auf und eine weitere Gruppe (Nr. 8) sticht ebenfalls durch eine Reihe substanziiell erhöhter Risikoindikatoren hervor. Bezüglich eines schnellen Fahrstils sind zudem die Fahrer und Fahrerinnen der Gruppe 9 auffällig. Eine weitere bedenkenswerte Gruppe ergibt sich mit Blick auf den Drogenkonsum (Nr. 2), wobei das Verkehrsrisikoprofil – der konkretere Gegenstand des Projekts – hier nicht so deutlich akzentuiert ist.

So ergibt sich aus den hier durchgeführten Analysen die Erkenntnis, dass mit Gruppe 5 jene Hochrisikogruppe erneut ermittelt wurde, die auch in früheren Untersuchungen der BAST immer wieder identifiziert werden konnte, nämlich der „autozentrierte Typ“. Diese Gruppe weist eine bemerkenswerte Bündelung von hochausgeprägten Risikoindikatoren auf – häufiges riskantes Fahrverhalten, positive Einstellungen zu problematischem Fahren (insbesondere Fahren mit überhöhter Geschwindigkeit), eine hohe Handlungskompetenzerwartung bezüglich der eigenen Fahrkünste, ein Peer-Umfeld, das riskante Fahrweisen eher positiv verstärkt, und schließlich ganz konkret ein besonders hohes Unfallinvolvement im Straßenverkehr. Dass eine solche Risikogruppe existiert, ist längst bekannt; dass sie im Kontext einer 9-Gruppen-Segmentierung der Gesamtbevölkerung so eindeutig und scharf konturiert hervortritt, ist in Zeiten gesellschaftlicher Individualisierungsprozesse (die das Verschwimmen von abgrenzbaren Lebensstilgruppen befördern) dennoch bemerkenswert.

Die für diese Hochrisikogruppe nun vorliegenden Informationen zur Mediennutzung und zum Kommunikationsverhalten zeigen zum einen, wie sich Themen- und Kanalinteressen mit dem reizsuche- und erlebnisgetriebenen Lebensstil der Gruppe verbinden. Eine ausgeprägte Unterhaltungsorientierung (Action, Sport, Computerspiele) und geradezu eine Aversion gegen Informationsangebote kennzeichnen die Nutzung von Massenmedien in dieser Gruppe; das Interesse an Autos und am Autofahren schlägt sich in einer entsprechend inhaltlich orientierten Mediennutzung nieder. Zudem ist die Affinität zu neuen Medien und technikintensiver Mobil-

kommunikation besonders hoch ausgeprägt. Andererseits ergeben sich aus diesen Befunden zum Kommunikationsprofil auch Argumente für die künftige Ansprachestrategie, die mit Blick auf diese Risikogruppe zu empfehlen ist (siehe Kapitel 5.2), denn aus den Kernaspekten „Unterhaltung“ und „neue Medien“ ergibt sich bereits eine strategische Vororientierung dazu, wie man diese Zielgruppe für die Unfallprävention „einfangen“ könnte.

Das Auftreten einer zweiten Risikogruppe mit nicht ganz so stark nuanciertem Verkehrsprofil (Gruppe 8) erweist sich als besonders interessanter Befund der Studie. Auf vielen Dimensionen steht diese Gruppe dem Hochrisikocluster (Gruppe 5) nur wenig nach; doch gerade die (feinen) Unterschiede können konzeptionellen und strategischen Aufschluss darüber geben, wie sich die beiden Gruppen unterscheiden. Hierzu ist natürlich vor allem auf die bei der Clusterbildung relevanten Unterschiede im Lebensstil zurückzugreifen. Auf der Ebene des Risikoprofils zeigt sich in den hier berichteten Ergebnissen, dass die Ausprägung der meisten Risikoindikatoren ein wenig schwächer ausfällt als in der Extremgruppe 5; bei der Mediennutzung zeigt sich, dass die Unterhaltungsfixierung in Gruppe 8 nicht so stark ausfällt – immerhin gibt es ein durchschnittliches Interesse an Informationsangeboten, während die Gruppe 5 medialer Information geradezu auszuweichen scheint. Zudem sind die Personen in Gruppe 8 nicht in einem vergleichbar problematischen Maße in Peer-Gruppen eingebunden, die das Fahren mit nicht angepasster Geschwindigkeit durch ihre Normen positiv anreizen und verstärken. Das dominierende Medienthemeninteresse an Sport mag im Vergleich zu Gruppe 5 mit ihrer zusätzlichen Neigung zu Action-Themen ebenfalls ein Hinweis auf eine im Schnitt größere persönliche Reife und vielleicht auch eine stärkere Einbettung in organisierte Freizeitaktivitäten (nämlich Sportvereine) sein, beides also protektive Faktoren, welche die etwas geringere Risikoneigung im Vergleich zur Extremgruppe 5 bedingen könnten. Das Interesse an Mobilkommunikation ist indes wie in Gruppe 5 recht hoch ausgeprägt und verweist darauf, dass diese Risikogruppe kanalbezogen ähnlich gut über neue Medien ansprechbar sein könnte wie die Gruppe 5.

Neben dieser auf einzelne hervorstechende Risikogruppen abzielenden Kommunikationsanalyse zeigen die Ergebnisse auch die generelle Affinität der jungen Fahrer und Fahrerinnen zu neuen Medien. Wie in früheren Forschungsvorhaben ist daraus die

Notwendigkeit abzuleiten, die Generalprävention weg von konventionellen Medienkanälen und in Richtung der neuen Medien zu entwickeln. Gerade das Mobiltelefon und die Möglichkeit, über Apps verkehrssicherheitsbezogene Funktionen anzubieten, sollten für künftige Überlegungen auch unabhängig von der Ansprache abgegrenzter Zielgruppen stärker ins Zentrum von Kampagnenstrategien rücken, denn die Chancen auf die Erreichung der jungen Publika sind bereits heute sehr hoch und werden auf absehbare Zeit noch weiter zunehmen.

5.2 Handlungsempfehlungen

Die Ergebnisse dieser Studie bieten eine breite Wissensgrundlage für die Planung und Durchführung von Risikokommunikation. Diese wird definiert als „die Kommunikation über die Entstehungsbedingungen, die Wahrnehmung und die Bewertung von Risikoverhalten sowie über den Umgang mit Risikoverhalten“ (HOLTE, 2012a, S. 184). Handlungsempfehlungen werden aus den hier vorgestellten Befunden in zweierlei Hinsicht abgeleitet. Zum einen ergeben sich Folgerungen für die Konzeption künftiger Unfallpräventionskampagnen. Zum anderen ergeben sich auch weitere Forschungsbedarfe.

Hinsichtlich der künftigen Ansprachestrategien in der Verkehrssicherheitskommunikation wurden bereits erste Überlegungen im Rahmen der obigen Risiko- und Kommunikationsanalyse angestellt. Hier ist zu unterscheiden zwischen einer „spitzen“ Herangehensweise, die sehr fokussiert (Hoch-)Risikogruppen erreichen und beeinflussen soll, und einer „stumpfen“ Herangehensweise, die das Segment der künftigen und jungen Fahrerinnen und Fahrer insgesamt ansprechen soll. Mit Blick auf den erstgenannten strategischen Zugang lässt sich nun ein Bündel an taktischen Maßnahmen zusammenstellen, die auf die Ansprache und Beeinflussung der hervorstechenden Risikogruppen 5 und 8 hinauslaufen. Je nach Ausrichtung können solche Maßnahmen zur Aufklärung, Sensibilisierung für Gefahren im Straßenverkehr, Unterstützung bei verkehrssicherheitsrelevanten Entscheidungen, Werben für die Akzeptanz eines neuen Gesetzes oder Veränderungen von Einstellungen und Verhalten dienen.

Ansprache von Hochrisikogruppen

Für beide Gruppen 5 (autozentrierter Typ A) und 8 (autozentrierter Typ B) sind Strategien, die über

neue Medien, insbesondere internetfähige Mobiltelefone, operieren, naheliegend aufgrund der Affinität der Zielpersonen zu dieser Kanalart. Wie diese Studie erstmals zeigt, sind die Hochrisikogruppen über Mobiltelefone, über Apps und über die Ansprache in sozialen Netzwerken prinzipiell sehr gut erreichbar. Da jedoch das Interesse an Verkehrssicherheit im Vergleich zu allen übrigen Lebensstilgruppen am geringsten ausgeprägt ist, kommt es auf die „Verpackung“ der Botschaften an, ob Hochrisikogruppen erfolgreich angesprochen werden. So bietet es sich an, die Unterhaltungsorientierung und Autoaffinität der Risikogruppen zu beherzigen und Verkehrssicherheitsbotschaften in solche Inhalte- und Programmkontexte einzubinden. Damit sind beispielsweise Celebrity Endorsements aus dem Bereich des Sports gemeint, also die Gewinnung populärer Sportler für die glaubwürdige Ansprache von Verkehrssicherheitsbotschaften. Die Kampagne „Runter vom Gas!“ hatte mit Philipp Lahm bereits einen solchen Akteur gewonnen; denkbar wäre hier ein noch konsequenterer Ansatz, der nämlich Sportstars als Botschafter wählt, die in Kreisen junger Männer mit einer Neigung zum „Sensation Seeking“ noch beliebter sein dürften als „solide“ Fußballer. Denkbar wären hier etwa Boxer oder Spezialisten in Fun- und Extremsportarten. Eine Variante in der unterhaltungsorientierten Kampagnenstrategie besteht darin, im Stile der „Entertainment Education“ auf die Produzenten von Action-Programmen einzuwirken, um Verkehrssicherheitsbotschaften in fiktionale Kontexte einzubringen, die wiederum bei den Risikogruppen auf Interesse stoßen. Gewiss ist damit keine plumpe Kommunikation im Sinne von „Was Sie in diesem Actionfilm sehen, ahmen Sie bitte nicht selbst nach!“ gemeint; vielmehr ist die Rede von nachdenklichen Actionhelden, die das Gelingen von waghalsigen Fahrmanövern oder die Folgelosigkeit von Unfällen (was beides typisch ist für Actionfilme und im Sinne der sozial-kognitiven Lerntheorie BANDURAs ungünstige Wirkungen entfalten dürfte) selbstkritisch hinterfragen. Aufgrund der ausgeprägten Autoaffinität dieser Gruppen, welche sich in einer entsprechenden Mediennutzung widerspiegelt, wären darüber hinaus auch Motorsportsendungen und Auto-/Motorradzeitschriften eine geeignete Plattform für Verkehrssicherheitsbotschaften.

Mit Blick auf die Tatsache, dass vor allem die Angehörigen der Risikogruppe 5 in soziale Peerkontexte eingebunden sind, die ihr riskantes Verhalten im Straßenverkehr positiv zurücksiegeln, ist indes

davor zu warnen, allein auf eine stark anonyme Medienkommunikation (Filme, Computerspiele etc.) zu setzen. Es müssen vielmehr ernsthafte Versuche unternommen werden, die ungünstigen Peerdynamiken bei den Individuen in der Risikogruppe 5 durch individuelle Ansprache zu beeinflussen und die durchaus denkbare persuasive Wirkung medialer Botschaften gegen eine „Überschreibung“ durch den positiv zum „Rasen“ eingestellten Freundeskreis abzuschirmen. Hierfür bieten das Mobiltelefon und soziale Netzwerke aussichtsreiche Möglichkeiten; wie allerdings eine effektive Ansprache (allein schon: Kontaktaufnahme über das mobile Internet) zu den Hochrisikopersonen der Gruppe 5 gelingen kann, bedarf gewiss weitreichender kommunikationsstrategischer Überlegungen und der Kreativität professioneller New-Media-Agenturen.

Für die zweite, „nicht ganz so problematische“ Risikogruppe (Gruppe 8) scheint dagegen die Peerdynamik eine geringere Schwierigkeit darzustellen. Zumindest ist aus den Peerumfeldern in dieser Gruppe mit weniger kontraproduktiver interpersonaler Kommunikation zu rechnen. Anders als in Gruppe 5 ist hier das Interesse an Sportthemen dominant, sodass zu überlegen wäre, nicht nur Sportstars und Sportmedien, sondern auch Sportvereine vor Ort als Transmissionswege für Verkehrssicherheitsbotschaften einzusetzen. Denn ein hohes Interesse an Sport dürfte mit sportlichen Eigenaktivitäten korrelieren, sodass Sportvereine ein potenziell leistungsfähiges Umfeld für die Ansprache und Beeinflussung dieser Risikogruppe darstellen.

Wie bereits von HOLTE (2013) hervorgehoben, war die Kommunikation verkehrssicherheitsrelevanter Botschaften bislang weitgehend auf die Erwartung und Bewertung möglicher körperlicher Schädigungen der eigenen Person oder von anderen Personen ausgerichtet. Erwartungen, die sich auf mögliche Konsequenzen des sozialen Umfelds auf das eigene riskante Fahrverhalten beziehen, wurden dagegen kaum thematisiert. Das trifft ebenfalls auf die Kommunikation solcher Verkehrssicherheitsbotschaften zu, die die Erwartung eigener Handlungskompetenz fokussiert. Es wird empfohlen, beide Arten von Erwartungen in der Risikokommunikation stärker zu berücksichtigen. So fand BROWN (1998) heraus, dass Autofahrer mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit alkoholisiert Auto fahren, wenn sie die ablehnende Haltung ihrer Freunde gegenüber Fahren unter Alkoholeinfluss erwarteten. Solche Erwartungen spielen aus theoretischer Sicht deshalb eine so große Rolle, da sie mit dem zentralen Bedürfnis

des Menschen verbunden sind, von anderen akzeptiert zu werden. Deshalb ist die Angst vor Akzeptanzverlusten eine wichtige Motivation für das eigene Verhalten. Ein grundsätzliches Problem für die Umsetzung einer entsprechenden Risikokommunikation besteht darin, dass insbesondere Personen aus den Hochrisikogruppen sich gerne Gleichgesinnten anschließen, wodurch – davon ist auszugehen – die vom autozentrierten Typ wahrgenommenen Erwartungen seiner Bezugsgruppe den tatsächlichen Erwartungen dieser Bezugsgruppe auch tatsächlich entsprechen. Daher ist für eine Ansprache der Hochrisikogruppen das gesamte soziale Umfeld im Blick zu behalten, mit dem Personen aus den Hochrisikogruppen in Berührung kommen und das aufgrund seiner jeweiligen Rolle oder Position eine gewisse Wichtigkeit besitzt, wie zum Beispiel Mitfahrer und Mitfahrerinnen, Arbeitskollegen und -kolleginnen oder Mitglieder von Vereinen. Insbesondere diese Gruppierungen sollten dahingehend sensibilisiert werden, Einfluss auf Personen der Hochrisikogruppen auszuüben.

Grundsätzlich ist bei der Ansprache von Hochrisikogruppen eine Kombination massenmedialer und personaler Kommunikation zu empfehlen. Diese Kombination unterstützt ein Wechsel von automatischer zu kontrollierter Informationsverarbeitung stärker, als dies eine Kampagne allein zu leisten vermag. Ein solcher Wechsel der Informationsverarbeitung ist eine notwendige Voraussetzung, um verkehrsbezogene Erwartungen oder Einstellungen nachhaltig ändern zu können (HOLTE & PFAFFEROTT, in Vorbereitung).

Die 15- bis 16-Jährigen

In der Gruppe der 15- bis 16-Jährigen entwickeln oder verfestigen sich bereits vor dem Erlernen des Autofahrens und des eigenständigen Fahrens nicht angemessene Einstellungen zum Autofahren. Nicht nur aus der Literatur lässt sich ein entsprechender Handlungsbedarf ableiten (WAYLEN & MCKENNA, 2002; HEIßING et al., 2011), auch diese Studie zeigt die Notwendigkeit, sich in Fragen der Verkehrssicherheit verstärkt mit dieser jungen Zielgruppe zu beschäftigen. Der größte Anteil 15- bis 16-Jähriger befindet sich in Gruppe 1 mit einem Anteil von knapp 25 %, gefolgt von der Gruppe 3 mit einem Anteil von knapp 22 % und Gruppe 9 mit einem Anteil von knapp 21 %. Von diesen Gruppen hat die Gruppe 1 einen auffällig hohen Anteil Unfallbeteiligter (24,2 %), sodass insbesondere

die 15- bis 16-Jährigen in dieser Gruppe die Zielgruppe für eine frühzeitige Risikokommunikation bilden. Die emotionale Bindung zum Auto ist in dieser Altersgruppe bereits so stark ausgeprägt, dass sie sich diesbezüglich nicht mehr signifikant von den anderen Altersgruppen unterscheidet.

Die Schulungsprogramme, die international für diese Altersgruppe eingesetzt werden, konnten bislang nicht überzeugen. Es wurde nur ein geringer Effekt dieser Programme auf die Verkehrssicherheit zukünftiger Autofahrer nachgewiesen (u. a. VERNICK et al., 1999; HAWORTH, KOWADLO & TINGVALL, 2000; ROBERTS & KWAN, 2001; DEIGHTON & LUTHER, 2007), sodass ein Bedarf an Programmen besteht, die optimal auf die Zielgruppe zugeschnitten sind. Dabei sollte auch berücksichtigt werden, dass insbesondere Kinder aus sozial schwächeren Familien ein erhöhtes Unfallrisiko aufweisen (HOLTE, 2010; FUNK & FAßMANN, 2013). Der Einfluss des sozioökonomischen Status der Familie auf die Verkehrssicherheit zeigte sich deutlich vornehmlich bei Kindern. In der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen konnten hierzu lediglich tendenzielle Zusammenhänge ermittelt werden. Offensichtlich besitzt die Wohngegend für junge Fahrer und Fahrerinnen keine Verkehrssicherheitsrelevanz, wohl aber für die Kinder, die dort als schwächere Verkehrsteilnehmer durch die Umgebungsfaktoren stärker gefährdet sind.

Maßnahmen der Generalprävention

Mit Blick auf die risikogruppenunspezifische Generalprävention liefern die hier erarbeiteten Ergebnisse ein weiteres Mal Argumente dafür, einen Schwenk in den Kampagneninstrumenten hin zum Internet vorzunehmen. Mediale wie interpersonale Kommunikation bedeutet für die junge Generation zuallererst Online-Kommunikation. Auch wenn die ermittelten Lebensstilgruppen durchaus unterschiedliche Online-Nutzungsprofile aufweisen, kommen künftige Maßnahmen der Generalprävention um eine Ausgangsplattform im Internet nicht herum. Beliebte Kanäle wie Facebook und Youtube sollten offensiver und kreativer – das heißt auch: interaktiver – bespielt werden. Davon ist natürlich nicht automatisch ein bislang nicht erreichbarer „Durchbruch“ in der Ansprache und Beeinflussung junger Menschen zu erwarten. Vielmehr geht es um eine Vergrößerung des „share of voice“, also der Wahrscheinlichkeit, vor allem über „Likes“ und Empfehlungen im Social Web innerhalb der Zielgruppen

überhaupt vom Zielpublikum wahrgenommen zu werden, und um bessere Chancen, zu einer gedanklichen Beschäftigung (kognitive Elaboration) mit Verkehrssicherheitsbotschaften bei jungen Fahrer und Fahrerinnen zu motivieren. Spielerische, unterhaltsame Maßnahmen, aber auch die Wiederverwendung existierender Kampagnengüter in Social-Media-Kontexten (beispielsweise die Motorradfahrer-Cartoons der aktuellen Kampagnenwelle von „Runter vom Gas!“, 2011-2012) bieten sich hier an.

Aufbauend auf den Ergebnissen dieser Studie könnte eine Maßnahme entwickelt, umgesetzt und evaluiert werden, die auf eine unterhaltsame und informative Anspracheform im sozialen Netzwerk Facebook ausgerichtet ist. So könnten dort junge Fahrer und Fahrerinnen über einen Selbsttest diejenige Lebensstilgruppe ermitteln, der sie angehören, und erfahren, welche Gefährdungen im Straßenverkehr damit verbunden sein können. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, der jeweiligen Zielgruppe Problemlösungen für die entsprechende Gefährdung anzubieten. Die Facebook-Seite bietet außerdem die Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu treten, um Meinungen zu äußern oder um Vorschläge zu machen, welche Alternativen es für eine sichere und komfortable Mobilität gibt. Über diesen Kanal können nicht nur Fahrer und Fahrerinnen angesprochen werden, sondern auch deren Peers. Sie in die Verkehrssicherheitsarbeit einzubinden ist ein weiteres zentrales Ziel, das Unfallrisiko junger Fahrer und Fahrerinnen zu reduzieren.

Anschlussforschung

Aus den vorliegenden Befunden dieser Studie ergeben sich interessante Anschlussfragestellungen, die für ein besseres wissenschaftliches Verständnis der Risikogruppen und ihrer Erreichbarkeit relevant sind. Hier bietet sich insbesondere eine Entwicklungsperspektive für die Forschung an, nämlich eine biografische Betrachtung der „Wanderungsbewegungen“ zwischen den ermittelten Lebensstil- und damit Risikoneigungsgruppen. Man könnte zusätzlich zur Frage, wie man Personen in der Hochrisikogruppe (Gruppe 5) gezielt erreichen und beeinflussen kann, auch untersuchen, welche Entwicklungsprozesse oder biografischen Schlüsselereignisse (z. B. feste Partnerschaft, Aufnahme einer Berufstätigkeit, Umzug mit Trennung aus der problematischen Peer Group) für einen Wechsel in eine Gruppe mit geringerer Risikoneigung verantwortlich sind. Eine aus Sicht der Verkehrssicherheitsarbeit günstige

Entwicklung könnte darin bestehen, dass Personen aus der problematischen Gruppe 5 durch „Reifung“ in die Gruppe 8 mit der geringeren Risikoneigung hineinwachsen und im Anschluss sogar noch weiter in ihrer Risikoneigung abnehmen, sodass sie später in eine Lebensstilgruppe mit noch geringerem Risikoprofil einzuordnen wären. Solche biografischen Änderungsprozesse besser zu verstehen könnte helfen, Ansatzpunkte für massenmediale und netzbasierte interpersonale Ansprachestrategien zu finden, um Personen mit besonders hoher Risikoneigung frühzeitiger und/oder effektiver in Umstände zu „geleiten“, die günstigere Voraussetzungen für die Vermeidung von Unfällen darstellen. Als inhaltlicher Ansatzpunkt für diese Forschungsperspektive bietet es sich an, die konkreten Unterschiede im Lebensstil zwischen den Gruppen 5 (maximale Risikoneigung) und 8 (mäßig starke Risikoneigung) systematisch zu betrachten. Darauf aufbauend könnten dann biografische Folgestudien die angesprochenen Übergangs- bzw. Veränderungsprozesse beleuchten.

Eine zweite Folgeperspektive für Forschungsvorhaben bezieht sich auf einen Abgleich der bisherigen Kampagnenstrategien (etwa: „Runter vom Gas!“) mit Blick auf die hier ermittelten Risiko- und Kommunikationsprofile. Eine zentrale Fragestellung wäre zum Beispiel, inwieweit die bisherige Kampagnen die ermittelten Lebensstilgruppen mit erhöhtem Unfallrisiko erreichen. Zusätzlich zur Konzeption neuer Kampagnenstrategien ließe sich auf diese Weise auch eine inkrementelle Optimierung bereits bestehender Aktivitäten der Verkehrssicherheitsarbeit erreichen.

Ein dritte Folgeperspektive für Forschungsvorhaben betrifft den empirischen Vergleich der Autofahrer und Autofahrerinnen mit ihren Peers. Stimmen die Erwartungen der Autofahrer tatsächlich mit denen ihrer Peers überein? Sind sich der autozentrierte Typ und seine Peergruppe im Hinblick auf Aspekte der Persönlichkeit, der Lebensstile, der Lebensumstände oder der verkehrssicherheitsrelevanten Einstellungen und Erwartungen tatsächlich ähnlich? Ein geplantes Projekt der BAST soll zur Klärung von Fragen dieser Art beitragen.

5.3 Schlussbetrachtung und Ausblick

Die hier vorgestellte Studie leistet einen wichtigen Beitrag zur Erforschung des für die Verkehrssicherheitsarbeit nach wie vor besonders wichtigen Publi-

kumssegments der jungen Fahrerinnen und Fahrer. Die in der jüngeren Forschung der BAST bereits begonnene Strategie, Risikoneigung und Kommunikationsverhalten gemeinsam zu betrachten, erweist sich als sinnvoll, weil sich daraus empirisch erhärtete Orientierungspunkte für die Kommunikationsplanung ergeben. Die Ergebnisse der vorliegenden Studie bestätigen und erweitern die Kenntnisgrundlage vorangegangener Studien. Sie belegen erneut, dass sich die Lebensstile der Personen zur Identifikation von Risikogruppen aus einer ausgesprochen heterogenen Gesamtgruppe der jungen Fahrerinnen und Fahrer sehr gut eignen. Die Hinzunahme von Werthaltungen als weiteres Lebensstilgruppen bildendes Merkmal hat zu einer Ausdifferenzierung des gesamten Lebensstilansatzes geführt, der nun zu einer Identifikation von neun homogenen Gruppen geführt hat. Diese Erweiterung steht in Einklang mit den bisherigen Lebensstiltypologien der BAST. Wiederum hat sich der autozentrierte Typ aufgrund des höchsten Gefährdungsgrads als wichtigste Subzielgruppe für die Verkehrssicherheitsarbeit herauskristallisiert. Darüber hinaus belegen die Ergebnisse, wie wichtig eine frühzeitige Ansprache der 15- und 16-Jährigen ist, da sich in diesem Alter bereits bestimmte ungünstige Einstellungen zum Auto und Autofahren bilden und sogar verfestigen.

Die Ergebnisse dieser Studie bilden eine umfangreiche empirische Grundlage für die Entwicklung von Verkehrssicherheitsmaßnahmen für die Gesamtgruppe der jungen Fahrerinnen und Fahrer sowie für bestimmte Zielgruppen innerhalb dieser Gesamtgruppe (z. B. bestimmte Lebensstiltypen, Fahranfänger, 15- und 16-Jährige). Auf welche Weise man Personen mit ausgeprägter Risikoneigung erreichen könnte, wird anhand der hier vorgestellten und diskutierten Ergebnisse verdeutlicht; die Befunde besitzen aufgrund der Studienanlage auch eine besonders hohe Validität, sodass eine Kampagnenplanung verlässlich darauf bauen kann. Die Auswertung und Diskussion der hier zusammengestellten Ergebnisse haben neue Wege aufgezeigt, wie die Kampagnenstrategien der künftigen Verkehrssicherheitskommunikation mit Blick auf die Mediengewohnheiten und Themeninteressen der jungen Zielgruppen maßgeschneidert werden können. Es wird empfohlen, diese Möglichkeiten bei der zukünftigen Planung und Umsetzung von Verkehrssicherheitsmaßnahmen zu berücksichtigen.

6 Dokumentation

6.1. Fragebogen

Teil 1: Interview

INTERVIEWER überreicht graue Liste 1!

1. „Zunächst einige Fragen zum Thema Freizeit: Auf dieser Liste stehen verschiedenen Freizeitaktivitäten. Könnten Sie mir sagen, was davon Sie öfter tun? Was beruflich tun, zählt nicht mit.“ (Alles Genannte einkreisen!)

- (1) Zusammensein mit der Familie
- (2) Musik hören
- (3) DVDs/Videos ansehen
- (4) Zeitungen, Zeitschriften lesen
- (5) Bücher, Romane lesen
- (6) Ins Kino gehen
- (7) Am Auto/Motorrad herumbasteln
- (8) Mit dem Auto/Motorrad herumfahren, spazieren fahren
- (9) Sport treiben, Fitness
- (10) Extremsport, wie z. B. Klettern, Mountainbike fahren, Bungee usw.
- (11) Museen, Ausstellungen besuchen
- (12) Sportveranstaltungen besuchen
- (13) In die Disco gehen
- (14) Zu Raves gehen
- (15) In eine Restaurant, eine Gaststätte gehen
- (16) In ein Café, eine Eisdielen gehen
- (17) Auf Feste, Partys gehen
- (18) Wandern, Spazierengehen
- (19) Mit anderen losziehen, etwas unternehmen
- (20) Rockkonzerte besuchen
- (21) Ausflüge machen, wegfahren
- (22) Theater, Oper, klassische Konzerte besuchen
- (23) Computerspiele spielen
- (24) Fotografieren, Filmen

2. a) „Was würden Sie schätzen: Wie viel Zeit verbringen Sie an einem normalen Wochentag damit, Ihr Handy bzw. Smartphone zu nutzen?“

WENIGER ALS EINE HALBE STUNDE	1
EINE HALBE STUNDE BIS EINE STUNDE.....	2
EINE BIS ANDERTHALB STUNDEN	3
ANDERTHALB BIS ZWEI STUNDEN	4
ZWEI BIS DREI STUNDEN.....	5
MEHR ALS DREI STUNDEN.....	6
VERBRINGE DAMIT KEINE ZEIT	7
KEINE ANGABE.....	9
2. b) „Und fernzusehen?“

WENIGER ALS EINE HALBE STUNDE	1
EINE HALBE STUNDE BIS EINE STUNDE.....	2
EINE BIS ANDERTHALB STUNDEN	3
ANDERTHALB BIS ZWEI STUNDEN	4
ZWEI BIS DREI STUNDEN	5
MEHR ALS DREI STUNDEN.....	6
VERBRINGE DAMIT KEINE ZEIT	7
KEINE ANGABE.....	9
2. c) „Und Tageszeitung zu lesen?“

WENIGER ALS EINE HALBE STUNDE	1
EINE HALBE STUNDE BIS EINE STUNDE	2
EINE BIS ANDERTHALB STUNDEN	3
ANDERTHALB BIS ZWEI STUNDEN	4
ZWEI BIS DREI STUNDEN	5
MEHR ALS DREI STUNDEN.....	6
VERBRINGE DAMIT KEINE ZEIT.....	7
KEINE ANGABE.....	9

2.d) „Schließlich: Wie lange hören Sie an einem normalen Werktag Radio?

Was würden Sie schätzen?"

WENIGER ALS EINE HALBE STUNDE.....	1
EINE HALBE STUNDE BIS EINE STUNDE.....	2
EINE BIS ANDERTHALB STUNDEN.....	3
ANDERTHALB BIS ZWEI STUNDEN.....	4
ZWEI BIS DREI STUNDEN.....	5
MEHR ALS DREI STUNDEN.....	6
VERBRINGE DAMIT KEINE ZEIT.....	7
KEINE ANGABE.....	9

INTERVIEWER überreicht gelbe Liste 2!

3. „Hier auf dieser Liste stehen verschiedene Arten von Fernsehsendungen. Welche davon sehen Sie gerne?“ (Alles Genannte einkreisen!)

(1) Nachrichten, politische Magazine	
(2) Krimis, Agentenfilme	
(3) Actionfilme	
(4) Fantasy, Science Fiction	
(5) Horrorfilme	
(6) Filmkomödien, Liebesfilme	
(7) Sozialkritische Filme	
(8) Fernsehserien, Soaps	
(9) Talkshows	
(10) Musiksender wie Viva, MTV	
(11) Comedy, Sitcom	
(12) Zeichentrickfilme, Animationsfilme	
(13) Castingshows	
(14) Kochsendungen	
(15) Quiz- oder Spielsendungen	
(16) Doko-Soaps	
(17) Sportsendungen	
(18) Kultursendungen	
(19) Reportagen, Dokumentationen	
MINDESTENS EINE DER 19 MÖGLICHKEITEN GENANNT.....	1
NICHTS DAVON.....	0
KEINE ANGABE.....	9

INTERVIEWER überreicht grüne Liste 3!

4. Es gibt ja ganz verschiedene Musikrichtungen. Manche Sachen hört man gerne, anderes mag man weniger gern. Was hören Sie gerne?“ (Alles Genannte einkreisen!)

(1) Schlager	
(2) Pop	
(3) Dance, Dancefloor	
(4) Klassische Musik	
(5) Jazz	
(6) Rock, Hardrock	
(7) Heavy Metal	
(8) Blues	
(9) Folk	
(10) Soul, Funk	
(11) Reggae	
(12) Jungle, Breakbeats, Drum 'n' Bass	
(13) Rap, Hip-Hop	
(14) Techno, House	
(15) Crossover	
(16) Grunge	
(17) Punk-Rock	
(18) R 'n' B (Rhythm and Blues)	
(19) Country, Folk	
(20) Trance	
(21) Liedermacher	
(22) Volksmusik	
MINDESTENS EINE DER 23 MÖGLICHKEITEN GENANNT.....	1
NICHTS DAVON.....	0
KEINE ANGABE.....	9

5. „Könnten Sie mir sagen, wie oft Sie ins Kino gehen?“

MEHRMALS WÖCHENTLICH.....	1
EINMAL WÖCHENTLICH.....	2
ZWEI- ODER DREIMAL IM MONAT.....	3
EINMAL IM MONAT.....	4
ALLE ZWEI, DREI MONATE.....	5
EIN-, ZWEIMAL IM JAHR.....	6

SEIT JAHREN NICHT IM KINO GEWESEN.....	7
KEINE ANGABE.....	9

INTERVIEWER überreicht rosa Liste 4!

6. „Eine Frage zu Ihren Freunden: In welchen Bereichen haben Sie und Ihre Freunde ähnliche Ansichten, ich meine, wo haben Sie Gemeinsamkeiten? Bitte sagen Sie es mir nach dieser Liste.“ (Alles Genannte einkreisen!)

(1) Bei Freizeitaktivitäten, was wir gerne in der Freizeit machen	
(2) Was gute Musik ist	
(3) Welche Filme gut sind	
(4) Welche Kleidung wir tragen	
(5) Wie sicher wir Auto fahren	
(6) Was uns im Leben wichtig ist	
(7) Wie wir politisch denken	
(8) Wie häufig wir was riskieren	
(9) Wie sportlich wir Auto fahren	
(10) Welches Auto wir gerne fahren würden	
(11) Wie wichtig uns Autos sind	
(12) Wofür wir uns interessieren	
(13) Wie rücksichtsvoll wir Auto fahren	
MINDESTENS EINE DER 13 MÖGLICHKEITEN GENANNT.....	1
NICHTS DAVON.....	0
KEINE ANGABE.....	9

7.a) „Nun zum Thema Straßenverkehr: Wenn man in der Stadt zwischen 31 und 40 Stundenkilometer zu schnell fährt, also z. B. zwischen 81 und 90, wenn nur 50 erlaubt sind, muss man 160 Euro bezahlen, bekommt 3 Punkte in Flensburg und einen Monat Fahrverbot. Finden Sie diese Strafe zu hoch, angemessen, oder zu niedrig?“

ZU HOCH.....	1
ANGEMESSEN.....	2
ZU NIEDRIG.....	3
UNENTSCHIEDEN, KEINE ANGABE.....	4

7.b) „Wenn man außerhalb von Ortschaften zwischen 41 und 50 Stundenkilometer zu schnell fährt, also z. B. zwischen 141 und 150 auf einer Landstraße, auf der nur 100 erlaubt sind, muss man 160 Euro bezahlen, bekommt 3 Punkte in Flensburg und einen Monat Fahrverbot. Finden Sie diese Strafe zu hoch, angemessen, oder zu niedrig?“

ZU HOCH.....	1
ANGEMESSEN.....	2
ZU NIEDRIG.....	3
UNENTSCHIEDEN, KEINE ANGABE.....	4

8. „Wie hoch schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass man geblitzt wird, wenn man zu schnell fährt? Würden Sie sagen, die Wahrscheinlichkeit ist ...“

SEHR HOCH.....	1
EHER HOCH.....	2
EHER GERING.....	3
SEHR GERING.....	4
UNENTSCHIEDEN, KEINE ANGABE.....	5

INTERVIEWER überreicht Kartenspiel und dazu blaues Bildblatt 5!

9. „Hier auf diesen Karten stehen verschiedene Aussagen, die wir von anderen jungen Leuten zum Thema Autofahren gehört haben. Bitte verteilen Sie die Karten auf das Blatt, je nachdem, ob Sie diesen Aussagen voll und ganz, eher, eher nicht, oder überhaupt nicht zustimmen. Karten, bei denen Sie sich nicht entscheiden können, legen Sie bitte beiseite.“ (Jeweils Zutreffendes einkreisen!)

STIMME VOLL UND GANZ ZU
STIMME EHER ZU
STIMME EHER NICHT ZU
STIMME ÜBERHAUPT NICHT ZU
BEISEITE GELEGT, KEINE ANGABE

<p>(1) Ein Auto ist für mich nur interessant, um von einem Ort zum anderen zu gelangen, alles andere ist mir da ziemlich egal</p> <p>(2) Ich mag es, wenn mein Auto zu meinem Lebensstil passt, wenn es meinem Lebensgefühl entspricht</p> <p>(3) Ich kann mich für Autos richtig begeistern, alles, was mit Autos zu tun hat, finde ich unheimlich interessant</p> <p>(4) Ich lege Wert darauf, die Ausstattung meines Autos möglichst individuell zusammenstellen zu können</p> <p>(5) Ich mag Autos, die ausgefallen sind, die nicht jeder fährt</p> <p>(6) Ich telefoniere beim Autofahren häufiger ohne Freisprecheinrichtung</p> <p>(7) Mir macht es Spaß, ein Auto zu fahren, mit dem man auffällt</p> <p>(8) Um mir ein schönes Auto leisten zu können, bin ich bereit, auf vieles andere zu verzichten</p> <p>(9) Für mich ist es wichtig, ein Auto zu haben, das zu meinem Beruf, meinem Status passt</p> <p>(10) Ein Auto ist für mich wie eine Visitenkarte, es sagt meiner Meinung nach etwas über den Besitzer aus</p> <p>(11) Es ist ein gutes Gefühl, wenn man andere mit einem schicken Auto beeindrucken kann</p> <p>(12) Ich fahre gern Auto</p> <p>(13) Mit meinem Auto zeige ich anderen gerne, was ich am Steuer alles kann</p> <p>(14) Um ausreichend mobil zu sein, brauche ich kein Auto</p> <p>(15) Mit dem Auto kann ich meine alltäglichen Dinge am besten erledigen</p> <p>(16) Unabhängig sein, das kann ich nur mit einem Auto</p> <p>(17) Ein Auto hilft, sich bei anderen Ansehen bzw. Respekt zu verschaffen</p> <p>(18) In einer größeren Stadt kann ich gut aufs Auto verzichten</p> <p>(19) Ich checke beim Autofahren häufiger E-Mails auf meinem Handy bzw. Smartphone</p> <p>(20) Ein Leben ohne Auto kann ich mir nicht vorstellen</p> <p>(21) Ich finde, wenn man es eilig hat, kann man auch mal schneller fahren als erlaubt</p> <p>(22) Ich finde es gut, dass es keine Geschwindigkeitsbegrenzungen auf deutschen Autobahnen gibt</p> <p>(23) Ich kann gut verstehen, dass man – wenn man schon ein Auto mit genügend PS hat – auch was davon haben und mal Gas geben will</p> <p>(24) Meine Freunde und Bekannten würden mich kritisieren, wenn sie finden, dass ich zu schnell fahre</p>	<p>(25) Leute, die immer genau nach Vorschrift fahren, finde ich irgendwie langweilig</p> <p>(26) Ich finde, es sollte noch mehr Geschwindigkeitskontrollen auf deutschen Straßen geben</p> <p>(27) Man sollte meiner Ansicht nach auch deshalb langsamer fahren, weil es die Umwelt weniger belastet</p> <p>(28) Ich finde, bei den Benzinpreisen kann man es sich kaum noch leisten, mal Gas zu geben</p> <p>(29) Für junge Leute gehört es meiner Meinung nach dazu, dass man seine Grenzen austestet – auch auf der Autobahn</p> <p>(30) Mich nerven die vielen Blitzer am Straßenrand</p> <p>(31) Die meisten meiner Freunde und Bekannten finden es in Ordnung, schneller zu fahren als erlaubt</p> <p>(32) Für einen rasanten Fahrstil bekomme ich Anerkennung von meinen Freunden und Bekannten</p> <p>(33) Meine Freunde würden nicht mehr zu mir ins Auto steigen, wenn ich ständig rasen würde</p> <p>(34) Mit manchen meiner Freunde würde ich mit einem schnellen Auto gerne mal richtig heizen</p> <p>(35) Wer ständig mit überhöhter Geschwindigkeit fährt, riskiert Leib und Leben</p> <p>(36) Die meisten jungen Autofahrer finden es normal, deutlich schneller zu fahren als erlaubt</p> <p>(37) Als Raser hätte ich in meinem Freundes- und Bekanntenkreis einen schweren Stand</p>
--	---

10.a) „Haben Sie einen Motorrad-Führerschein, oder einen Führerschein für ein Moped bzw. einen Motorroller, oder haben Sie keinen dieser Führerscheine? Pkw-Führerscheine, mit denen man auch Moped bzw. Motorroller fahren darf, sind hier nicht gemeint.“

JA, MOTORRAD	1**
JA, MOPED/ROLLER	2**
JA, BEIDES	3**
NEIN, KEINEN DIESER FÜHRERSCHEINE	4

**Gleich übergehen zu Frage 11

<p>10.b) „Und besuchen Sie zurzeit eine Fahrschule, um einen Motorrad-Führerschein oder einen Führerschein für ein Moped bzw. einen Motorroller zu machen?“</p> <table border="0"> <tr> <td>JA, MOTORRAD</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>JA, MOPED/ROLLER</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>KEINE ANGABE ODER NEIN</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>FILTER NICHT ERFÜLLT</td> <td>8</td> </tr> </table> <p>11. „Und haben Sie einen Pkw-Führerschein, oder ist das nicht der Fall?“</p> <table border="0"> <tr> <td>JA, HABE PKW-FÜHRERSCHEIN</td> <td>1**</td> </tr> <tr> <td>NEIN, NICHT DER FALL</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>** Gleich übergehen zu Frage 13!</p> <p>12. „Besuchen Sie zurzeit eine Fahrschule, um einen Pkw-Führerschein zu machen?“</p> <table border="0"> <tr> <td>JA, BESUCHE FAHRSCHULE</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>NEIN</td> <td>0**</td> </tr> <tr> <td>KEINE ANGABE</td> <td>9**</td> </tr> <tr> <td>BESITZE PKW-FÜHRERSCHEIN</td> <td>8</td> </tr> </table> <p>** Gleich übergehen zu Frage 14!</p> <p><i>Nur Besitzer eines Pkw-Führerscheins bzw. Befragte, die zurzeit die Fahrschule besuchen, um einen Pkw-Führerschein zu machen</i></p> <p>13. „Und welchen Führerschein haben Sie gemacht bzw. machen Sie zurzeit den 'normalen' Führerschein ab 18 Jahre, oder das so genannte 'Begleitete Fahren', also die Möglichkeit, den Führerschein schon mit 17 zu erhalten, anschließend bis zum 18. Geburtstag aber nur in Begleitung eines Erwachsenen fahren zu dürfen?“</p> <table border="0"> <tr> <td>NORMALER FÜHRERSCHEIN AB 18.....</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>BEGLEITETES FAHREN</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>KEINE ANGABE</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>FILTER NICHT ERFÜLLT</td> <td>8</td> </tr> </table>	JA, MOTORRAD	1	JA, MOPED/ROLLER	2	KEINE ANGABE ODER NEIN	3	FILTER NICHT ERFÜLLT	8	JA, HABE PKW-FÜHRERSCHEIN	1**	NEIN, NICHT DER FALL	0	JA, BESUCHE FAHRSCHULE	1	NEIN	0**	KEINE ANGABE	9**	BESITZE PKW-FÜHRERSCHEIN	8	NORMALER FÜHRERSCHEIN AB 18.....	1	BEGLEITETES FAHREN	2	KEINE ANGABE	9	FILTER NICHT ERFÜLLT	8	<p><i>INTERVIEWER-EINSTUFUNG nach Frage 10a</i></p> <p>14. a) Hat der/die Befragte einen Motorrad-, Moped oder Roller-Führerschein?</p> <table border="0"> <tr> <td>JA</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>NEIN</td> <td>2**</td> </tr> </table> <p>**Gleich übergehen zu Frage 16</p> <p><i>Nur Besitzer eines Motorrad-, Moped- oder Roller-Führerscheins!</i></p> <p>14.b) „Fahren Sie regelmäßig Motorrad, Moped oder Motorroller, oder tun Sie das nicht?“</p> <table border="0"> <tr> <td>JA, FAHRE MOTORRAD</td> <td>1**</td> </tr> <tr> <td>JA, FAHRE MOPED/ROLLER</td> <td>2**</td> </tr> <tr> <td>JA, BEIDES</td> <td>3**</td> </tr> <tr> <td>NEIN, FAHRE NICHT REGELMÄSSIG</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>KEINE ANGABE</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>BESITZE KEINEN MOTORRAD-/MOPED-/ROLLER-FÜHRERSCHEIN</td> <td>8</td> </tr> </table> <p>**Zusatzfrage</p> <p><i>Nur regelmäßige Fahrer von Motorrad, Moped oder Roller!</i></p> <p>** „Und seit wann fahren Sie regelmäßig Motorrad, Moped oder Motorroller, seit wie vielen Jahren?“</p> <table border="0"> <tr> <td>SEIT ETWA JAHREN</td> <td></td> </tr> <tr> <td>WEISS NICHT, KEINE ANGABE.....</td> <td>99</td> </tr> <tr> <td>FILTER NICHT ERFÜLLT</td> <td>88</td> </tr> </table> <p><i>Nur Besitzer eines Motorrad-, Moped- oder Roller-Führerscheins!</i></p> <p>15. „Wie viel tausend Kilometer fahren Sie persönlich pro Jahr schätzungsweise mit dem Motorrad, Moped oder Roller? Egal, ob mit Ihrem eigenen oder einem anderen, so insgesamt gesehen, wie viele Kilometer fahren Sie? Würden Sie sagen ...“</p> <table border="0"> <tr> <td>„Unter 1.000 Kilometer“</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>„1 bis unter 3.000 Kilometer“</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>„3 bis unter 5.000 Kilometer“</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>„5 bis unter 10.000 Kilometer“</td> <td>3</td> </tr> </table>	JA	1	NEIN	2**	JA, FAHRE MOTORRAD	1**	JA, FAHRE MOPED/ROLLER	2**	JA, BEIDES	3**	NEIN, FAHRE NICHT REGELMÄSSIG	4	KEINE ANGABE	9	BESITZE KEINEN MOTORRAD-/MOPED-/ROLLER-FÜHRERSCHEIN	8	SEIT ETWA JAHREN		WEISS NICHT, KEINE ANGABE.....	99	FILTER NICHT ERFÜLLT	88	„Unter 1.000 Kilometer“	0	„1 bis unter 3.000 Kilometer“	1	„3 bis unter 5.000 Kilometer“	2	„5 bis unter 10.000 Kilometer“	3
JA, MOTORRAD	1																																																										
JA, MOPED/ROLLER	2																																																										
KEINE ANGABE ODER NEIN	3																																																										
FILTER NICHT ERFÜLLT	8																																																										
JA, HABE PKW-FÜHRERSCHEIN	1**																																																										
NEIN, NICHT DER FALL	0																																																										
JA, BESUCHE FAHRSCHULE	1																																																										
NEIN	0**																																																										
KEINE ANGABE	9**																																																										
BESITZE PKW-FÜHRERSCHEIN	8																																																										
NORMALER FÜHRERSCHEIN AB 18.....	1																																																										
BEGLEITETES FAHREN	2																																																										
KEINE ANGABE	9																																																										
FILTER NICHT ERFÜLLT	8																																																										
JA	1																																																										
NEIN	2**																																																										
JA, FAHRE MOTORRAD	1**																																																										
JA, FAHRE MOPED/ROLLER	2**																																																										
JA, BEIDES	3**																																																										
NEIN, FAHRE NICHT REGELMÄSSIG	4																																																										
KEINE ANGABE	9																																																										
BESITZE KEINEN MOTORRAD-/MOPED-/ROLLER-FÜHRERSCHEIN	8																																																										
SEIT ETWA JAHREN																																																											
WEISS NICHT, KEINE ANGABE.....	99																																																										
FILTER NICHT ERFÜLLT	88																																																										
„Unter 1.000 Kilometer“	0																																																										
„1 bis unter 3.000 Kilometer“	1																																																										
„3 bis unter 5.000 Kilometer“	2																																																										
„5 bis unter 10.000 Kilometer“	3																																																										

ZWEI-, DREIMAL IM MONAT 4
 EINMAL IM MONAT 5
 SELTENER 6
 NIE 7**
 KEINE ANGABE..... 9**
 **Gleich übergehen zu Frage 39

Nur Zeitschriftenleser!
 INTERVIEWER überreicht graue Liste 14!

38. „Hier auf dieser Liste stehen verschiedene Arten von Zeitschriften. Welche davon lesen Sie besonders gern?“ (Alles Genannte einkreisen!)

- (1) Nachrichtenmagazine wie Der Spiegel, Focus, Stern
 - (2) Auto-Zeitschriften wie z. B. Auto BILD, Auto Motor und Sport, Auto Straßenverkehr
 - (3) Motorrad-Zeitschriften wie z. B. Motorrad, PS
 - (4) Computer-Zeitschriften wie z. B. Computer BILD, Chip, PC Welt
 - (5) Foto-Zeitschriften und andere Technikzeitschriften
 - (6) Lifestyle-Magazine wie z. B. Cinema, Fit for fun, Men's Health, Max
 - (7) Männermagazine wie z. B. Playboy, Maxim
 - (8) Jugendzeitschriften wie z. B. Bravo, Popcorn
 - (9) Prominenten-Magazine, People-Magazine wie z. B. Bunte, Gala
 - (10) Mode- oder Frauenzeitschriften wie z. B. Brigitte, Freundin, Glamour, Petra, Elle, Vogue
 - (11) Andere Frauenzeitschriften wie z. B. Bild der Frau, Tina, Lisa, Die Aktuelle, Neue Post
 - (12) Wirtschaftszeitschriften wie z. B. Capital, Wirtschaftswoche
 - (13) Sportzeitschriften wie z. B. Sport-BILD, Kicker
 - (14) Fernsehzeitschriften wie z. B. HÖRZU, TV Spielfilm, TV Movie
 - (15) Testzeitschriften wie z. B. test, Öko Test, Guter Rat
 - (16) Reisemagazine wie Merian, Geo Saison, ADAC reisemagazin
 - (17) Wissenschaftsmagazine wie Geo, P.M., National Geographic
 - (18) Musikzeitschriften wie Rolling Stone, Musikexpress
- MINDESTENS EINE DER 18 MÖGLICHKEITEN GENANNT 1
 KEINE DAVON 0
 KEINE ANGABE..... 9
 LESE NIE ZEITSCHRIFTEN 8

INTERVIEWER überreicht Kartenspiel und dazu gelbes Bildblatt 15!

39. „Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Eigenschaften, die einen Menschen beschreiben können. Bitte sagen Sie mir, ob diese Eigenschaft auf Sie persönlich voll und ganz zutrifft, eher zutrifft, weder noch, eher nicht zutrifft, oder überhaupt nicht zutrifft.“ (Jeweils Zutreffendes einkreisen!)

- TRIFFT VOLL UND GANZ ZU
- TRIFFT EHER ZU
- WEDER NOCH
- TRIFFT EHER NICHT ZU
- TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU

- (1) Auf die meisten meiner Freunde und Bekannten kann ich mich voll und ganz verlassen
- (2) Viele meiner Freunde und Bekannten können mich für ihre Aktivitäten und Interessen begeistern
- (3) Viele meiner Freunde und Bekannten sind mir ein Vorbild

Teil 2: Soziodemografische Angaben

1. Geschlecht

- Männlich 1
- Weiblich 2

1. Alter

..... Jahre

2. Eine Frage zum Schulabschluss: Könnten Sie nach dieser Liste sagen, was auf Sie zutrifft, welche Nummer? Welchen Schulabschluss haben Sie? (Schüler geben bitte den angestrebten Abschluss an!)

- (1) Ich bin von der Schule abgegangen ohne Hauptschulabschluss/Volksschulabschluss
- (2) Ich habe einen Sonder- bzw. Förderschulabschluss
- (3) Ich habe den Hauptschulabschluss/Volksschulabschluss. Ich bin von der Realschule, polytechnischen Oberschule oder einer vergleichbaren Schule abgegangen ohne Realschulabschluss, ohne Mittlere Reife
- (4) Ich habe den Realschulabschluss (Mittlere Reife, Abschluss der 10-klassigen polytechnischen Oberschule)
- (5) Ich habe die Fachhochschulreife
- (6) Ich habe die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur, Fachabitur, Abschluss der 12-klassigen EOS)
- (7) Ich habe ein Studium an einer Universität, einer Fachhochschule oder Berufsakademie abgeschlossen
- KEINE ANGABE..... 9

3. Sind Sie berufstätig?

- JA 1
- JA, MITHELFEND IM EIGENEN BETRIEB..... 2
- IN BERUFSAUSBILDUNG..... 3
- ARBEITSLOS 4
- HAUSFRAU, HAUSMANN..... 5
- SCHÜLER 6
- STUDENT 7
- OHNE BERUF..... 0
- KEINE ANGABE 9

4. Könnten Sie mir nach dieser Liste sagen (INTERVIEWER überreicht weiße Liste E!), in welche der Netto-Monatseinkommensgruppen Sie fallen? Gruppe A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L oder M?

- (A) Unter 500 Euro
- (B) 500 - 749 Euro
- (C) 750 - 999 Euro
- (D) 1.000 - 1.249 Euro
- (E) 1.250 - 1.499 Euro
- (F) 1.500 - 1.749 Euro
- (G) 1.750 - 1.999 Euro
- (H) 2.000 - 2.499 Euro
- (I) 2.500 - 2.999 Euro
- (J) 3.000 - 3.499 Euro
- (K) 3.500 Euro und mehr
- (L) Habe kein Einkommen
- KEINE ANGABE 9

(17) Noch schnell reagieren können, wenn ich starke Medikamente genommen habe	KEINE ANGABE.....	9**
(18) Wenn ich beim Autofahren ohne Freisprechanlage mit dem Handy telefoniere	** Gleich übergehen zu Frage 26 !	
<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in einen Verkehrsunfall verwickelt waren!</i>		
22. a) „Haben Sie zurzeit Punkte in Flensburg, ich meine im Verkehrszentralregister?“	25. „Und wie häufig waren Sie in den vergangenen drei Jahren in einen Verkehrsunfall verwickelt?“	
JA 1**	EINMAL 1*	
NEIN 0	ZWEIMAL 2**	
KEINE ANGABE..... 9	DREIMAL 3**	
Gleich übergehen zu Frage 24!	VIERMAL 4	
	FÜNFMAL..... 5**	
	SECHSMAL..... 6**	
	SIEBENMAL 7**	
	ACHTMAL 8**	
	NEUNMAL 9**	
	WEISS NICHT, KEINE ANGABE..... 99	
	WAR IN KEINEN VERKEHR SUNFALL VERWICKELT 88	
	* Frage 25a-c	
	**Frage 25A+B	
<i>Nur Befragte, die zurzeit Punkte in Flensburg haben!</i>		
22. b) „Und wissen Sie zufällig, wie viele Punkte Sie in Flensburg haben, wie viele in etwa?“	<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in <u>einen einzigen</u> Unfall verwickelt waren!</i>	
JA, UND ZWAR.....PUNKTE	25. a) „Und mit was für einem Fahrzeug waren Sie in einen Unfall verwickelt? War das ein Auto, ein Motorrad, ein Moped oder ein Fahrrad?“	
NEIN, WEISS NICHT..... 77	AUTO..... 1	
KEINE ANGABE..... 99	MOTORRAD..... 2	
HABE KEINE PUNKTE IN FLENSBURG..... 88	MOPED..... 3	
	FAHRRAD..... 4	
	KEINE ANGABE..... 9	
	FILTER NICHT ERFÜLLT 8	
<i>Nur Befragte, die zurzeit Punkte in Flensburg haben!</i>		
23. „Können Sie mir sagen, wie viele dieser Punkte auf zu schnelles Fahren zurückgehen?“	<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in <u>einen einzigen</u> Verkehrsunfall verwickelt waren</i>	
.....PUNKTE	25. b) „Würden Sie mir auch noch sagen, ob Sie diesen Verkehrsunfall damals verursacht haben, waren Sie daran schuld oder mitschuldig, oder traf Sie da keinerlei Schuld?“	
NEIN, WEISS NICHT..... 77	WAR SCHULD..... 1	
KEINE ANGABE..... 99	WAR MITSCHULDIG..... 2	
HABE KEINE PUNKTE IN FLENSBURG..... 88	KEINERLEI SCHULD 3**	
	KEINE ANGABE..... 9**	
	FILTER NICHT ERFÜLLT 8	
	** Gleich übergehen zu Frage 26!	
24. „Waren Sie in den vergangenen drei Jahren als Auto-, Motorrad- oder Mopedfahrer in einen Verkehrsunfall verwickelt?“	<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in <u>mehrere</u> Verkehrsunfälle verwickelt waren!</i>	
JA 1	25. B) „Wenn Sie einmal an die Unfälle denken, in die Sie in den letzten drei Jahren verwickelt waren: Wie viele dieser Verkehrsunfälle haben Sie selbst verursacht, waren also schuld bzw. mitschuldig?“	
NEIN 0** VERURSACHTE UNFÄLLE	
	KEINEN DAVON VERURSACHT..... 99	
	KEINE ANGABE ZUR JEWEILIGEN ZAHL..... 99	
	FILTER NICHT ERFÜLLT 88	
	<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in <u>mehrere</u> Verkehrsunfälle verwickelt waren – und die zumindest einen davon selbst verursacht haben!</i>	
	25. C) „Und war darunter auch ein Unfall, den Sie verursacht haben, weil Sie zu schnell gefahren sind, oder ist das nicht der Fall?“	
	ZU SCHNELL GEFAHREN 1	
	NICHT DER FALL 2	
	KEINE ANGABE..... 9	
	FILTER NICHT ERFÜLLT 8	
	26. „Seit einiger Zeit gibt es eine Kampagne gegen zu schnelles Autofahren, für die unter anderem mit Plakaten am Autobahnrand, mit Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, mit Werbespots im Radio, Kino usw. geworben wird. Haben Sie von dieser Kampagne mit dem Titel 'Runter vom Gas', schon mal gehört, oder hören Sie davon jetzt zum ersten Mal?“	
	SCHON DAVON GEHÖRT 1	
	HÖRE DAVON ZUM ERSTEN MAL 2	
	UNENTSCHEDEN, KEINE ANGABE 3	
	27. „Wie häufig unterhalten Sie sich mit Ihren Freunden und Bekannten über Autos und Autofahren? Würden Sie sagen ...“	
	„sehr häufig“ 1**	
	„häufig“ 2**	
	„ab und zu“ 3**	

<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in <u>mehr als einen</u> Unfall verwickelt waren</i>		
25. A) „Und können Sie mir noch sagen, wie viele Auto-, Motorrad-, Moped- und Fahrradunfälle das jeweils waren?“	<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in <u>mehrere</u> Verkehrsunfälle verwickelt waren!</i>	
..... AUTO UNFÄLLE	25. B) „Wenn Sie einmal an die Unfälle denken, in die Sie in den letzten drei Jahren verwickelt waren: Wie viele dieser Verkehrsunfälle haben Sie selbst verursacht, waren also schuld bzw. mitschuldig?“	
..... MOTORRAD UNFÄLLE VERURSACHTE UNFÄLLE	
..... MOPED UNFÄLLE	KEINEN DAVON VERURSACHT..... 99	
..... FAHRRAD UNFÄLLE	KEINE ANGABE ZUR JEWEILIGEN ZAHL..... 99	
KEINE ANGABE ZUR JEWEILIGEN ZAHL 99	FILTER NICHT ERFÜLLT 88	
FILTER NICHT ERFÜLLT 88		
	<i>Nur Personen, die innerhalb der letzten drei Jahre in <u>mehrere</u> Verkehrsunfälle verwickelt waren – und die zumindest einen davon selbst verursacht haben!</i>	
	25. C) „Und war darunter auch ein Unfall, den Sie verursacht haben, weil Sie zu schnell gefahren sind, oder ist das nicht der Fall?“	
	ZU SCHNELL GEFAHREN 1	
	NICHT DER FALL 2	
	KEINE ANGABE..... 9	
	FILTER NICHT ERFÜLLT 8	
	26. „Seit einiger Zeit gibt es eine Kampagne gegen zu schnelles Autofahren, für die unter anderem mit Plakaten am Autobahnrand, mit Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, mit Werbespots im Radio, Kino usw. geworben wird. Haben Sie von dieser Kampagne mit dem Titel 'Runter vom Gas', schon mal gehört, oder hören Sie davon jetzt zum ersten Mal?“	
	SCHON DAVON GEHÖRT 1	
	HÖRE DAVON ZUM ERSTEN MAL 2	
	UNENTSCHEDEN, KEINE ANGABE 3	
	27. „Wie häufig unterhalten Sie sich mit Ihren Freunden und Bekannten über Autos und Autofahren? Würden Sie sagen ...“	
	„sehr häufig“ 1**	
	„häufig“ 2**	
	„ab und zu“ 3**	

„selten“	4**		
„nie“	5		
UNENTSCHEIDEN, KEINE ANGABE	6		
<i>Nur Befragte, die zumindest selten Gespräche über Autos und Autofahren führen!</i>			
<i>INTERVIEWER überreicht grüne Liste 7!</i>			
** „Und worüber reden Sie dann mit Ihren Freunden und Bekannten, wenn sich das Gespräch um Autos und Autofahren dreht?“ (Alles Genannte einkreisen!)			
(1) Neue Auto-Modelle			
(2) Autorennen, Formel 1			
(3) Auto-Tuning, z. B. Tieferlegen			
(4) Fahrspaß durch rasantes Fahren			
(5) Strecken, auf denen man besonders schnell fahren kann			
(6) Autokauf, Autoverkauf			
(7) Ausstattung des Autos			
(8) Staus und Baustellen			
(9) Blitzer und Geschwindigkeitskontrollen			
(10) Wer beim nächsten Partybesuch fährt			
(11) Eigene Unfälle oder Unfälle von Leuten, die wir kennen			
(12) Unfälle, über die man was aus den Medien mitbekommen hat			
(13) Spritpreise			
(14) Führerscheinverlust			
(15) Reparaturen und Reparaturkosten			
(16) Gefährlichkeit bestimmter Strecken			
(17) Die aggressive Fahrweise anderer			
(18) Kampagnen zur Verkehrssicherheit			
MINDESTENS EINES DER 18 THEMEN GENANNT	1		
NICHTS DAVON	0		
KEINE ANGABE.....	9		
28. „Eine Frage zum Handy: Für Handys bzw. Smartphones gibt es ja sogenannte Apps. Wie ist das bei Ihnen: Nutzen Sie Apps auf Ihrem Handy bzw. Smartphone, oder nutzen Sie keine Apps?“			
NUTZE APPS	1**		
NUTZE KEINE APPS	0		
KEINE ANGABE.....	9		
			<i>Nur Befragte, die für ihr Handy/Smartphone Apps nutzen!</i>
			<i>INTERVIEWER überreicht gelbe Liste 8!</i>
			** „Und was für Apps nutzen Sie? - Bitte sagen Sie es mir nach dieser Liste.“ (Alles Genannte einkreisen!)
		(1) Soziale Netzwerke (z. B. Facebook, XING)	
		(2) Spiele	
		(3) Instant-Messenger, SMS-Programme (z. B. WhatsApp, iMessage)	
		(4) Nachrichten und Wetter (z.B. Tagesschau-App, Spiegel-Online-App)	
		(5) Videoportale (z. B. YouTube)	
		(6) Musik-Apps (z. B. Spotify, iTunes, Shazam)	
		(7) Navigation, Apps zum Straßenverkehr und zum Auto (z. B. Navigation, Blitzer.de, Tankcheck)	
		(8) Shopping (z. B. eBay Mobile, H&M)	
		(9) Sportinfo-Apps (z. B. iLiga)	
		(10) Apps mit Infos zu Bus und Bahn (z. B. Fahrplan-Apps)	
		(11) Foto-Apps (z. B. Instagram, Photosynth)	
		(12) TV-Apps (z. B. MobileTV)	
		(13) Radio-Apps (z. B. radio.de)	
		(14) Apps zur Sicherung und zum Austausch von Daten (z. B. Dropbox)	
		MINDESTENS EINE DER 14 MÖGLICHKEITEN GENANNT	1
		NICHTS DAVON	0
		KEINE ANGABE	9
		NUTZE KEINE APPS FÜR HANDY/SMARTPHONE.....	8
		<i>INTERVIEWER überreicht blaue Liste 9!</i>	
		29. „Auch zum Thema Sicherheit im Straßenverkehr gibt es viele Apps. Einmal unabhängig davon, ob Sie Apps nutzen: Stehen hier auf dieser Liste Apps, die Sie interessieren würden, wenn man sie kostenlos herunterladen könnte?“ (Alles Genannte einkreisen!)	
		(1) App für ein Autorennspiel	
		(2) App für ein Quiz zum Thema Verkehrsregeln und Straßenverkehrssicherheit	
		(3) App, mit der Autofahrten bei unterschiedlichen Witterungs- und Straßenverhältnissen simuliert werden können	
		(4) App, die mich während der Fahrt auf gefährliche Strecken oder mögliche Gefahrenstellen wie Baustellen hinweist	

(5) App, die Hinweise auf meine Fahrtüchtigkeit gibt, z. B. durch einen Sehtest			
(6) App, die vor Blitzern und Radarkontrollen warnt			
(7) App, die mich über neue Regelungen im Straßenverkehr und mögliche Strafen bzw. Bußgelder informiert			
MINDESTENS EINE DER 7 MÖGLICHKEITEN GENANNT	1		
NICHTS DAVON	0		
KEINE ANGABE.....	9		
30. „Wie viel Zeit verbringen Sie an einem normalen Wochentag im Internet?“			
WENIGER ALS EINE HALBE STUNDE.....	1		
EINE HALBE STUNDE BIS EINE STUNDE.....	2		
EINE BIS ANDERTHALB STUNDEN.....	3		
ANDERTHALB BIS ZWEI STUNDEN	4		
ZWEI BIS DREI STUNDEN	5		
MEHR ALS DREI STUNDEN	6		
VERBRINGE DAMIT KEINE ZEIT	7**		
KEINE ANGABE.....	9**		
**Gleich übergehen zu Frage 34			
<i>Nur Befragte, die Zeit im Internet verbringen!</i>			
<i>INTERVIEWER überreicht graue Liste 10!</i>			
31. „Das Internet bietet ja verschiedene Möglichkeiten. Hier auf dieser Liste steht eine Auswahl. Was davon nutzen Sie häufiger?“ (Alles Genannte einkreisen!)			
(1) E-Mails schreiben und lesen			
(2) Einfach nur im Internet surfen			
(3) Chatten oder Instant Messaging (z. B. ICQ, MSN Messenger usw.)			
(4) Online-Games, Computerspiele über das Internet			
(5) Soziale Netzwerke für berufliche Zwecke nutzen (z. B. Facebook, StudiVZ, SchülerVZ)			
(6) Soziale Netzwerke für private Zwecke nutzen (z. B. XING, LinkedIn)			
		(7) Videos, Musik oder Bilder ins Netz hochladen (z. B. über YouTube)	
		(8) Videos, Musik oder Bilder ansehen oder herunterladen	
		(9) Lesezeichensammlungen verwalten oder austauschen	
		(10) In Blogs und Wikis Beiträge lesen	
		(11) In Blogs und Wikis Beiträge verfassen	
		(12) Preise vergleichen, Testberichte, Bewertungen lesen	
		(13) Online-Shopping	
		(14) Für Schule, Ausbildung, Beruf nach Informationen suchen	
		(15) Fernsehen über das Internet	
		(16) Radiohören über das Internet	
		(17) In Foren/Newsgrroups mit andern austauschen	
		(18) Eine eigene Homepage erstellen und pflegen	
		(19) Nützliche Alltagsinformationen suchen, z. B. zum Wetter, zu aktuellen Veranstaltungen, Verkehrsverbindungen	
		(20) Informationen und Angebote rund ums Auto suchen	
		MINDESTENS EINE DER 20 MÖGLICHKEITEN GENANNT	1
		NICHTS DAVON	0
		KEINE ANGABE.....	9
		GEHE NICHT INS INTERNET, VERBRINGE DAMIT KEINE ZEIT.....	8
		<i>Nur Befragte, die Zeit im Internet verbringen!</i>	
		32. „Es gibt ja im Internet soziale Netzwerke wie Facebook oder XING, bei denen man sich anmelden und sich dann mit Freunden, Geschäftspartnern oder anderen Mitgliedern austauschen kann. Wie ist das bei Ihnen: Sind Sie Mitglied bei einem oder mehreren solcher Netzwerke, oder ist das nicht der Fall?“	
		JA, MITGLIED BEI EINEM.....	1
		JA, MITGLIED BEI MEHREREN	2
		NEIN, NICHT DER FALL.....	0**
		KEINE ANGABE.....	9**
		GEHE NICHT INS INTERNET, VERBRINGE DAMIT KEINE ZEIT.....	8**
		**Gleich übergehen zu Frage 34	
		<i>Nur Mitglieder sozialer Netzwerke im Internet!</i>	

33. „Könnten Sie schätzen, wie viele Stunden Sie an einem normalen Wochentag soziale Netzwerke nutzen? Würden Sie sagen ...“

WENIGER ALS EINE HALBE STUNDE.....	0
EINE HALBE STUNDE BIS STUNDE	1
EINE BIS ANDERTHALB STUNDEN.....	2
ANDERTHALB BIS ZWEI STUNDEN.....	3
ZWEI BIS DREI STUNDEN.....	4
MEHR ALS DREI STUNDEN	5
KEINE ANGABE.....	9
FILTER NICHT ERFÜLLT.....	8

AN MÄNNER: INTERVIEWER überreicht Kartenspiel und dazu grünes Bildblatt 11!

AN FRAUEN: INTERVIEWER überreicht Kartenspiel und dazu grünes Bildblatt 11!

34. „Auf den Karten sind jeweils Personen beschrieben. Bitte verteilen Sie die Karten danach auf das Blatt, wie ähnlich oder unähnlich Ihnen die beschriebene Person ist. 1 bedeutet, diese Person ist Ihnen sehr ähnlich, 5 bedeutet, sie ist Ihnen überhaupt nicht ähnlich.“ (Jeweils Zutreffendes einkreisen!)

5ER SKALA

1 = PERSON IST MIR SEHR ÄHNLICH

5 = PERSON IST MIR ÜBERHAUPT NICHT ÄHNLICH

- Es ist ihm/ihr wichtig, neue Ideen zu entwickeln und kreativ zu sein. Er/Sie macht Sachen gern auf seine/ihre eigene originelle Art und Weise
- Es ist ihm/ihr wichtig, reich zu sein. Er/Sie möchte viel Geld haben und teure Sachen besitzen
- Er/Sie hält es für wichtig, dass alle Menschen auf der Welt gleich behandelt werden sollten. Er/Sie glaubt, dass jeder Mensch im Leben gleiche Chancen haben sollte
- Es ist ihm/ihr wichtig, seine/ihre Fähigkeiten zu zeigen. Er/Sie möchte, dass die Leute bewundern, was er/sie tut
- Es ist ihm/ihr wichtig, in einem sicheren Umfeld zu leben. Er/Sie vermeidet alles, was seine/ihre Sicherheit gefährden könnte
- Er/Sie mag Überraschungen und hält immer Ausschau nach neuen Aktivitäten. Er/Sie denkt, dass im Leben Abwechslung wichtig ist

- Er/Sie glaubt, dass die Menschen tun sollten, was man ihnen sagt. Er/Sie denkt, dass Menschen sich immer an Regeln halten sollten, selbst dann, wenn es niemand sieht
- Es ist ihm/ihr wichtig, Menschen zuzuhören, die anders sind als er/sie. Auch wenn er/sie anderer Meinung ist als andere, will er/sie sie trotzdem verstehen
- Es ist ihm/ihr wichtig, zurückhaltend und bescheiden zu sein. Er/Sie versucht, die Aufmerksamkeit nicht auf sich zu lenken
- Es ist ihm/ihr wichtig, Spaß zu haben. Er/Sie gönnt sich selbst gern etwas
- Es ist ihm/ihr wichtig, selbst zu entscheiden, was er/sie tut. Er/Sie ist gern frei und unabhängig von anderen
- Es ist ihm/ihr sehr wichtig, den Menschen um ihn/sie herum zu helfen. Er/Sie will für deren Wohl sorgen
- Es ist ihm/ihr wichtig, sehr erfolgreich zu sein. Er/Sie hofft, dass die Leute seine/ihre Leistungen anerkennen
- Es ist ihm/ihr wichtig, dass der Staat seine/ihre persönliche Sicherheit vor allen Bedrohungen gewährleistet. Er/Sie will einen starken Staat, der seine Bürger verteidigt
- Er/Sie sucht Abenteuer und geht gern Risiken ein. Er/Sie will ein aufregendes Leben haben
- Es ist ihm/ihr wichtig, sich jederzeit korrekt zu verhalten. Er/Sie vermeidet es, Dinge zu tun, die andere Leute für falsch halten können
- Es ist ihm/ihr wichtig, dass andere ihn/sie respektieren. Er/Sie will, dass die Leute tun, was er/sie sagt
- Es ist ihm/ihr wichtig, seinen Freunden gegenüber loyal zu sein. Er/Sie will sich für Menschen einsetzen, die ihm nahestehen
- Er/Sie ist fest davon überzeugt, dass die Menschen sich um die Natur kümmern sollten. Umweltschutz ist ihm/ihr wichtig
- Tradition ist ihm/ihr wichtig. Er/Sie versucht, sich an die Sitten und Gebräuche zu halten, die ihm/ihr von seiner/ihrer Religion oder seiner/ihrer Familie überliefert wurden
- Er/Sie lässt keine Gelegenheit aus, Spaß zu haben. Es ist ihm/ihr wichtig, Dinge zu tun, die ihm/ihr Vergnügen bereiten

INTERVIEWER überreicht weiße Liste 12!

35. Eine Frage zu Ihrer Kleidung: Mit Kleidung will man ja oft etwas Bestimmtes ausdrücken. Wie ist das bei Ihnen: Was wollen Sie mit Ihrem Kleidungsstil ausdrücken? Bitte sagen Sie es mir nach dieser Liste.“ (Alles Genannte einkreisen!)

- Dass ich weiß, was derzeit in Mode ist, was man in diesem Jahr trägt
 - Dass ich mir die neueste Mode leiste
 - Dass ich einen guten Geschmack habe
 - Dass ich ganz schön sexy bin
 - Dass ich eher zurückhaltend bin
 - Dass ich bei Kleidung Wert auf Qualität lege
 - Dass ich unkompliziert bin
 - Dass ich konservativ bin
 - Dass ich ein sportlicher Typ bin
 - Dass ich cool bin
 - Dass ich mich von anderen abgrenzen möchte
 - Dass ich ein verrückter Typ bin
 - Dass mir Mode egal ist
 - Dass ich den Durchblick habe, weiß, wo es langgeht
 - Dass man vor mir Respekt haben soll
 - Dass ich niedlich, zum Liebhaben bin
 - Dass man mich als Person mögen soll und nicht wegen meiner Kleidung
 - Dass ich extrem bin, extreme Einstellungen habe
 - Dass ich umweltbewusst bin
- MINDESTENS EINE DER 19 MÖGLICHKEITEN GENANNT 1
 NICHTS DAVON..... 0
 KEINE ANGABE..... 9

INTERVIEWER überreicht Kartenspiel und blaues Bildblatt 13!

36. „Hier auf diesen Karten stehen verschiedene Gruppen. Bitte verteilen Sie diese Karten auf das Blatt hier, je nachdem ob Sie sich selbst zu dieser Gruppe zählen, oder ob Sie sich zwar nicht zu dieser Gruppe zählen, diese aber dennoch ganz gut finden, oder ob Sie diese Gruppe nicht so gut finden, oder diese Gruppe völlig ablehnen. Karten mit Gruppen, die Sie nicht kennen bzw. bei denen Sie sich nicht entscheiden können, legen Sie bitte beiseite.“ (Jeweils Zutreffendes einkreisen!)

ZU DIESER GRUPPE ZÄHLE ICH MICH

GEHÖRE NICHT DAZU, FINDE ABER GANZ GUT

FINDE NICHT SO GUT

LEHNE AB

- Fußballfans
- National gesinnte Gruppen
- Discofans
- Technofans
- Raver
- Punks
- Rocker
- Skinheads
- Umweltschützer
- Heavy-Metal-, Heavy-Hardrock-Fans
- Autonome
- Rapper
- Hip-Hopper
- Lesben, Schwule
- Antifa
- Globalisierungskritiker
- Gothic
- LanGaming
- Rollenspieler
- Skateboarder
- Sportkletterer
- Veganer.
- Graffiti-Sprayer
- Indie-Fans, Fans von Independent Music
- Anime/Manga
- Religiös orientierte Gruppen

37. „Wie oft lesen Sie Zeitschriften oder Magazine? Würden Sie sagen ...“

TÄGLICH.....	1
MEHRMALS IN DER WOCHE	2
EINMAL IN DER WOCHE.....	3

ZWEI-, DREIMAL IM MONAT.....	4
EINMAL IM MONAT.....	5
SELTENER.....	6
NIE.....	7**
KEINE ANGABE.....	9**

**Gleich übergehen zu Frage 39

Nur Zeitschriftenleser!
 INTERVIEWER überreicht graue Liste 14!

38. „Hier auf dieser Liste stehen verschiedene Arten von Zeitschriften. Welche davon lesen Sie besonders gern?“ (Alles Genannte einkreisen!)
- (1) Nachrichtenmagazine wie Der Spiegel, Focus, Stern
 - (2) Auto-Zeitschriften wie z. B. Auto BILD, Auto Motor und Sport, Auto Straßenverkehr
 - (3) Motorrad-Zeitschriften wie z. B. Motorrad, PS
 - (4) Computer-Zeitschriften wie z. B. Computer BILD, Chip, PC Welt
 - (5) Foto-Zeitschriften und andere Technikzeitschriften
 - (6) Lifestyle-Magazine wie z. B. Cinema, Fit for fun, Men's Health, Max
 - (7) Männermagazine wie z. B. Playboy, Maxim
 - (8) Jugendzeitschriften wie z. B. Bravo, Popcorn
 - (9) Prominenten-Magazine, People-Magazine wie z. B. Bunte, Gala
 - (10) Mode- oder Frauenzeitschriften wie z. B. Brigitte, Freundin, Glamour, Petra, Elle, Vogue
 - (11) Andere Frauenzeitschriften wie z. B. Bild der Frau, Tina, Lisa, Die Aktuelle, Neue Post
 - (12) Wirtschaftszeitschriften wie z. B. Capital, Wirtschaftswoche
 - (13) Sportzeitschriften wie z. B. Sport-BILD, Kicker
 - (14) Fernsehzeitschriften wie z. B. HÖRZU, TV Spielfilm, TV Movie
 - (15) Testzeitschriften wie z. B. test, Öko Test, Guter Rat
 - (16) Reisemagazine wie Merian, Geo Saison, ADAC reisemagazin
 - (17) Wissenschaftsmagazine wie Geo, P.M., National Geographic
 - (18) Musikzeitschriften wie Rolling Stone, Musikexpress
- MINDESTENS EINE DER 18 MÖGLICHKEITEN GENANNT 1
 KEINE DAVON 0
 KEINE ANGABE..... 9
 LESE NIE ZEITSCHRIFTEN 8

INTERVIEWER überreicht Kartenspiel und dazu gelbes Bildblatt 15!

39. Frage zur Erfassung der Reizbarkeit und des Erlebnishungers aus dem NEO-PI R
 (deutsche Ausgabe von OSTENDORF und ANGLEITNER, 2003)
 © by Hogrefe-Verlag GmbH und Co. KG, Göttingen

Gruppenattraktivität

- (1) Auf die meisten meiner Freunde und Bekannten kann ich mich voll und ganz verlassen
- (2) Viele meiner Freunde und Bekannten können mich für ihre Aktivitäten und Interessen begeistern
- (3) Viele meiner Freunde und Bekannten sind mir ein Vorbild

Normlosigkeit

- (4) Ich finde es in Ordnung zu tun, was man möchte, solange man dadurch keine Schwierigkeiten bekommt
- (5) Ich finde es okay, wenn man sich in einer rechtlichen Grauzone bewegt, solange man nicht wirklich gegen Gesetze verstößt
- (6) Wenn etwas funktioniert, finde ich es nicht so wichtig, ob es richtig oder falsch ist
- (7) Ich halte manche Dinge für falsch, obwohl sie legal sind

Teil 2: Soziodemografische Angaben

1. Geschlecht

Männlich 1
 Weiblich 2

1. Alter

..... Jahre

2. Eine Frage zum Schulabschluss: Könnten Sie nach dieser Liste sagen, was auf Sie zutrifft, welche Nummer? Welchen Schulabschluss haben Sie? (Schüler geben bitte den angestrebten Abschluss an!)

- (1) Ich bin von der Schule abgegangen ohne Hauptschulabschluss/Volksschulabschluss
 - (2) Ich habe einen Sonder- bzw. Förderstudienabschluss
 - (3) Ich habe den Hauptschulabschluss/Volksschulabschluss. Ich bin von der Realschule, polytechnischen Oberschule oder einer vergleichbaren Schule abgegangen ohne Realschulabschluss, ohne Mittlere Reife
 - (4) Ich habe den Realschulabschluss (Mittlere Reife, Abschluss der 10-klassigen polytechnischen Oberschule)
 - (5) Ich habe die Fachhochschulreife
 - (6) Ich habe die allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur, Fachabitur, Abschluss der 12-klassigen EOS)
 - (7) Ich habe ein Studium an einer Universität, einer Fachhochschule oder Berufsakademie abgeschlossen
- KEINE ANGABE..... 9

3. Sind Sie berufstätig?

JA	1
JA, MITHELFEND IM EIGENEN BETRIEB.....	2
IN BERUFSAUSBILDUNG.....	3
ARBEITSLOS	4
HAUSFRAU, HAUSMANN.....	5
SCHÜLER	6
STUDENT	7
OHNE BERUF.....	0
KEINE ANGABE.....	9

4. Könnten Sie mir nach dieser Liste sagen (INTERVIEWER überreicht weiße Liste E!), in welche der Netto-Monatseinkommensgruppen Sie fallen? Gruppe A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L oder M?

(A) Unter 500 Euro	
(B) 500 - 749 Euro	
(C) 750 - 999 Euro	
(D) 1.000 - 1.249 Euro	
(E) 1.250 - 1.499 Euro	
(F) 1.500 - 1.749 Euro	
(G) 1.750 - 1.999 Euro	
(H) 2.000 - 2.499 Euro	
(I) 2.500 - 2.999 Euro	
(J) 3.000 - 3.499 Euro	
(K) 3.500 Euro und mehr	
(L) Habe kein Einkommen	
KEINE ANGABE.....	9

5. a) **Leben Sie in einem Mehrpersonenhaushalt oder alleine?**
 MEHRPERSONENHAUSHALT A
 ALLEIN 1**
 ** Gleich übergehen zu Punkt 10!

6. b) **Wie viel Personen - Kinder und Erwachsene zusammen - leben im Haushalt, Sie selbst bitte mitgezählt?**
 2
 3
 4
 5
 MEHR ALS 5 PERSONEN

7. **Wie viel Personen im Haushalt sind berufstätig oder haben sonst Einkommen irgendwelcher Art, wie Rente, Mieteinkommen usw.?**
 PERSONEN
 NUR EINE PERSON ...**
 **Gleich übergehen zu Punkt 9!

8. **Wenn Sie jetzt das Einkommen aller Haushaltsmitglieder zusammenzählen: Wie groß ist das Netto-Einkommen des Haushalts insgesamt im Monat? Sie brauchen mir nur nach dieser Liste hier den Buchstaben zu sagen.**
 (A) Unter 500 Euro
 (B) 500 - 749 Euro
 (C) 750 - 999 Euro
 (D) 1.000 - 1.249 Euro
 (E) 1.250 - 1.499 Euro
 (F) 1.500 - 1.749 Euro
 (G) 1.750 - 1.999 Euro
 (H) 2.000 - 2.499 Euro
 (I) 2.500 - 2.999 Euro
 (J) 3.000 - 3.499 Euro
 (K) 3.500 Euro und mehr
 KEINE ANGABE 9

9. **Leben Sie noch im Haushalt der Eltern oder nicht mehr?**
 JA, LEBE NOCH BEI DEN ELTERN 1
 NEIN, NICHT MEHR 2

10. **Familienstand**
 VERHEIRATET - ZUSAMMENLEBEND 1
 VERHEIRATET - GETRENNTLEBEND 2**
 LEDIG 3**
 VERWITWET 4**
 GESCHIEDEN 5**
Ledige, Verwitwete, Geschiedene bzw. getrenntlebende Verheiratete
**** Haben Sie einen festen Partner, eine feste Partnerin?**
 JA 1
 NEIN 2
 ZUSAMMENLEBENDE VERHEIRATETE 8

INTERVIEWER, jetzt das Ausfüllblatt vom Ende des Fragebogens abreißen und zusammen mit dem leeren Umschlag überreichen! „Es gibt noch einige Zusatzfragen, die uns für diese Studie interessieren würden. Ich möchte Ihnen dazu dieses Blatt zum Selbstausfüllen überreichen. Wenn Sie mit dem Ausfüllen fertig sind, stecken Sie das Blatt bitte in den Umschlag und verschließen ihn. Der Umschlag wird erst wieder im Institut für Demoskopie in Allensbach geöffnet.“

11. **INTERVIEWER-NOTIZEN: NACH BEOBACHTUNG**

11. a) **Soziale Schicht des/der Befragten**
 A 1
 B 2
 C 3
 D 4

11. b) **Das Interview war in der Länge...**
 GUT 1

ETWAS ZU LANG 2
 VIEL ZU LANG 3

11. c) **Charakter des Wohnortes:**
 Großstadtatmosphäre 1
 Klein-,mittelstädtisches Milieu in Ballungsgebiet 2

Teil 3: Selbstausfüllblatt

1. **Viele Leute mögen ja Alkohol, andere machen sich nicht viel daraus. Wie ist das bei Ihnen: Wie oft trinken Sie Alkohol?**
 TÄGLICH, FAST TÄGLICH 1
 ZWEI- BIS DREIMAL PRO WOCHE 2
 EINMAL PRO WOCHE 3
 ETWAS ZWEI- BIS DREIMAL IM MONAT 4
 SELTENER 5
 NIE 6**
 ** Gleich weiter mit Frage 3!

Nur Personen, die zumindest selten Alkohol trinken!

2. **Ist es schon mal vorgekommen, dass Sie Auto gefahren sind, obwohl Sie vielleicht zu viel getrunken hatten, oder ist das noch nie vorgekommen?**
 SCHON MEHRMALS VORGEKOMMEN 1
 SCHON EINMAL VORGEKOMMEN 2
 NOCH NIE VORGEKOMMEN 3
 HABE KEINEN FÜHRERSCHEIN 4

3. **Eine Frage zu Schlaf-, Beruhigungsmitteln und Drogen: Nehmen Sie eines dieser Mittel ein?**

Klein-,mittelstädtisches Milieu in weniger dicht besiedeltem Gebiet 3
 Ländliche Gegend, in der Nähe einer Mittel- oder Großstadt 4
 Ländliches Milieu mit kleineren Städten in der Nähe 5

11. d) **Wohnort des Befragten**
 POSTLEITZAHL

Ich habe dieses Mittel ...	Noch nie probiert	Nur einmal genommen	Schon mehrmals genommen
Starke Schlafmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Starke Beruhigungsmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haschisch, Marihuana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LSD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heroin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crack	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecstasy (XTC)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Speed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anderes, und zwar:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. **Ist es schon mal vorgekommen, dass Sie Auto gefahren sind, obwohl Sie zuvor eines der oben genannten Mittel genommen haben?**
 SCHON MEHRMALS VORGEKOMMEN 1
 SCHON EINMAL VORGEKOMMEN 2
 NOCH NIE VORGEKOMMEN 3
 HABE KEINEN FÜHRERSCHEIN

6.2. Stichprobenzusammensetzung: ungewichtete und gewichtete Daten

Anzahl Reihenprozent Spaltenprozent	Gewichtete Daten			Ungewichtete Daten		
	Geschlecht			Geschlecht		
Alter	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt
15 Jahre	91	87	178	92	92	184
	51,1	48,9	100,0	50,0	50,0	100,0
	8,9	8,9	8,9	9,0	9,5	9,2
16 Jahre	89	84	173	75	74	149
	51,4	48,6	100,0	50,3	49,7	100,0
	8,7	8,6	8,7	7,3	7,6	7,5
17 Jahre	90	85	175	89	113	202
	51,4	48,6	100,0	44,1	55,9	100,0
	8,8	8,7	8,8	8,7	11,7	10,1
18 Jahre	94	89	183	101	67	168
	51,4	48,6	100,0	60,1	39,9	100,0
	9,2	9,1	9,2	9,8	6,9	8,4
19 Jahre	97	93	190	122	111	233
	51,5	48,9	100,0	52,4	47,6	100,0
	9,5	9,6	9,5	11,9	11,5	11,7
20 Jahre	102	97	199	103	92	195
	51,3	48,7	100,0	52,8	47,2	100,0
	10,0	10,0	10,0	10,0	9,5	9,8
21 Jahre	113	108	221	107	100	207
	51,1	48,9	100,0	51,7	48,3	100,0
	11,1	11,1	11,1	10,4	10,3	10,4
22 Jahre	113	108	221	90	93	183
	51,1	48,9	100,0	49,2	50,8	100,0
	11,1	11,1	11,1	8,8	9,6	9,2
23 Jahre	117	112	229	110	92	202
	51,1	48,9	100,0	54,5	45,5	100,0
	11,5	11,5	11,5	10,7	9,5	10,1
24 Jahre	115	110	225	137	135	272
	51,1	48,9	100,0	50,4	49,6	100,0
	11,3	11,3	11,3	13,4	13,9	13,6
Gesamt	1.021	973	1.994	1.026	969	1.995
	51,2	48,8	100,0	51,4	48,6	100,0
	100	100	100	100	100	100

6.3 Drogenkonsum und Medikamenteneinnahme

1) noch nie genommen 2) nur einmal probiert 3) schon mehrmals genommen	Alter		Frauen	Männer	Gesamt- stichprobe
	15–17	18–24			
Starke Schlafmittel	1) 97,0 2) 1,5 3) 1,5	1) 89,7 2) 6,6 3) 3,7	1) 90,8 2) 5,8 3) 3,4	1) 92,5 2) 4,7 3) 2,9	1) 91,6 2) 5,2 3) 3,1
Starke Beruhigungsmittel	1) 92,9 2) 3,9 3) 3,2	1) 88,6 2) 7,3 3) 4,1	1) 89,1 2) 7,2 3) 3,7	1) 90,4 2) 5,6 3) 4,0	1) 89,7 2) 6,4 3) 3,9
Haschisch, Marihuana	1) 80,5 2) 11,9 3) 7,6	1) 63,7 2) 18,6 3) 17,7	1) 77,4 2) 14,1 3) 8,5	1) 59,3 2) 19,4 3) 21,3	1) 68,2 2) 16,8 3) 15,0
LSD	1) 97,7 2) 2,0 3) 0,3	1) 95,2 2) 3,9 3) 0,9	1) 98,3 2) 1,3 3) 0,4	1) 93,4 2) 5,5 3) 1,1	1) 95,8 2) 3,4 3) 0,7
Kokain	1) 98,4 2) 1,3 3) 0,3	1) 93,6 2) 4,8 3) 1,6	1) 97,0 2) 1,9 3) 1,1	1) 92,8 2) 5,8 3) 1,4	1) 94,9 2) 3,9 3) 1,2
Heroin	1) 99,4 2) 0,3 3) 0,3	1) 99,5 2) 0,3 3) 0,2	1) 99,8 2) 0,1 3) 0,1	1) 99,1 2) 0,5 3) 0,4	1) 99,5 2) 0,3 3) 0,2
Crack	1) 98,5 2) 0,9 3) 0,6	1) 96,2 2) 3,1 3) 0,7	1) 98,3 2) 1,4 3) 0,3	1) 95,4 2) 3,6 3) 1,0	1) 96,8 2) 2,5 3) 0,6
Ecstasy	1) 93,7 2) 5,3 3) 1,0	1) 86,6 2) 9,2 3) 4,3	1) 92,9 2) 5,6 3) 1,5	1) 84,2 2) 10,6 3) 5,3	1) 88,5 2) 8,1 3) 3,4
Speed	1) 97,0 2) 2,4 3) 0,6	1) 89,3 2) 6,8 3) 3,8	1) 94,5 2) 3,9 3) 1,6	1) 88,3 2) 7,4 3) 4,3	1) 91,3 2) 5,7 3) 3,0
Prozentangaben (Spaltenprozente) basierend auf den gewichteten Daten					

6.4 Modifizierte Tabelle zur Handlungskompetenzerwartung im Projekt JUFA (HOLTE, 2012)

Nr.	Items	Itemgüte				Faktorenladungen		
		M	S	P	r_{it}^*	I	II	III
1	Beim Überholen auf der Autobahn rechtzeitig reagieren, wenn jemand plötzlich von der rechten Spur auf die linke abbiegt.	3,92	1,09	78	.51	.67	.33	.26
2	Nach einer nächtlichen Feier oder einem Discobesuch übermüdet nach Hause fahren.	2,56	1,53	51	.52	.27	.56	.60
3	Sportlich, schnell durch eine scharfe Kurve fahren.	2,73	1,50	55	.69	.57	.44	.72
4	Wenn gut gelaunte Freunde mitfahren.	4,19	1,03	84	.45	.37	.73	.17
5	Beim Autofahren über ein persönliches Problem nachdenken.	3,65	1,24	73	.42	.31	.74	.16
6	Auf einer dicht befahrenen Landstraße überholen.	2,26	1,51	45	.64	.52	.48	.64
7	Wenn ich unter hohem Zeitdruck schnell mein Ziel erreichen muss.	3,35	1,30	67	.68	.56	.68	.52
8	Autofahren, nachdem ich knapp einen Liter Bier oder einen halben Liter Wein getrunken habe.	1,00	1,40	20	.43	.23	.22	.68
9	Wenn ich 500 Kilometer am Stück fahre.	3,03	1,69	61	.68	.75	.43	.47
10	Wenn ich in einer fremden Großstadt ohne Navigationssystem ein bestimmtes Ziel suche (z. B. die Wohnung eines Freundes, einer Freundin).	2,95	1,58	59	.48	.69	.31	.19
11	Lange mit hoher Geschwindigkeit auf der Autobahn fahren.	3,42	1,46	68	.72	.72	.50	.55
12	Bei lauter Musik Auto fahren.	3,80	1,33	76	.52	.33	.69	.43
13	Mit anderen auf einer freien Strecke ein Wettrennen machen.	1,49	1,63	30	.60	.42	.28	.81
14	Wenn bei Dunkelheit plötzlich ein Reh eine Landstraße überquert.	2,47	1,39	49	.49	.68	.26	.27
15	Wenn ich mich darüber ärgere, weil der Fahrer vor mir die Überholspur auf der Autobahn nicht freimacht.	3,49	1,29	70	.53	.50	.59	.34
16	Wenn es darum geht, trotz geringem Abstand zum Vorfahrenden im Notfall rechtzeitig zu bremsen.	3,13	1,30	63	.55	.62	.37	.40
17	Mit Höchstgeschwindigkeit auf einer Rennstrecke fahren.	2,03	1,76	41	.62	.57	.24	.72
18	Fünf Stunden lang Auto fahren, ohne Pause zu machen.	2,59	1,75	52	.65	.69	.37	.54
Reliabilität (Cronbachs Alpha)						.83	.76	.82
Reliabilität (Cronbachs Alpha) für die Gesamtskala						.91		
<p>* Die Trennschärfekoeffizienten beziehen sich auf die Gesamtskala Anders als in HOLTE (2012) wurden zur Erstellung dieser Tabelle die umgepolten Items verwendet. Gesamtgruppe der 17- bis 37-Jährigen</p>								

7 Literatur

- ÅBERG, L. (2001): Attitudes. In: P.-E. BARJONET (Eds.): Traffic psychology today (pp. 120-135). Boston: Kluwer Academic Publishers
- AJZEN, I. (1985): From intentions to actions: a theory of planned behavior. In: KUHL, J. & BECKMANN, A. (Eds.): Action-control: from cognition to behavior (pp. 11-39). Heidelberg: Springer
- AJZEN, I. (1991): The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211
- ARMITAGE, C. J. & CONNER, M. (2001): Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499
- ARNETT, J. J. (1996): Sensations seeking, aggressiveness, and adolescent reckless behavior. *Personality and Individual Differences*, 20, 693-702
- ARONSON, E., WILSON, T. D. & AKERT, R. M. (2004): *Sozialpsychologie*. München: Pearson Studium
- ARTHUR, W. Jr., BARRETT, G. V. & ALEXANDER, R. A. (1991): Prediction of vehicle accident involvement: a meta-analysis. *Human Performance*, 4, 89-105
- BACHER, J. (2002): *Clusteranalyse*. 2. ergänzte Auflage. München, Wien: Oldenbourg-Verlag
- BACKHAUS, K., ERICHSON, B., PLINKE, W. & WEIBER, R. (2006): *Multivariate Verfahren*. Berlin: Springer
- BANDURA, A. (1977): Self-efficacy: Towards a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215
- BANDURA, A. (1986): *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- BANDURA, A. (1992): Self-efficacy mechanism in psychobiologic functioning. In: SCHWARZER, R. (Ed.): *Self-efficacy. Thought control of action*. Washington: Hemisphere Publishing Corporation
- BANDURA, A. & WALTERS, R. H. (1959): *Adolescent aggression*. New York: Ronald Press
- BARKLEY, R. A. (2007): A review of driving risks and impairments associated with attention-deficit/hyperactivity disorders and the effects of stimulant medication on driving performance. *Journal of Safety Research*, 38, 113-128
- BAUMEISTER, R. F. & LEARY, M. R. (1995): The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529
- BEGG, D. & LANGLEY, J. (2001): Changes in risky driving behavior from age 21 to 26 years. *Journal of Safety Research*, 32, 491-499
- BEIRNESS, D. J. (1993): Do we really drive as we live? The role of personality factors in road crashes. *Alcohol, Drugs and Driving*, 9 (3-4), 129-143
- BEIRNESS, D. J. & SIMPSON, H. M. (1988): Lifestyle correlates of risky driving and accident involvement among youth. *Alcohol, Drugs and Driving*, 4 (3-4), 193-204
- BERGHAUS, G. & BRENNER-HARTMANN, J. (2007): „Fahrsicherheit“ und „Fahreignung“ – Determinanten der Verkehrssicherheit. In: MADEA, B., MUßHOFF, F. & BERGHAUS, G. (Hrsg.): *Verkehrsmedizin. Fahreignung, Fahrsicherheit, Unfallrekonstruktion* (S. 123-136). Köln: Deutscher Ärzte-Verlag
- BIMPEH, Y., BROSNAN, M., SCHMIDT, E. A. & MIKLÓS, G. (2012): Alcohol, drugs and other factors affecting fitness to drive. In: CESTAC, J. & DELHOMME, P. (Eds.): *European road users' risk perception and mobility* (pp. 395-398). The SARTRE 4 survey
- BINA, M., GRAZIANO, F. & BONINO, S. (2006): Risky driving and lifestyles in adolescence. *Accident Analysis and Prevention*, 38, 472-481
- BOBROW, D. G. & NORMAN, D. A. (1975): Some principles of memory schemata. In: BOBROW, D. G. & COLLINS, A. (Eds.): *Representation and understanding: Studies in cognitive science* (pp. 131-149). New York: Academic Press
- BORTZ, J. (2006): *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*, 6. Auflage. Heidelberg: Springer Medizin Verlag
- BROWN, I. D. & GROEGER, J. A. (1988): Risk perception and decision taking during the transition between novice and experienced driver status. *Ergonomics*, 31, 585-597

- BROWN, S. L. (1998): Associations between peer drunk driving, peer attitude toward drunk driving, and personal drunk driving. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 423-436
- BROWNE, M. W. & CUDECK, R. (1993): Alternative ways of assessing model fit. In: BOLLEN, K. A. & LONG, J. S. (Eds.): *Testing Structural Equation Models* (pp. 136-162). Beverly Hills, CA: Sage
- BÜHNER, M. (2006): *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion*. München: Pearson Studium
- BUSS, A. H. & PLOMIN, R. (1975): *A temperament theory of personality development*. New York: Wiley
- BUSS, D. M. (1994): *The evolution of desire*. New York: Basic Book
- BUSS, D. M. (2005) (Ed.): *The handbook of evolutionary psychology*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- CARMINES, E. G. & McIVER, J. P. (1981): Analyzing models with unobservable variables. In: BOHRNSTEDT, G. W. & E. F. BORGOTT, E. F. (Eds.): *Social measurement: Current issues* (pp. 65-115). Beverly Hills, CA: Sage
- CAUZARD, J.-P. (Ed.) (2004): *European drivers and road risk. Part 1: Report on principal results* (pp. 83-103). SARTRE 3 reports, Paris
- CESTAC, J., PARAN, F. & DELHOMME, P. (2011): Young drivers' sensation seeking, subjective norms, and perceived behavioral control and their roles in predicting speeding intention: How risk-taking motivations evolve with gender and driving experience. *Safety Science*, 49 (3), 424-432
- CHAN, D. C. N., WU, A. M. S. & HUNG, E. P. W. (2010): Invulnerability and the intention to drink and drive: An application of the theory of planned behavior. *Accident Analysis and Prevention*, 42, 1549-1555
- CHAPMAN, P. & UNDERWOOD, G. (1998): Visual search of dynamic scenes: Event types and the role of experience in viewing driving situations. In: UNDERWOOD, G. (Ed.): *Eye guidance in reading and scene perception* (pp. 1-29). Oxford: Elsevier
- CHEN, H. Y., SENSERRICK, T., MARTINIUK, A. L. C., IVERS, R. Q., BOUFOUS, S., CHANG, H. Y. & NORTON, R. (2010): Fatal crash trends for Australian young drivers 1997-2007: Geographic and socioeconomic differentials. *Journal of Safety Research*, 41, 123-128
- CHO, H. & BOSTER, F. J. (2008): Effects of gain versus loss frame antidrug ads on adolescents. *Journal of Communication*, 58 (3), 428-446
- CIALDINI, R. B., RENO, R. R. & KALLGREN, C. A. (1990): A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58 (60), 1015-1026
- COHEN, J. (1988): *Statistical Power Analysis for the Behavioural Sciences, Second Edition*. New Jersey, Lawrence Erlbaum
- CONNER, M. & ARMITAGE, C. J. (1998): Extending the theory of planned behavior: a review and avenues for future research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1429-1464
- COOPER, M. L., WOOD, P. K., ORCUTT, H. K. & ALBINO, A. (2003): Personality and the predisposition to engage in risky or problem behaviors during adolescence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 390-410
- COSTA, P. T. jr. & McCRAE, R. R. (1992): *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FF-I). Professional Manual*. Odessa: Psychological Assessment Resources Inc
- CRONBACH, L. J. (1951): Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334
- DALY, M. & WILSON, M. (1999): Darwinism and the roots of machismo. *Scientific American*, 10, 8-14
- DEERY, H. A. (1999): Hazard and risk perception among young novice drivers. *Journal of Safety Research*, 30, 225-236
- DEERY, H., KOWADLO, N., WESTPHAL-WEDDING, T. & FILDES, B. (1998): Identifying subtypes of young novice drivers: Implications for matching training to the needs of the driver. Report No. 142, Monash University, Accident Research Center, Australia

- DEIGHTON, C. & LUTHER, R. (2007): Pre-driver education: a critical review of the literature on attitude change and development, good practice in pre-driver education and programme effectiveness. Road Safety Research Report: Department for Transport
- DEJOY, D. M. (1992): An examination of gender differences in traffic accident risk perception. *Accident Analysis and Prevention*, 24, 237-246
- ELANDER, J., WEST, R. & FRENCH, D. (1993): Behavioral correlates of individual differences in road-traffic crash risk: An examination of methods and findings. *Psychological Bulletin*, 113, 279-294
- EPSTEIN, S. (1994): Integration of the cognitive and the psychodynamic unconscious. *American Psychologist*, 49, 709-724
- EVERS, C. (2009): Auswirkungen von Belastung und Stress auf das Verkehrsverhalten von Lkw-Fahrern. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 204. Bremerhaven, Bergisch Gladbach: Wirtschafts-verlag NW
- EVERS, C. (2010): Gurte, Kindersitze, Helme und Schutzkleidung – 2009. Forschung kompakt 15/10, Bundesanstalt für Straßenwesen
- FALKMER, T. & GREGERSEN, N. (2001): Fixation patterns of learner drivers with and without cerebral palsy (cp) when driving in real traffic environments. *Transportation Research Part F*, 4, 171-185
- FAZIO, R. H. (1986): How do attitudes guide behavior? In: SORRENTINO, R. & HIGGINS, T. (Eds.): *The handbook of motivation and cognition. Foundations of social behavior* (pp. 2004-243). Chichester: Wiley
- FAZIO, R. H. (1989): On the power of functionality of attitudes: the role of attitude accessibility. In: PRATKANIS, A. R. (Ed.): *Attitude structure and function* (153-179). Hillsdale, N.J: Erlbaum
- FERGUSON, S. A., LEAF, W. ., WILLIAMS, A. F. & PREUSSER, D. F. (1996): Differences in young driver crash involvement in states with varying licensure practices. *Accident Analysis and Prevention*, 28, 171-180
- FINN, P. & BRAGG, B. W. W. (1986): Perception of the risk of an accident by young and older drivers. *Accident Analysis and Prevention*, 18, 289-298
- FISCHBECK, P. S., GENGLER, B., GERALD, D. & WEINBERG, R. S. (2006): An interactive tool to compare traffic risks. Traffic STATS. Presentation 2006, verfügbar unter www.epp.cmu.edu/csir/index.php?page=research
- FISSENI, H.-J. (1997): *Lehrbuch der psychologischen Diagnostik*. Göttingen: Hogrefe
- FULLER, R. (2005): Towards a general theory of driver behaviour. *Accident Analysis and Prevention*, 37, 461-472
- FUNK, W. & FABMANN, H. (2013): *Schwer erreichbare Zielgruppen – Handlungsansätze für eine neue Verkehrssicherheitsarbeit in Deutschland*. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 237. Bremerhaven, Bergisch Gladbach: Wirtschaftsverlag NW
- GARDNER, W. L., PICKETT, C. L. & BREWER, M. B. (2000): Social exclusion and selective memory: How the need to belong influences memory for social events. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 486-496
- GEARY, D. C. (1998): *Male, female: the evolution of human sex differences*. Washington, DC: American Psychological Association Press
- GLENDON, A. I. (2011): Neuroscience and young drivers. In: PORTER, B. E. (Ed.): *Handbook of traffic psychology* (pp. 109-125). Amsterdam: Elsevier
- GRATTENTHALER, H. & KRÜGER, H.-P. (2009): Bedeutung der Fahrerfahrung für den Kompetenzerwerb beim Fahrenlernen. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 201). Bremerhaven: Wirtschaftsverlag NW
- GREEN, K., KRCMAR, M., WALTERS, L. H., RUBIN, D. L. & HALE, J. L. (2000): Targeting adolescent risk-taking behaviors: The contribution of egocentrism and sensation-seeking. *Journal of Adolescence*, 23 (4), 439-461
- GREGERSEN, N. P. & BERG, H. Y. (1994): Lifestyle and accidents among young drivers. *Accident Analysis and Prevention*, 26 (3), 297-303

- GREGERSEN, N. P. (1996): Young drivers' overestimation of their own skill – an experiment on the relation between training strategy and skill. *Accident Analysis and Prevention*, 28 (2), 243-250
- GROEGER, J. A. & BROWN, I. D. (1989): Assessing one's own and others driving ability: Influences of sex, age, and experience. *Accident Analysis and Prevention*, 21, 155-168
- GUERIN, B. (1994): What do people think about the risks of driving? Implications for traffic safety interventions. *Journal of Applied Social Psychology*, 24, 994-1021
- HACKENFORT, M. (2008): Entwicklung und Evaluation eines zielgruppenspezifischen Präventionsprogramms zur Verringerung von Verkehrsunfällen. Dissertation, Universität Duisburg-Essen
- HARRÉ, N. (2000): Risk evaluation, driving, and adolescents: A typology. *Developmental Review*, 20, 206-226
- HARRÉ, N., FIELD, J. & KIRKWOOD, B. (1996): Gender differences and areas of common concern in the driving behaviours and attitudes of adolescents. *Journal of Safety Research*, 27, 163-173
- HARRÉ, N., FOSTER, S. & O'NEILL, M. (2005): Self-enhancement, crash-risk optimism and the impact of safety advertisements on young drivers. *British Journal of Psychology*, 96, 215-230
- HASSELBERG, M. & LaFLAMME, L. (2003): Socioeconomic background and road traffic injuries: a study of young car drivers in Sweden. *Traffic Injury Prevention*, 4, 249-254
- HASSELBERG, M. & LaFLAMME, L. (2005): The social patterning of injury repetitions among young car drivers in Sweden. *Accident Analysis and Prevention*, 37 (1), 163-168
- HASSELBERG, M., VAEZ, M. & LaFLAMME, L. (2005): Socioeconomic aspects of the circumstances and consequences of car crashes among young adults. *Social Science & Medicine*, 60 (2), 287-295
- HAWORTH, N., KOWADLO, N. & TINGVALL, C. (2000): Evaluation of pre-driver education program. Report No. 167. Monash University: Accident Research Centre, MUARC
- HEINZMANN, H.-J. & SCHADE, F.-D. (2004): Risikogruppen im Verkehrszentralregister als Basis für eine Prämiendifferenzierung in der Kfz-Haftpflicht. *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Reihe Mensch und Sicherheit, Heft M 155*, Bergisch Gladbach: Wirtschaftsverlag NW
- HEIßING, M., HOLTE, H., SCHULZE, H., BAUMANN, E. & KLIMMT, C. (2011): DRUID outcomes and risk communication to young drivers. EU-Projekt „Driving under the influence of drugs, alcohol and medicines“ (DRUID), 6th Framework programme, Deliverable 7.4.3. Online Verfügbar:
- http://www.bast.de/nn_107602/Druid/EN/deliverables-list/deliverables-list-node.html?__nnn = true (Abruf: 01.10.2013)
- HERPERTZ, S. & SAß, H. (1997): Impulsivität und Impulskontrolle. Zur psychologischen und psychopathologischen Konzeptionalisierung. *Nervenarzt*, 68, 171-183
- HERZBERG, P. Y. & SCHLAG, B. (2006): Aggression und Aggressivität im Straßenverkehr. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 37, 73-86
- HOLTE, H. (1994): Kenngrößen subjektiver Sicherheitsbewertung. *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 33*, Bremerhaven, Bergisch Gladbach: Wirtschaftsverlag NW
- HOLTE, H. (2000): Rasende Liebe. Warum wir aufs Auto so abfahren. Stuttgart: Hirzel
- HOLTE, H. (2007): Der automobile Mensch. Schlaglichter auf das Verhalten im Straßenverkehr. Köln: TÜV-Media GmbH
- HOLTE, H. (2010): Profile im Straßenverkehr verunglückter Kinder und Jugendlicher. *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 206*. Bremerhaven, Bergisch Gladbach: Wirtschaftsverlag NW
- HOLTE, H. (2012a): Einflussfaktoren auf das Fahrverhalten und Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer. *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 229*, Bremerhaven, Bergisch Gladbach: Wirtschaftsverlag NW

- HOLTE, H. (2012b): Einflussfaktoren auf das Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer. Vortrag auf dem 8. ADAC/BAST-Symposium in Baden-Baden am 5. Oktober 2012
- HOLTE, H. (2013): So wie man fährt, so lebt man. Vortrag auf dem DVR-Presseseminar „Jung und Alt am Steuer“ am 7. Juni 2013
- HOLTE, H., ASSING, K., PÖPPEL-DECKER, M. & SCHÖNEBECK, S. (2010): Alkoholverbot für Fähranfänger. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 211, Bremerhaven: Wirtschaftsverlag NW
- HOLTE, H. & PFAFFEROTT, I. (in Vorbereitung): Erfolgsfaktoren und Wirkungsmechanismen von Verkehrssicherheitskampagnen. In: KLIMMT, C. MAURER, M. HOLTE, H. & BAUMANN, E. (Hrsg.): Verkehrssicherheitskommunikation: Beiträge der empirischen Forschung zur strategischen Unfallprävention. Berlin: Springer Verlag
- HORNE, J. A. & REYNER, L. A. (1995): Driver sleepiness. *Journal of Sleep Research*, 4, 23-29
- HORSWILL, M. S., WAYLEN, A. E. & TOFIELD, M. I. (2004): Drivers' ratings of different components of their own driving skill: a greater illusion of superiority for skills that relate to accident involvement. *Journal of Applied Social Psychology*, 34, 177-195
- HOUWING, S., HAGENZIEKER, M., MATHIJSEN, R., BERNHOFT, I. M., HELS, T., JANSTRUP, K., van der LINDEN, T., LEGRAND, S.-A. & VERSTRAETE, A. (2011): Prevalence of alcohol and other psychoactive substances in drivers in general traffic. Part I: General results. EU-Projekt „Driving under the influence of drugs, alcohol and medicines“ (DRUID), 6th Framework programme, Deliverable 2.2.3
- HU, L. & BENTLER, P. M. (1999): Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modelling*, 6, 1-55
- HUGUENIN, R. D. (1988): The concept of risk and behaviour models in traffic psychology. *Ergonomics*, 31, 557-569
- HURRELMANN, K. (2010): Gesundheitssoziologie. Einführung in die sozialwissenschaftlichen Theorien von Krankheitsprävention und Gesundheitsförderung. Weinheim: Juventa
- IVERSEN, H. (2004): Risk-taking attitudes and risky driving behaviour. *Transportation Research Part F*, 7, 135-150
- IVERSEN, H. & RUNDMO, T. (2002): Personality, risk behaviour and accident involvement among Norwegian drivers. *Personality and Individual Differences*, 33, 1251-1263
- IZARD, C. E. (2007): Basic emotions, natural kinds, emotion schemas, and a new paradigm. *Perspectives on Psychological Science*, 2, 260-280
- JESSOR, R. & JESSOR, S. (1977): Problem behavior and psychosocial development: A longitudinal study of youth. New York: Academic Press
- JONAH, B. A. (1986): Accident risk and risk-taking behaviour among young drivers. *Accident Analysis and Prevention*, 15, 55-63
- JONAH, B. A. (1990): Age differences in risky driving. *Health Education Research*, 5, 139-149
- KLEBELSBERG, D. (1982): Verkehrspsychologie. Berlin: Springer
- KLIMMT, C. & MAURER, M. (2009): Evaluation der Verkehrssicherheitskampagne 2008 „Runter vom Gas!“. Unveröffentlichter Schlussbericht Universität Mainz, Institut für Publizistik
- KLIMMT, C. & MAURER, M. (2010): Prozess-evaluation der Kampagnenfortsetzung 2009 „Runter vom Gas!“. Schlussbericht zum BAST-Projekt FE 81.005/2009
- KLIMMT, C. & MAURER, M. (2012): Evaluation der bundesweiten Verkehrssicherheitskampagne „Runter vom Gas!“. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 223, Bremerhaven, Bergisch Gladbach: Wirtschaftsverlag NW
- KNIPLING, R. R. & WANG, J.-S. (1995): Revised estimates of the US drowsy driver crash problem size based on general estimates systems case reviews. Proceedings of the 39th Annual Association for the Advancement of Automotive Medicine. Chicago, Illinois
- KOHN, M. & SCHOOLER, C. (1983): Work and personality: An inquiry into the impact of social stratification. Norwood, NJ: Ablex

- Krafftahrt-Bundesamt (2010a): Verkehrsauffälligkeiten. Bestand im Verkehrszentralregister am 1. Januar 2010. Verfügbar unter: www.kba.de
- Krafftahrt-Bundesamt (2010b): Bestand im Verkehrszentralregister (VZR) Zeitreihe 1999-2000. Verfügbar unter: www.kba.de
- KRAHÉ, B. & FENSKE, I. (2002): Predicting aggressive driving behavior: The role of macho personality, age, and power of car. *Aggressive Behavior*, 28, 21-29
- KRÜGER, H.-P. (Hrsg.) (1995): Das Unfallrisiko unter Alkohol. Stuttgart: Fischer
- KUNINA, O., WILHELM, O., FORMAZIN, M., JONKMANN, K. & SCHROEDERS, U. (2007): Extended criteria and predictors in college admission: Exploring the structure of study success and investigating the validity of domain knowledge. *Psychology Science*, 49, 88-114
- LAAPOTTI, S. & KESKINEN, E. (2004): Has the difference in accident patterns between male and female drivers changed between 1984 and 2000? *Accident Analysis and Prevention*, 36, 577-584
- LANGFORD, J., METHORST, R. & HAKAMIES-BLOMQUIST, L. (2006): Older drivers do not have a high crash risk – A replication of low mileage bias. *Accident Analysis and Prevention*, 28 (3), 574-578
- LEE, J. D. (2007): Technology and teen drivers. *Journal of Safety Research*, 38, 203-213
- LENROOT, R. K. & GIEDD, J. N. (2006): Brain development in children and adolescents: insights from anatomical magnetic resonance imaging. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 30 (6), 718-729
- LEVENTHAL, H. (1984): A perceptual-motor theory of emotion. In: BERKOWITZ, L. (Ed.): *Advances in experimental social psychology* (pp. 117-182), Vol. 17. New York: Academic Press
- LIENERT, G. A. (1989): Testaufbau und Testanalyse. München: PVU
- LIVINGSTONE, S. (2008): Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10 (3), 393-411
- MAAG, C., KRÜGER, H.-P., BREUER, K., BENMIMOUN, A., NEUNZIG, D. & EHMANN, D. (2003): Aggressionen im Straßenverkehr. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, Heft M 151, Bremerhaven: Wirtschaftsverlag NW
- MACHIN, M. A. & SANKEY, K. S. (2008): Relationships between young drivers' personality characteristics, risk perceptions, and driving behaviour. *Accident Analysis and Prevention*, 40, 541-547
- MAIBACH, E. W. & MURPHY, D. A. (1995): Self-efficacy in health promotion research and practice: Conceptualization and practice. *Health Education Research and Theory Practice*, 10, 37-50
- MALES, M. A. (2009): Poverty as a determinant of young drivers' fatal crash risks. *Journal of Safety Research*, 40, 443-448
- MATHEWS, M. L. & MORAN, A. R. (1986): Age differences in male drivers' perception of accident risk: The role of perceived driving ability. *Accident Analysis and Prevention*, 18, 299-313
- MAYCOCK, G., LOCKWOOD, C. R. & LESTER, J. F. (1991): The accident liability of car drivers. TRL Research Report 315. Crowthorne: Transport Research Laboratory
- MAYERL, J. (2009): Kognitive Grundlagen sozialen Verhaltens. Framing-Einstellungen und Rationalität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- MAYHEW, D. R. & SIMPSON, H. M. (1990): New to the road. Young drivers and novice drivers: similar problems and solutions. Ottawa, ON: Traffic Injury Research Foundation
- McCARTT, A. T., MAYHEW, D. R., BRAITMAN, K. A., FERGUSON, S. A. & SIMPSON, H. M. (2009): Effects of age and experience on young driver crashes: Review of recent literature. *Traffic Injury Prevention*, 10, 209-219
- McKENNA, F. P. (1993): It won't happen to me: Unrealistic optimism or illusion of control? *British Journal of Psychology*, 23, 45-52
- McKENNA, F. P., STANIER, R. A. & LEWIS, C. (1991): Factors underlying illusory self-assessment of driving skill in males and

- females. *Accident Analysis and Prevention*, 23, 45-52
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2011): *JIM 2011: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)
- MESKEN, J. (2006): *Determinants and consequences of drivers' emotions*. Dissertation, University of Groningen
- MESKEN, J., HAGENZIEKER, M. P., ROTHENGATTER, T. & de WAARD, D. (2007): Frequency, determinants, and consequences of different drivers' emotions: An on-the-road study using self-reports, (observed) behaviour, and physiology. *Transportation Research Part F*, 10, 458-475
- MIAOU, S. & LUM, H. (1993): Modeling vehicle, accidents and highway geometric design relationships. *Accident Analysis and Prevention* 25 (6), 689-709
- MiD (2002): *Mobilität in Deutschland*. Verfügbar unter www.mobilitaet-in-deutschland.de/03_kontiv2002/index.htm
- MiD (2008): *Mobilität in Deutschland*. Verfügbar unter www.mobilitaet-in-deutschland.de/02_MiD2008/index.htm
- MOAN, I. S. & RISE, J. (2011): Predicting intentions not to "drink and drive" using an extended version of the theory of planned behaviour. *Accident Analysis and Prevention*, 43, 1378-1384
- MOE, D. (1986): *Young drivers. Relation between perceived and real ability*. Behavioral studies. (Report STF63 A92002), Trondheim, SINTEF, Samferdselsteknikk, Norway
- MOURANT, R. R. & ROCKWELL, T. H. (1972): Strategies of visual search by novice and experienced drivers. *Human Factors*, 14, 325-335
- MUTHÉN, L. K. & MUTHÉN, B. O. (2010): *Mplus user's guide*. Sixth edition. Los Angeles, CA: Muthén & Muthén
- NÄÄTÄNEN, R. & SUMMALA, H. (1974): A model of the role of motivational factors in drivers "Decision Making". *Accident Analysis and Prevention*, 6, 243-261
- NÄÄTÄNEN, R. & SUMMALA, H. (1976): *Road user behavior and traffic accidents*. Amsterdam: North-Holland
- OECD (2006): *Young drivers – the road to safety*. Transport Research Centre ECMT. Paris: OECD Publishing
- OSTENDORF, F. & ANGLEITNER, A. (2004): *NEO-PI-R. NEO-Persönlichkeitsinventar nach COSTA und McCRAE, Revidierte Fassung*. Göttingen: Hogrefe
- ÖZKAN, T. & LAJUNEN, T. (2005): Why are there sex differences in risky driving? *Aggressive Behaviour*, 31, 547-558
- ÖZKAN, T., LAJUNEN, T., PARKER, D., SÜMER, N. & SUMMALA, H. (2010): Symmetric relationship between self and others in aggressive driving across gender and countries. *Traffic Injury Prevention*, 11, 228-239
- PATTEN, C. J. D., KIRCHER, A., OSTLUND, J., NILSSON, L. & SVENSON, O. (2006): Driver experience and cognitive workload in different traffic environments. *Accident Analysis and Prevention*, 38, 887-894
- PETTY, R. E. & CACIOPPO, J. T. (1986): *Communication and persuasion*. New York: Springer
- PFAFFEROTT, I. (1974): *Psychische Einflussgrößen für die Einhaltung oder Übertretung einer Geschwindigkeitsbeschränkung*. Dissertation, Universität Köln
- PREUSSER, D. F. (2002): *BAC and fatal crash risk*. In: ICADTS 2002 Symposium Report "The Issue of Low BAC"
- REAL, K. & RIMAL, R. N. (2007): Friends Talk to Friends About Drinking: Exploring the Role of Peer Communication in the Theory of Normative Social Behavior. *Health Communication*, 22 (2), 169-180
- RHODES, N. & PIVIK, K. (2011): Age and gender differences in risky driving: The roles of positive affect and risk perception. *Accident Analysis and Prevention*, 43, 923-31

- RIMAL, R. N. & REAL, K. (2005): How Behaviors are Influenced by Perceived Norms: A Test of the Theory of Normative Social Behavior. *Communication Research*, 32 (3), 389-414
- ROBERTS, I. G. & KWAN, I. (2001): School-based driver education for the prevention of traffic crashes. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, Issue 3, Art No. CD003201. Doi:10.1002/14651858.CD003201
- ROKEACH, M. (1973): *The nature of human values*. New York: Free Press
- ROSENBERG, M. J. & HOVLAND, C. I. (1960): Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. In: C. I. HOVLAND & M. J. ROSENBERG (Eds.): *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components* (pp 1-14). New Haven, CT: Yale University Press
- ROSENBLOOM, T., BEN-ELIYAHU, A., NEMRODOV, D., BIEGEL, A. & PERLMAN, A. (2009): Committing driving violations: An observational study comparing city, town and village. *Journal of Safety Research*, 40, 215-219
- RUDINGER, G. & HOLTE, H. (1996): Subjektive Risikobewertung junger Fahrer. In: Bundesanstalt für Straßenwesen (Hrsg.): *Junge Fahrer und Fahrerinnen* (S. 90-95). *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit*, Heft M 52, Bremerhaven: Wirtschaftsverlag NW
- RUDINGER, G. & HOLTE, H. (1998): Einstellung zur Geschwindigkeit. In: K. C. KLAUER & H. WESTMEYER (Hrsg.): *Psychologische Methoden und soziale Prozesse* (S. 474-491). Köln: Pabst
- SATORRA, A. & BENTLER, P. M. (1994): Corrections to test statistics and standard errors in covariance structure analysis. In: von EYE, A. & CLOGG, C. C. (Eds.): *Latent variable analysis: Applications for developmental research* (pp. 399-419). Thousand Oaks, CA: Sage
- SCHADE, F.-D. (2001): Verkehrsauffälligkeiten mit Unfällen bei Fahranfängern. In: Reanalyse von Rohdaten der Untersuchung von HANJOSTEN & SCHADE (1997): *Legalbewährung von Fahranfängern. Berichte der BAST, Mensch und Sicherheit*, Heft M 71, unveröffentlichtes Manuskript, Flensburg: Kraffahrt-Bundesamt
- SCHADE, F.-D. & HEINZMANN, H.-J. (2011): *Summative Evaluation des Begleiteten Fahrens ab 17. Schlussbericht zum Forschungsprojekt FE 82.0316/2006 der Bundesanstalt für Straßenwesen*
- SCHLACK, R., HÖLLING, H., KURTH, B.-M. & HUSS, M. (2007): Die Prävalenz der Aufmerksamkeitsdefizit-/Hyperaktivitätsstörung (ADHS) bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Erste Ergebnisse aus dem Kinder- und Jugendgesundheitsurvey (KiGGS). *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz*, 50:827-835, DOI 10.1007/s00103-007-0246-2
- SCHMIDT, P., BAMBERG, S., DAVIDOV, E., HERRMANN, J. & SCHWARTZ, S. H. (2007): Die Messung von Werten mit dem „Portraits Value Questionnaire“. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38 (4), 261-275
- SCHULZE, H. (1996): *Lebensstil und Verkehrsverhalten junger Fahrer und Fahrerinnen. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit*, Heft M 56
- SCHULZE, H. (1998): *Nächtliche Freizeitunfälle junger Fahrerinnen und Fahrer. Bergisch Gladbach: Bundesanstalt für Straßenwesen, Heft M 91*
- SCHULZE, H. (1999): *Lebensstil, Freizeitstil und Verkehrsverhalten 18- bis 34-jähriger Verkehrsteilnehmer. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit*, M 103, Bremerhaven: Wirtschaftsverlag NW
- SCHWARTZ, S. H. (1992): Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In: ZANNA, M. (Ed.): *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25) (pp. 1-65). New York: Academic Press
- SCHWARTZ, S. H. & BOEHNKE, K. (2004): Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, 38 (3), 230-255
- SCHWARZER, R. (1992): Self-efficacy in the adoption and maintenance of health behaviors: Theoretical approaches and a new model. In: SCHWARZER, R. (Ed.): *Self-efficacy. Thought control of action* (pp. 217-43). Washington, Philadelphia, London: Hemisphere Publishing Corporation

- SHINAR, D. (1998): Aggressive driving: the contribution of the driver and the situation. *Transportation Research, Part F*, 1, 137-160
- SHINAR, D. & COMPTON, R. (2004): Aggressive driving: an observational study of driver, vehicle, and situational variables. *Accident Analysis and Prevention*, 36, 429-437
- SINDERN, E. M. & RUDINGER, G. (2011): Evaluation der Freiwilligen Fortbildungsseminare für Fahranfänger (FSF). *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 214*, Bremerhaven: Wirtschaftsverlag NW
- SLOVIC, P., FINUCANE, M. L., PETERS, E. & MacGREGOR, D. G. (2004): Risk as analysis and risk as feelings: Some thoughts about affect, reason, risk, and rationality. *Risk Analysis*, 24, 311-322
- SMITH, P. (2006): Driving aggression in forensic and non-forensic populations: Relationships to self-reported levels of aggression, anger and impulsivity. *British Journal of Psychology*, 97, 387-403
- Statistisches Bundesamt (2009): *Verkehr. Verkehrsunfälle 2008*. Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (2010a): *Verkehrsunfälle 2009. Unfälle von 18- bis 24-Jährigen im Straßenverkehr*. Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (2010b): *Verkehrsunfälle 2009. Unfälle von Frauen und Männern im Straßenverkehr*. Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (2011): *Verkehrsunfälle 2011. Unfälle von 18- bis 24-Jährigen im Straßenverkehr*. Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (2012): *Verkehrsunfälle 2011. Unfälle von 18- bis 24-Jährigen im Straßenverkehr*. Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (2013): *Verkehr. Verkehrsunfälle 2012*. Wiesbaden
- SÜMER, N., LAJUNEN, T. & ÖZKAN, T. (2005): Big Five personality traits as the distal predictors of road accident involvement. In: UNDERWOOD, G. (Ed.): *Traffic and transportation psychology. Theory and application. Proceedings of the ICTTP 2004* (pp. 215-227). Amsterdam: Elsevier
- SVENSON, O. (1981): Are we all less risky and more skilful than our fellow drivers? *Acta Psychologica*, 47, 143-148
- TRÄNKLE, U., GELAU, C. & METKER, T. (1990): Risk perception and age-specific accidents of young drivers. *Accident Analysis and Prevention*, 22, 119-125
- TRANTER, P. & WARN, J. (2008): Relationships between interest in motor racing and driver attitudes and behaviour amongst mature drivers: an Australian case study. *Accident Analysis and Prevention*, 40, 1683-1689
- TUNNICLIFF, D. J., WATSON, B. C., WHITE, K. M., HYDE, M. K., SCHONFELD, C. C. & WISHART, D. E. (2011): Understanding the factors influencing safe and unsafe motorcycle rider intentions. *Accident Analysis and Prevention*, doi:10.1016/j.aap.2011.03.012
- ULLEBERG, P. (2002): *Influencing subgroups of young drivers and their passengers. Motivational influences of personality traits on risk-taking attitudes and driving behaviour. Dissertation, Norwegian University of Science and Technology, Trondheim*
- ULLEBERG, P. & RUNDMO, T. (2002): Risk-taking attitudes among young drivers: The psychometric qualities and dimensionality of an instrument to measure young drivers' risk-taking attitudes. *Scandinavian Journal of Psychology*, 43, 227-237
- UNDERWOOD, G., CHAPMAN, P., BOWDEN, K. & CRUNDALL, D. (2002): Visual search while driving: Skill and awareness during inspection of the scene. *Transportation Research, Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 5, 87-97
- UNDERWOOD, G., CHAPMAN, P., BROCKLEHURST, N., UNDERWOOD, J. & CRUNDALL, D. (2003): Visual attention while driving: sequences of eye fixations made by experienced and novice drivers. *Ergonomics*, 46, 629-646
- VAA, T. (2001): Cognition and emotion in driver behaviour models – some critical viewpoints. *Proceedings of the 14th ICTCT Workshop* (pp. 48-59), Caserta
- VAA, T. (2007): Modelling driver behaviour on basis of emotions and feelings: *Intelligent transport*

- systems and behavioural adaptations. In: CACCIABUE, P. C. (Ed.): *Modelling driver behaviour in automotive environments* (pp. 208-232). London: Springer
- VANLAAR, W., SIMPSON, H., MAYHEW, D. & ROBERTSON, R. (2008): Aggressive driving: A survey of attitudes, opinions and behaviors. *Journal of Safety Research*, 39, 375-381
- VERNICK, J. S., LI, G., OGAITIS, S., MacKENZIE, E. J., BAKER, S. P. & GIELEN, A. C. (1999): Effects of high school driver education on motor vehicle crashes, violations, and licensure. *American Journal of Preventive Medicine*, 16, 40-60
- von BELOW, A. & HOLTE, H. (in Vorbereitung): Psychologische Aspekte des Unfallrisikos für Motorradfahrerinnen und -fahrer. Projekt der Bundesanstalt für Straßenwesen, Projektbericht
- VORDERER, P. & KLIMMT, C. (2006): Rennspiele am Computer: Implikationen für die Verkehrssicherheitsarbeit. *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit*, M 181, Bremerhaven: Wirtschaftsverlag NW
- WAGENAAR, W.A. (1990): Risk evaluation and the causes of accidents. In: BORCHERDING, K., LARICHEV, O. E. & MESSICK, D. M. (Eds.): *Contemporary issues in decision making* (pp. 245-260). Amsterdam: North-Holland
- WARNER, H. W., ÖZKAN, T. & LAJUNEN, T. (2009): Cross-cultural differences in drivers' speed choice. *Accident Analysis and Prevention*, 41, 816-819
- WAYLEN, A. & McKENNA, F. (2002): Pre-driver's attitudes towards driving. Presentation on the 67th RoSPA Road Safety Congress in Stratford-upon-Avon, 4th-6th March
- WEST, R. & HALL, J. (1997): The role of personality and attitudes in traffic accident risk. *Applied Psychology: An International Review*, 46, 253-264
- WHEATON, B., MUTHÉN, B. O., ALWIN, D. & SUMMERS, G. (1977): Assessing reliability and stability in panel models. In: HEISE, D. R. (Ed.): *Sociological Methodology* (pp. 84-136). San Francisco: Jossey-Bass
- WHITE, M. J., CUNNINGHAM, L. C. & TITCHENER, K. (2011): Young drivers' optimism bias for accident risk and driving skill: Accountability and insight experience manipulations. *Accident Analysis and Prevention*, 43, 1300-1315
- WICKENS, C. M., MANN, R. E., STODUTO, G., IALOMITEANU, A. & SMART, R. G. (2011): Age group differences in self-reported aggressive driving perpetration and victimization. *Transportation Research, Part F*, 14, 400-412
- WILDE, G. J. S. (1982): Critical issues in risk homeostasis theory. *Risk Analysis*, 2, 249-258
- WILLIAMS, A. F., FERGUSON, S. A. & WELLS, J. K. (2005): Sixteen-year-old drivers in fatal crashes, United States, 2003. *Traffic Injury Prevention*, 6, 202-206
- WILLMES-LENZ, G. (2002): Internationale Erfahrungen mit neuen Ansätzen zur Absenkung des Unfallrisikos junger Fahrer und Fahranfänger. Unveröffentlichter Auswertungsbericht der Bundesanstalt für Straßenwesen, Bergisch Gladbach
- WILSON, M. & DALY, M. (1985): Competitiveness, risk-taking, and violence: The young male syndrome. *Ethology and Sociobiology*, 6, 59-73
- WITTHÖFT, J., HOFMANN, M. & PETERMANN, F. (2011): Aggression im Straßenverkehr. *Zeitschrift für Psychiatrie und Psychotherapie*, 59, 1-13
- YAGIL, D. (1998): Gender and age-related differences in attitudes toward traffic laws and traffic violations. *Transportation Research, Part F*, 1, 123-135
- YAGIL, D. (2001): Reasoned action and irrational motives: A prediction of drivers' intention to violate traffic laws. *Journal of Applied Social Psychology*, 31, 720-740
- ZADOR, P. L., KRAWUCHUK, R. B. & VOAS, R. B. (2000): Relative risk of fatal crash involvement by BAC, age and gender. NHTSA Report No. DOT HS 809050, US Department of Transportation, Springfield, VA, USA

Schriftenreihe

Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen

Unterreihe „Mensch und Sicherheit“

2008

- M 189: Verkehrssicherheitsberatung älterer Verkehrsteilnehmer – Handbuch für Ärzte
Henning € 15,00
- M 190: Potenziale zur Verringerung des Unfallgeschehens an Haltestellen des ÖPNV/ÖPSV
Baier, Benthaus, Klemps, Schäfer, Maier, Enke, Schüller € 16,00
- M 191: ADAC/BAST-Symposium „Sicher fahren in Europa“ – Referate des Symposiums vom 13. Oktober 2006 in Baden-Baden
Dieser Bericht liegt nur in digitaler Form vor und kann kostenpflichtig unter www.nw-verlag.de heruntergeladen werden. € 24,00
- M 192: Kinderunfallatlas
Neumann-Opitz, Bartz, Leipzig € 14,50
- M 193: Alterstypisches Verkehrsrisiko
Schade, Heinzmann € 14,50
- M 194: Wirkungsanalyse und Bewertung der neuen Regelungen im Rahmen der Fahrerlaubnis auf Probe
Debus, Leutner, Brünken, Skottke, Biermann € 14,50
- M 195: Kongressbericht 2007 der Deutschen Gesellschaft für Verkehrsmedizin (DGVM e.V.) – zugleich 50-jähriges Jubiläum der Fachgesellschaft DGVM – 34. Jahrestag € 28,00
- M 196: Psychologische Rehabilitations- und Therapiemaßnahmen für verkehrsauffällige Kraftfahrer
Follmann, Heinrich, Corvo, Mühlensiep, Zimmermann, Klipp, Bornewasser, Glitsch, Dünkel € 18,50
- M 197: Aus- und Weiterbildung von Lkw- und Busfahrern zur Verbesserung der Verkehrssicherheit
Frühauf, Roth, Schygulla € 15,50
- M 198: Fahreignung neurologischer Patienten – Untersuchung am Beispiel der hepatischen Enzephalopathie
Knoche € 15,00

2009

- M 199: Maßnahmen zur Verbesserung der visuellen Orientierungsleistung bei Fahranfängern
Müsseler, Debus, Huestegge, Anders, Skottke € 13,50
- M 200: Entwicklung der Anzahl Schwerstverletzter infolge von Straßenverkehrsunfällen in Deutschland
Lefering € 13,50
- M 201: Bedeutung der Fahrpraxis für den Kompetenzerwerb beim Fahrenlernen
Grattenthaler, Krüger, Schoch € 20,00
- M 202: Computergestützte Medien und Fahrsimulatoren in Fahrausbildung, Fahrerweiterbildung und Fahrerlaubnisprüfung
Weiß, Bannert, Petzoldt, Krems € 16,00
- M 203: Testverfahren zur psychometrischen Leistungsprüfung der Fahreignung
Poschadel, Falkenstein, Pappachan, Poll, Willmes von Hinckeldey € 16,50

- M 204: Auswirkungen von Belastungen und Stress auf das Verkehrsverhalten von Lkw-Fahrern
Evers € 21,00

- M 205: Das Verkehrsquiz – Evaluationsinstrumente zur Erreichung von Standards in der Verkehrs-/Mobilitätserziehung der Sekundarstufe
Heidemann, Hufgard, Sindern, Riek, Rudinger € 16,50

2010

- M 206: Profile im Straßenverkehr verunglückter Kinder und Jugendlicher
Holte € 18,50
- M 207: ADAC/BAST-Symposium „Sicher fahren in Europa“ nur als CD erhältlich € 24,00
- M 208: Volkswirtschaftliche Kosten durch Straßenverkehrsunfälle in Deutschland
Baum, Kranz, Westerkamp € 18,00
- M 209: Unfallgeschehen auf Landstraßen – Eine Auswertung der amtlichen Straßenverkehrsunfallstatistik
Heinrich, Pöppel-Decker, Schönebeck, Ulitzsch € 17,50
- M 210: Entwicklung und Evaluation eines Screening-Tests zur Erfassung der Fahrkompetenz älterer Kraftfahrer (SCREEMO)
Engin, Kocherscheid, Feldmann, Rudinger € 20,50
- M 211: Alkoholverbot für Fahranfänger
Holte, Assing, Pöppel-Decker, Schönebeck € 14,50
- M 212: Verhaltensanweisungen bei Notsituationen in Straßentunneln
Färber, Färber € 19,00
- M 213: Begleitetes Fahren ab 17 Jahre – Prozessevaluation des bundesweiten Modellversuchs
Funk, Grüninger, Dittrich, Goßler, Hornung, Kreßner, Libal, Limberger, Riedel, Schaller, Schilling, Svetlova € 33,00

2011

- M 214: Evaluation der Freiwilligen Fortbildungsseminare für Fahranfänger (FSF) – Wirksamkeitsuntersuchung
Sindern, Rudinger € 15,50
- M 215: Praktische Fahrerlaubnisprüfung – Grundlagen und Optimierungsmöglichkeiten – Methodische Grundlagen und Möglichkeiten der Weiterentwicklung
Sturzbecher, Bönninger, Rüdell et al. € 23,50
- M 216: Verkehrserziehungsprogramme in der Lehreraus-/Fortbildung und deren Umsetzung im Schulalltag – Am Beispiel der Modulatorenkurse „EVA“, „XpertTalks“, „sicherfahren“ und „RiSk“
Neumann-Opitz, Bartz € 14,50
- M 217: Leistungen des Rettungsdienstes 2008/09 Analyse des Leistungsniveaus im Rettungsdienst für die Jahre 2008 und 2009
Schmiedel, Behrendt € 16,50
- M 218: Sicherheitswirksamkeit des Begleiteten Fahrens ab 17. Summative Evaluation
Schade, Heinzmann € 20,00
- M 218b: Summative Evaluation of Accompanied Driving from Age 17
Schade, Heinzmann
Dieser Bericht liegt nur in digitaler Form vor und kann unter <http://bast.opus.hbz-nrw.de/> heruntergeladen werden.
- M 219: Unterstützung der Fahrausbildung durch Lernsoftware
Petzoldt, Weiß, Franke, Krems, Bannert € 15,50

2012

- M 220: Mobilitätsstudie Fähranfänger – Entwicklung der Fahrleistung und Autobenutzung am Anfang der Fahrkarriere
Funk, Schneider, Zimmermann, Grüninger € 30,00
- M 221: Maßnahmen zur Erhöhung der Verkehrssicherheit von Kleintransportern
Roth € 15,00
- M 222: Neue Aufgabenformate in der Theoretischen Fahrerlaubnisprüfung
Malone, Biermann, Brünken, Buch € 15,00
- M 223: Evaluation der bundesweiten Verkehrssicherheitskampagne „Runter vom Gas!“
Klimmt, Maurer € 15,00
- M 224: Entwicklung der Verkehrssicherheit und ihrer Rahmenbedingungen bis 2015/2020
Maier, Ahrens, Aurich, Bartz, Schiller, Winkler, Wittwer € 17,00
- M 225: Ablenkung durch fahrfremde Tätigkeiten – Machbarkeitsstudie
Huemer, Vollrath € 17,50
- M 226: Rehabilitationsverlauf verkehrsauffälliger Kraftfahrer
Glietsch, Bornewasser, Dünkel € 14,00
- M 227: Entwicklung eines methodischen Rahmenkonzeptes für Verhaltensbeobachtung im fließenden Verkehr
Hautzinger, Pfeiffer, Schmidt € 16,00
- M 228: Profile von Senioren mit Autounfällen (PROSA)
Pottgießer, Kleinemas, Dohmes, Spiegel, Schädlich, Rudinger € 17,50
- M 229: Einflussfaktoren auf das Fahrverhalten und das Unfallrisiko junger Fahrerinnen und Fahrer
Holte € 25,50
- M 230: Entwicklung, Verbreitung und Anwendung von Schulwegplänen
Gerlach, Leven, Leven, Neumann, Jansen € 21,00
- M 231: Verkehrssicherheitsrelevante Leistungspotenziale, Defizite und Kompensationsmöglichkeiten älterer Kraftfahrer
Poschadel, Falkenstein, Rinkenauer, Mendzheritskiy, Fimm, Worringer, Engin, Kleinemas, Rudinger € 19,00
- M 232: Kinderunfallatlas – Regionale Verteilung von Kinderverkehrsunfällen in Deutschland
Neumann-Opitz, Bartz, Leipnitz € 18,00

2013

- M 233: 8. ADAC/BAST-Symposium 2012 – Sicher fahren in Europa
CD-ROM / kostenpflichtiger Download € 18,00
- M 234: Fähranfängervorbereitung im internationalen Vergleich
Genschow, Sturzbecher, Willmes-Lenz € 23,00
- M 235: Ein Verfahren zur Messung der Fahrsicherheit im Realverkehr entwickelt am Begleiteten Fahren
Glaser, Waschulewski, Glaser, Schmid € 15,00
- M 236: Unfallbeteiligung von Wohnmobilen 2000 bis 2010
Pöppel-Decker, Langner
Dieser Bericht liegt nur in digitaler Form vor und kann unter <http://bast.opus.hbz-nrw.de/> heruntergeladen werden.
- M 237: Schwer erreichbare Zielgruppen – Handlungsansätze für eine neue Verkehrssicherheitsarbeit in Deutschland
Funk, Faßmann € 18,00

- M 238: Verkehrserziehung in Kindergärten und Grundschulen
Funk, Hecht, Nebel, Stumpf € 24,50
- M 239: Das Fahrerlaubnisprüfungssystem und seine Entwicklungspotenziale – Innovationsbericht 2009/2010 € 16,00
- M 240: Alternative Antriebstechnologien – Marktdurchdringung und Konsequenzen – Berichtsjahr 2011 – Abschlussbericht
Küter, Holdik, Pöppel-Decker, Ulitzsch
Dieser Bericht liegt nur in digitaler Form vor und kann unter <http://bast.opus.hbz-nrw.de/> heruntergeladen werden.
- M 241: Intervention für punkteauffällige Fahrer – Konzeptgrundlagen des Fahreignungsseminars
Glietsch, Bornewasser, Sturzbecher, Bredow, Kaltenbaek, Büttner € 25,50
- M 242: Zahlungsbereitschaft für Verkehrssicherheit – Vorstudie
Bahamonde-Birke, Link, Kunert € 14,00

2014

- M 243: Optimierung der Praktischen Fahrerlaubnisprüfung
Sturzbecher, Mörl, Kaltenbaek € 25,50
- M 244: Innovative Konzepte zur Begleitung von Fähranfängern durch E-Kommunikation
Funk, Lang, Held, Hallmeier € 18,50
- M 245: Psychische Folgen von Verkehrsunfällen
Auerbach € 20,00
- M 246: Prozessevaluation der Kampagnenfortsetzung 2011-2012 „Runter vom Gas!“
Klimmt, Maurer, Baumann € 14,50
- AKTUALISIERTE NEUAUFLAGE VON:
M 115: Begutachtungsleitlinien zur Kraftfahreignung – gültig ab 1. Mai 2014
Gräcmann, Albrecht € 17,50
- M 247: Psychologische Aspekte des Unfallrisikos für Motorradfahrerinnen und -fahrer
von Below, Holte € 19,50
- M 248: Erkenntnisstand zu Verkehrssicherheitsmaßnahmen für ältere Verkehrsteilnehmer
Falkenstein, Joiko, Poschadel € 15,00
- M 249: Wirkungsvolle Risikokommunikation für junge Fahrerinnen und Fahrer
Holte, Klimmt, Baumann, Geber € 20,00

Alle Berichte sind zu beziehen im:

Carl Schünemann Verlag GmbH
Zweite Schlachtpforte 7
28195 Bremen
Tel. (0421) 3 69 03-53
Fax (0421) 3 69 03-48
www.schuenemann-verlag.de

Dort ist auch ein Kompletverzeichnis erhältlich.