

youth codes

youth codes - Wege zur Mobilitätswende aus Jugendperspektive

Programm / Ausschreibung	Mobilität der Zukunft, Mobilität der Zukunft, MdZ - 12. Ausschreibung (2018)	Status	abgeschlossen
Projektstart	02.09.2019	Projektende	30.04.2022
Zeitraum	2019 - 2022	Projektlaufzeit	32 Monate
Keywords	Jugendliche; Mobilitätswende; Aktive Mobilität; Peer Ansätze; Digitalisierung		

Projektbeschreibung

In der ich-zentrierten Lebensrealität von jungen Personen (Altersgruppe 15-24 Jahre) spielt das Thema Nachhaltigkeit, insbesondere Selbstbeschränkung und Verkehrsvermeidung in der Mobilität eine untergeordnete Rolle. Negative Folgen des MIV, wie Umwelt- und Gesundheitsbelastungen, CO2-Emissionen und Energie- und Flächenverbrauch rufen zu wenig Interesse oder gar Betroffenheit hervor. Fitness und sportliche Aktivitäten werden nur sporadisch in die Alltagsmobilität integriert, was zu Bewegungsmangel führt.

Um junge Menschen frühzeitig für die ökologischen, ökonomischen, sozialen und gesundheitlichen Folgen ihres Lebensstiles und Mobilitätsverhaltens zu sensibilisieren und sie zur Entwicklung und Etablierung von bewussten, nachhaltigen und suffizienten Mobilitätsstilen zu animieren, müssen geeignete Methoden, Maßnahmen und Aktivierungsstrategien identifiziert werden. In Anknüpfung an digitale Trends (virtual reality) und zukünftige Lebensrealitäten (wie bspw. Gig-Working, Sharing Economy) soll auch die Mobilität neu gedacht und gelebt werden.

Im Projekt youth codes werden neue Mobilitätsbewusstseinsstrategien und Peer-Learning-Ansätze bei unterschiedlichen Gruppen Jugendlicher erprobt und evaluiert. Hier wird beispielsweise die Möglichkeit untersucht, mittels Netzwerkanalyse „Influencer“ der Community auszuforschen, zu provozieren und damit zu bewegen, sich auf Diskurse und Kontroversen einzulassen. Ziel ist es, neue Trends und Ideen in Umlauf zu bringen und somit nachhaltige Verhaltensänderungen anzuregen und nachhaltige Verhaltensmuster gemeinsam gemäß ihrer Lebensrealität zu etablieren. Zur Motivierung und Aktivierung verschiedener Jugendtypen wird ein Online-Offline Peer-Konzept im Rahmen des Projektes entwickelt, erprobt und optimiert.

Folgende Knergebnisse sind geplant:

- Identifizierung geeigneter Methoden, Kommunikationsstrategien sowie Hebel, um Jugendliche aus unterschiedlichen sozialen Milieus über geeignete Social-Media-Kanäle emotional zu aktivieren, sich mit den Herausforderungen und Veränderungen im Mobilitätsbereich auseinanderzusetzen und ihr Verhalten zu reflektieren.
- Erkenntnisse zu wirkungsvollen Anreizen und Werkzeugen für verschiedene Jugendtypen mit erprobten Impulsen und

ausgelösten Reaktionen von und für Jugendliche(n) wie beispielsweise Videoclips, Bilder, Chats und Vlogs.

- Erkenntnisse, wie die Mobilitätswende (also eine Verhaltensveränderung, die sich im Modal Split niederschlägt) mit und von jungen Personen verwirklicht werden kann.
- Aktuelle quantitative Daten (samt Potenzialschätzung) zu Gruppengrößen, Mobilitäts-verhalten, persönliche Einstellungen und Interesse an neuen digitalen Services der Zielgruppe sowie Aktivierungsstufen von Peers und Influencern
- Aussagen zur Übertragbarkeit der Werkzeuge auf andere Mobilitätsbereiche wie Risikoverhalten, Verkehrssicherheit, Berufschancen etc.

Abstract

Within the egocentric reality of young people (age group 15 to 24), the issue of sustainability, especially when it comes to self-restraint and avoiding traffic in the context of mobility, plays an insignificant role. Negative consequences of motorised private transport (MPT), such as environmental and health impacts, CO2 emissions, and the use of energy and space, generate too little interest or even concern. Exercising and sportive activities are only occasionally integrated into everyday mobility which causes a lack of exercise.

In order to make young people aware at an early stage of the ecological, economic, social, and health consequences of their lifestyle and mobility behaviour, and to encourage them to develop and establish sustainable, sufficient and conscious ways of mobility, suitable methods, measures and activation strategies must be identified. In connection with digital trends (virtual reality) and future realities of lives (e.g. gig-working and sharing economy), the concept of mobility should be reconsidered and re-experienced.

The project youth codes puts new awareness strategies of mobility concepts and peer learning approaches concerning various groups of adolescents to the test and evaluates these concepts. The possibility of using network analysis to identify and provoke "influencers" in the community and thus encourage young people to engage in discourses and discuss controversies is being examined. The aim is to circulate new trends and ideas and therefore to stimulate sustainable changes in behaviour and to jointly establish sustainable behavioural patterns according to their realities. To motivate and activate different types of adolescents, an online-offline peer concept will be developed, tested and optimised within the framework of the project.

The following key results are planned:

- Identifying suitable methods, communication strategies and scenarios to emotionally enable adolescents from different social backgrounds via appropriate Social Media channels to deal with the challenges and changes in the realm of mobility and to reflect on their behaviour.
- Findings on effective incentives and tools for different types of adolescents with approved impulses and triggered reactions from and for young people such as video clips, pictures, chats, and vlogs.
- Findings on how the mobility shift (meaning a change in behaviour reflected in the modal split) can be realised with and by young people.
- Up-to-date quantitative knowledge regarding group sizes, personal attitudes, mobility patterns and interests in new digital services of young people (target group: 15-24 years)
- Statements on the transferability of the tools to other realms of mobility such as risk behaviour, road safety, career

opportunities, etc.

Projektkoordinator

- Research & Data Competence OG

Projektpartner

- AIT Austrian Institute of Technology GmbH
- Integral Markt- und Meinungsforschungs Gesellschaft m.b.H.
- FH JOANNEUM Gesellschaft mbH
- tbw research GesmbH