

Forschungsprogramm zur Verbesserung der Verkehrsverhältnisse in den Gemeinden
(FOPS 2001)

Mobilitätsmanagement-Handbuch

Ziele, Konzepte und Umsetzungsstrategien

Projekt 70.657/01:
Mobilitätsmanagement in Deutschland und im Ausland, Stand von Theorie und Praxis

Im Auftrag des
Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW)



Ingenieurgruppe für Verkehrswesen und Verfahrensentwicklung
Aachen / Berlin



Institut für Stadtbauwesen und Stadtverkehr
RWTH Aachen

Mobilitätsmanagement-Handbuch

Ziele, Konzepte und Umsetzungsstrategien

Aachen, August 2003

Die diesem Bericht zugrunde liegenden Arbeiten wurden im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung unter FE-NR. 70.657/01 durchgeführt. Die Verantwortung für den Inhalt liegt allein bei den Autoren.

Bearbeitung:



Ingenieurgruppe IVV
Oppenhoffallee 171, D-52066 Aachen,
Telefon 0241.94691.0, Fax 0241.531622
eMail office@ivv-aachen.de, Internet www.ivv-aachen.de
Dr.-Ing. Stephan Krug
Dipl.-Ing. Dirk Meinhard



Institut für Stadtbauwesen und Stadtverkehr, RWTH Aachen
Direktor: Univ.-Prof. Dr.-Ing. Klaus J. Beckmann
Mies-van-der-Rohe-Str. 1, 52074 Aachen
Telefon 0241.80.25200, Fax 0241.80.22247
eMail institut@isb.rwth-aachen.de, Internet www.isb.rwth-aachen.de
Dr.-Ing. Andreas Witte
Dipl.-Ing. Timo Finke
Dipl.-Ing. Armin Langweg

Internet-Ressource:

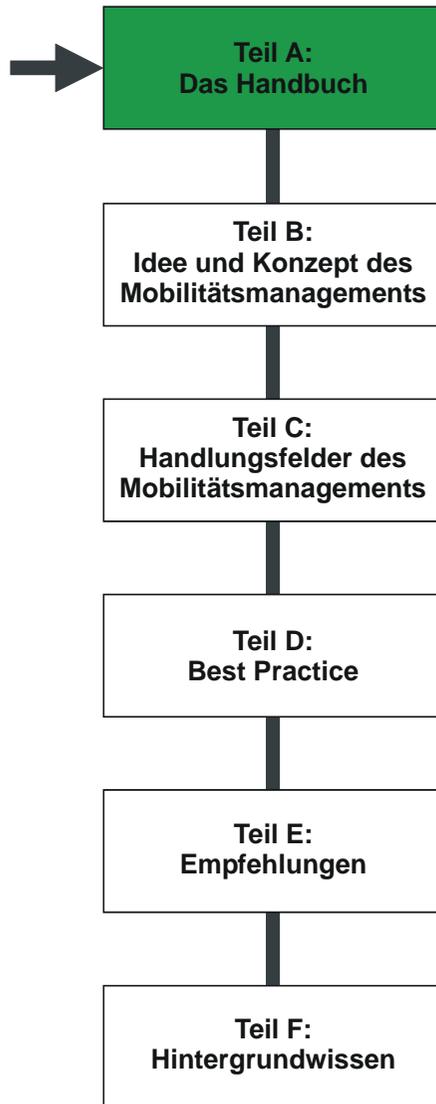
http://www.fachportal.nahverkehr.nrw.de/fahrgast_mobil/mobilman/MMHandbuch.pdf

Inhalt

Teil A:	Das Handbuch	5
A.1	Zielsetzung	6
A.2	Aufbau	8
A.3	Nutzerprofile	9
Teil B:	Idee und Konzept des Mobilitätsmanagements	13
B.1	Warum Mobilitätsmanagement?	14
B.2	Konzeptioneller Rahmen des Mobilitätsmanagements	17
B.3	Instrumente des Mobilitätsmanagements	27
B.4	Begriffe und Abkürzungen im Mobilitätsmanagement	33
Teil C:	Handlungsfelder des Mobilitätsmanagements	39
C.1	Veranlassung	40
C.2	Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination	47

C.3	Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen	50
C.4	Betriebliches MM.....	52
C.5	MM für spezielle Zielgruppen und Standorte.....	57
Teil D:	Best Practice.....	61
D.1	Vormerkung.....	62
D.2	Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination	64
D.3	Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen	78
D.4	Betriebliches MM.....	92
D.5	MM für spezielle Zielgruppen und Standorte.....	104
Teil E:	Empfehlungen	121
E.1	Einführung.....	122
E.2	Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination	125
E.3	Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen	130
E.4	Betriebliches MM.....	137
E.5	MM für spezielle Zielgruppen und Standorte.....	143

E.6	Öffentlichkeitsarbeit.....	148
Teil F:	Hintergrundwissen.....	149
F.1	Dossiers der Best-Practice-Beispiele	150
F.2	Literatur	209
F.3	Weitere Informationsquellen.....	217



Teil A: Das Handbuch

Zielsetzung

Aufbau

Nutzerprofile

A.1 Zielsetzung

Information / Beratung über die effiziente Nutzung der vorhandenen Verkehrsmittel

Mobilitätsmanagement ist ein noch relativ junger Ansatz in der Stadt- und Verkehrsplanung. Seine Strategie basiert vorwiegend auf Information und Beratung der Verkehrsteilnehmer über eine **effiziente und systemübergreifende Nutzung der vorhandenen Verkehrsmittel** (sog. „weiche Maßnahmen“), auf deren verbesserter Koordination und auf Kooperation der Akteure im Verkehrsgeschehen. Mobilitätsmanagement wird als ein wichtiger Beitrag betrachtet zur

- effizienten und langfristig wirksamen Bewältigung von Verkehrsproblemen,
- Reduzierung negativer Auswirkungen des Verkehrs,
- Sicherung bestehender Mobilitätsansprüche.

Dieses Handbuch fasst die **Ergebnisse des Forschungsprojektes "Stand des Mobilitätsmanagements in Deutschland und Europa"** zusammen, das vom Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (FE-Nr. 70.657/01) gefördert wurde. Das Projekt wurde bearbeitet durch die Arbeitsgemeinschaft

- Institut für Stadtbauwesen und Stadtverkehr der RWTH Aachen,
- Ingenieurgruppe IVV (Aachen / Berlin).

Zielgruppe: Praktiker

Dieses Handbuch richtet sich vorrangig an **Praktiker, die sich mit konkreten Fragen der Umsetzung** des Mobilitätsmanagements befassen möchten: z. B. an Mitarbeiter von

- Kommunalverwaltungen,
- Verkehrsunternehmen,
- Verbänden,
- Unternehmen/Betreibern von Standorten mit hohem Verkehrsaufkommen,
- Vereinen (z. B. verkehrs- und umweltorientierte Vereine) sowie an
- ggf. interessierte Privatpersonen (z. B. Mitwirkende der Lokalen Agenden).

Ziele des Handbuchs

Das Handbuch versucht,

- **Einblicke in Wirkungsweisen** des Mobilitätsmanagements (Was ist das?),
- **Vorgehenshinweise bei der Einführung** von Mobilitätsmanagement-Konzepten (Wie geht das?) und
- umsetzungsrelevante **Hintergrundinformationen** (Was ist zu beachten?) zu vermitteln.

A.2 Aufbau

6 in sich abgeschlossene
Teilkapitel

Dieses Handbuch besteht aus **sechs thematischen Bereichen**. Jeder Bereich widmet sich einem Teilaspekt des Mobilitätsmanagements:

- Definition und Begriffsbestimmungen (Teil B),
- Handlungsfelder (Teil C),
- themenbezogene praktische Fallbeispiele, sog. „Best Practice“ (Teil D),
- Empfehlungen (Teil E),
- weiterführende Hintergrundinformationen (Teil F).

Nutzerführung des Hand-
buchs

Der Aufbau - ausgehend von grundlegenden Informationen hin zu Detailinformationen - erlaubt eine Nutzung des Handbuches **abhängig vom individuellen Wissensstand**. Folglich können Nutzer, die bereits die Grundzüge des Mobilitätsmanagements kennen, die ersten Teile überspringen und zielgerichtet die für sie interessanten Teile ansteuern. Sie können also an beliebiger Stelle in dieses Handbuch „einsteigen“, um die in Abhängigkeit von ihrem Vorwissen gewünschten Informationen schnell nachzuschlagen. Hierzu sollten Sie allerdings zunächst Ihr "Nutzerprofil" bestimmen (vgl. Kapitel A.3).

A.3 Nutzerprofile

Nutzerprofile erlauben schnellen Zugang zur gewünschten Information

Die Unterscheidung der Nutzerprofile in Abhängigkeit vom Kenntnisstand und der Interessenslage dient dazu, dem Leser einen **möglichst direkten Zugang zu den relevanten Teilen dieses Handbuchs** zu geben.

- Nutzer A steigt neu in das Thema ein und will sich mit der Welt des Mobilitätsmanagements vertraut machen,
- Nutzer B kennt die Idee und die Grundzüge des Mobilitätsmanagements, plant konkrete Maßnahmen und benötigt praktische Umsetzungshilfen,
- Nutzer C sucht vertiefende Hilfen zu speziellen Themen des Mobilitätsmanagements (z. B. weiterführende Literatur, Kontakte).

Bild A-1 hilft Ihnen bei der Einschätzung Ihres Nutzerprofils.

Entsprechend Ihres Nutzerprofils können Sie direkt zu den für Sie entscheidenden Teilen dieses Handbuchs "springen" (Bild A-2).

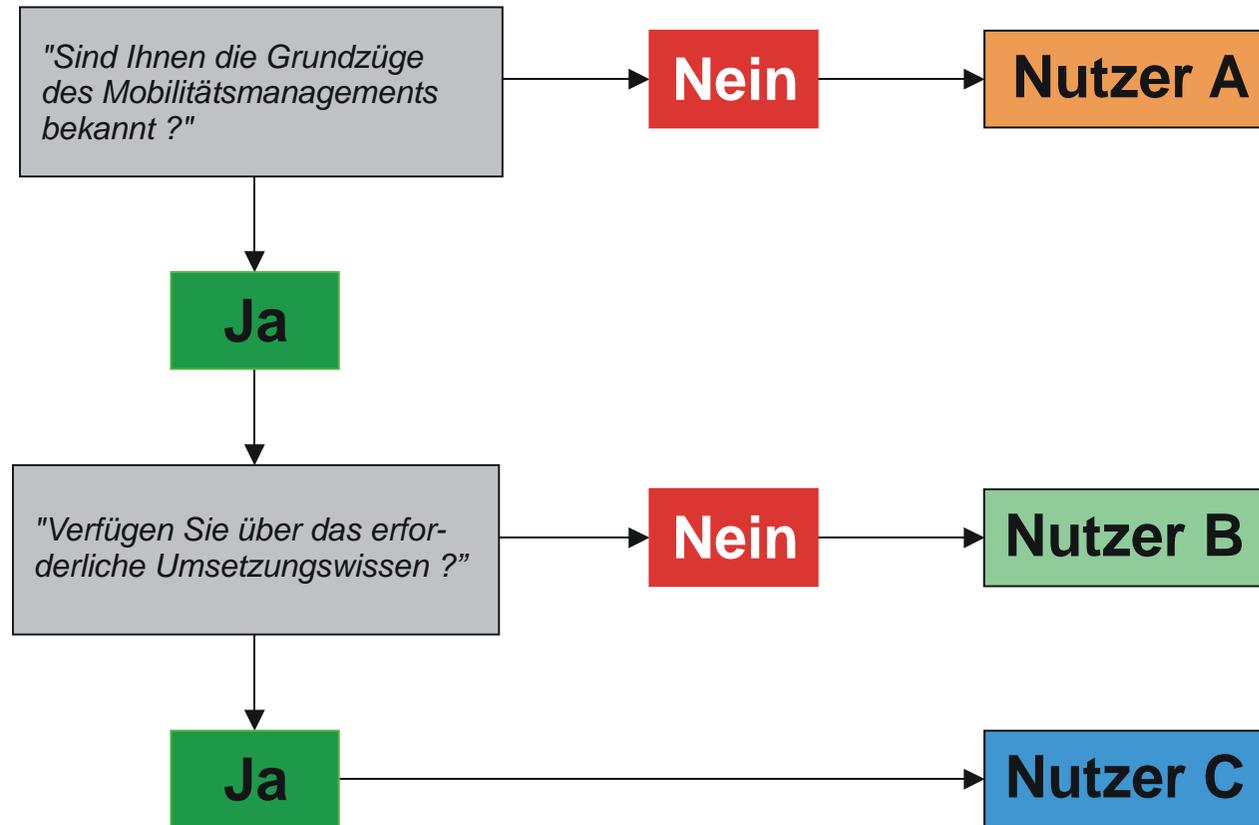


Bild A-1: Flussdiagramm zur Einschätzung des persönlichen Nutzerprofils

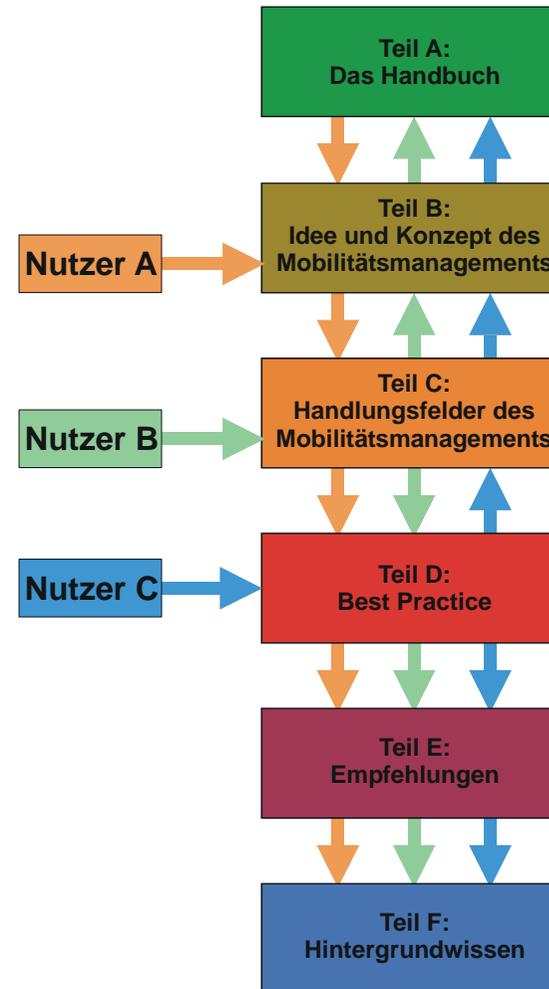


Bild A-2: Zuordnung von Startpunkten in Abhängigkeit vom Nutzerprofil



Teil B: Idee und Konzept des Mobilitätsmanagements

Warum Mobilitätsmanagement?

Konzeptioneller Rahmen des Mobilitätsmanagements

Instrumente des Mobilitätsmanagements

Begriffe und Abkürzungen im Mobilitätsmanagement

B.1 Warum Mobilitätsmanagement?

Die Ausgangslage im Verkehrswesen

Das **hohe Verkehrsaufkommen vor allem im Autoverkehr** führt zu negativen Umweltbelastungen und erkennbaren sozialen Auswirkungen. Stichworte der Debatte sind z. B. die Verlärmung durch Straßen, „Nervenkriege“ um Parkplätze in den Kernbereichen der Großstädte, volkswirtschaftliche Verluste durch „Stau-Stunden“ - weitere Beispiele lassen sich ergänzen. Auf immer mehr Hauptverkehrsachsen - und nicht nur auf den Straßen - werden in Spitzenstunden die Kapazitätsgrenzen erreicht. Auf der anderen Seite bestehen räumlich und finanziell nur sehr begrenzte Ausbaumöglichkeiten.

Die **Beeinflussung des Verkehrsgeschehens durch Managementsysteme** soll dazu beitragen, diese negativen Auswirkungen des Verkehrs zu reduzieren. Manche Ansätze konzentrieren sich darauf, die Abwicklung des Verkehrsgeschehens zu beeinflussen (z. B. durch Verkehrsleittechnik). Im Gegensatz dazu setzt Mobilitätsmanagement bereits dort an, wo Verkehr entsteht. Mobilitätsmanagement ist also ein nachfrageorientierter Ansatz, der das Verkehrsmittelwahlverhalten des Einzelnen positiv in Richtung umweltfreundlicher Verkehrsmittel zu beeinflussen versucht.

**Mobilitätsmanagement
„lebt“ von Win-win-
Situationen**

Maßnahmen zur Beeinflussung der Verkehrsnachfrage erscheinen zunächst unpopulär, vor allem, wenn das Verkehrsverhalten des einzelnen Verkehrsteilnehmers berührt wird. Die **Beeinflussung der Verkehrsnachfrage** funktioniert also nur, wenn die Managementmaßnahmen nicht mit dem Zeigefinger auf den Einzelnen zeigen und ihn nicht in seiner Entfaltung einschränken. Maßnahmen sollten also nicht vordergründig restriktiv sein. Vielmehr muss durch Managementmaßnahmen eine „Win-Win-Situation“ für alle entstehen.

Ein Beispiel für eine **Win-Win-Situation im Mobilitätsmanagement** ist die „Förderung von Fahrgemeinschaften im Berufsverkehr“, eine nahezu „klassische“ Maßnahme. In Bild B-1 ist der Nutzen vereinfachend dargestellt. Im Ergebnis gewinnt die Gesellschaft (die Umwelt, das Lebens- und Wohnumfeld) als auch der Einzelne (der Verkehrsteilnehmer, die Firma).

**Ermittlung des „Nutzens“
von MM sehr schwierig**

Auch wenn es der Verkehrsforschung bisher noch nicht gelungen ist, den **globalen Nutzen von Mobilitätsmanagement genau zu ermitteln**, so ist der Nutzen des Einzelnen offenkundig. Dann z. B., wenn der Verkehrsteilnehmer feststellt, dass die tägliche Fahrt zur Arbeit mit dem Fahrrad wesentlich billiger ist als mit dem Pkw und er/sie zugleich noch etwas für die eigene Gesundheit und gegen das Ozonloch tut!

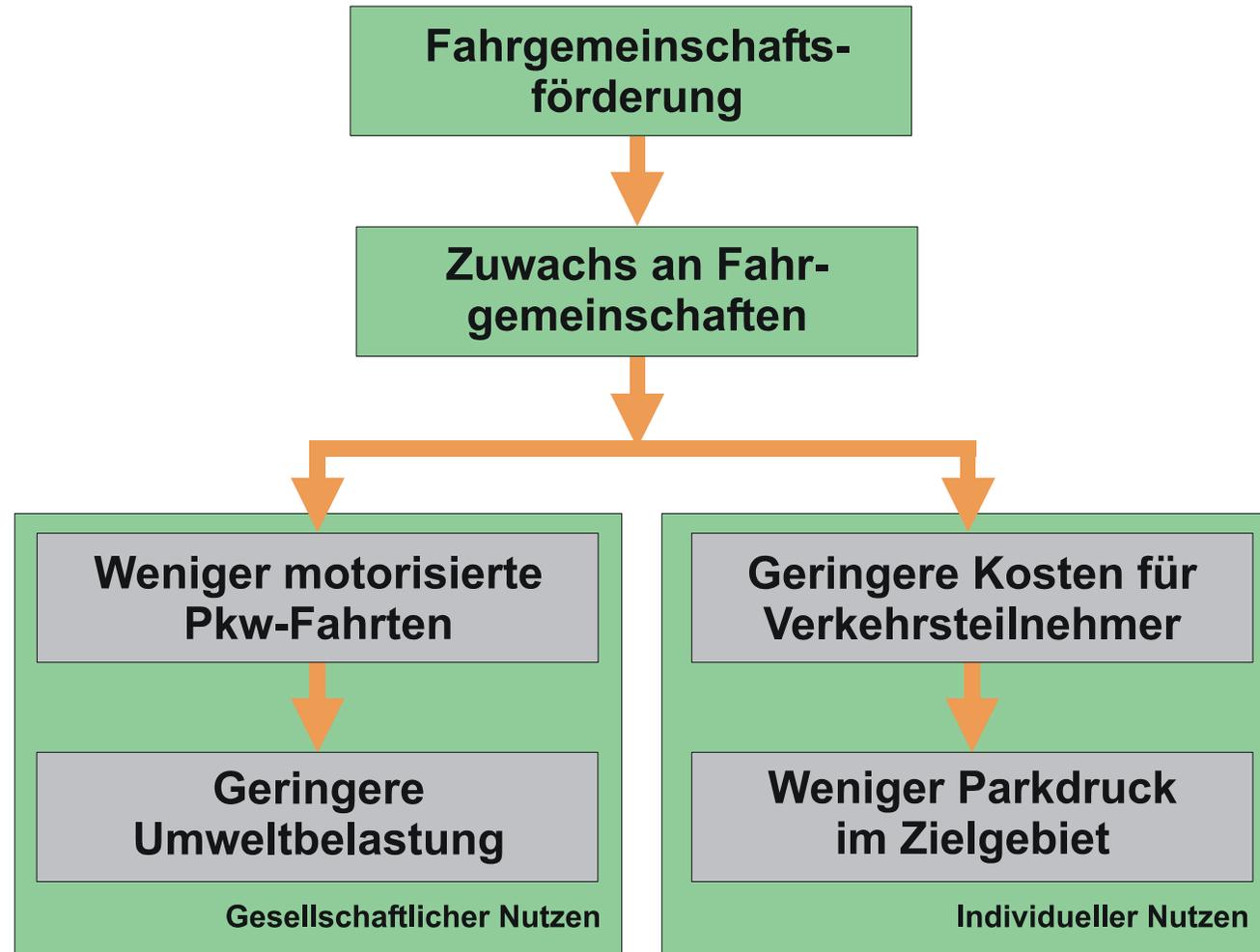


Bild B-1: Beispiel einer Win-Win-Situation im Mobilitätsmanagement

B.2 Konzeptioneller Rahmen des Mobilitätsmanagements

B.2.1 Definition

Mobilitätsmanagement will die Verkehrsnachfrage beeinflussen

Mobilitätsmanagement ist ein **nachfrage-orientierter Ansatz im Bereich des Personenverkehrs**, der neue Kooperationen initiiert und ein Maßnahmenpaket bereitstellt, um eine effiziente, umwelt- und sozialverträgliche (nachhaltige) Mobilität anzuregen und zu fördern. Die Maßnahmen basieren im Wesentlichen auf Information, Kommunikation, Organisation und Koordination. Zu ihrer Verbreitung ist ein umfassendes Marketing erforderlich.

Hauptziel ist die Reduktion des motorisierten Individualverkehrs

Ziele sind

- die Unterstützung einer vermehrten Nutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes,
- die Verbesserung des Zugangs zu den Verkehrsmitteln des Umweltverbunds für alle Personen und Gruppen,
- die Verbesserung der Effizienz des gesamten Verkehrssystems und der Flächennutzung,

MM lässt sich am besten durch seine Grundsätze und Prinzipien beschreiben

- eine Reduktion des Verkehrs(-wachstums) durch die Verringerung der Anzahl der Fahrten, der Wegedistanzen und der Notwendigkeit von Fahrten mit Verkehrsmitteln des motorisierten Individualverkehrs.

Doch was ist Mobilitätsmanagement? Mobilitätsmanagement ist zunächst einmal nichts anderes als eine Strategie, die **einige Grundsätze und Prinzipien** verfolgt (vgl. auch Bild B-2):

- **Verkehrsmittelwahlbeeinflussung**
Nicht die Bewältigung des Verkehrs, sondern auch die Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl ist Gegenstand.
- **Information, Kommunikation, Organisation, Koordination**
Diese „Software“, d.h. keine Infrastruktur im Sinne von Straßen, Schienen, Radwegen etc. sind die engeren „Werkzeuge“ von MM.
- **Subjektive und emotionale Komponenten**
Einstellungen und Positionen der Verkehrsteilnehmer sind nicht statisch. Vielmehr stellt die gezielte Beeinflussung der subjektiven Einstellung oder der emotionalen Haltung des Verkehrsteilnehmers den Ansatzpunkt für eine geänderte Verkehrsmittelwahl dar.

- **Zielgruppen-/Wegezweck-Orientierung**

Nicht das Verkehrsmittel, sondern die Zielgruppen- und Wegezweck-spezifischen Anforderungen stehen im Mittelpunkt der maßgeschneiderten Verkehrsmittelwahlunterstützung.

- **Freiwilligkeit**

Nicht „Zwangsmaßnahmen“, sondern die freiwillige Änderung des Verkehrsmittelwahlverhaltens wird verfolgt und unterstützt.

- **Intermodalität, Multimodalität**

Nicht das auf nur einen Verkehrsträger bezogene Denken und Handeln, sondern eine verkehrsträgerübergreifende Betrachtungsweise und die Unterstützung intermodaler Wegeketten (Kombination mehrerer Verkehrsmittel) bzw. multimodale Verkehrsmittelwahl (nicht auf ein Verkehrsmittel beschränkt) werden propagiert.

- **Kooperation**

Nicht Konkurrenz zwischen den Angeboten, sondern die bessere Nutzung der Angebote durch Kooperationen (z. B. Mobilpakete aus ÖPNV und Car-Sharing) werden gefördert.

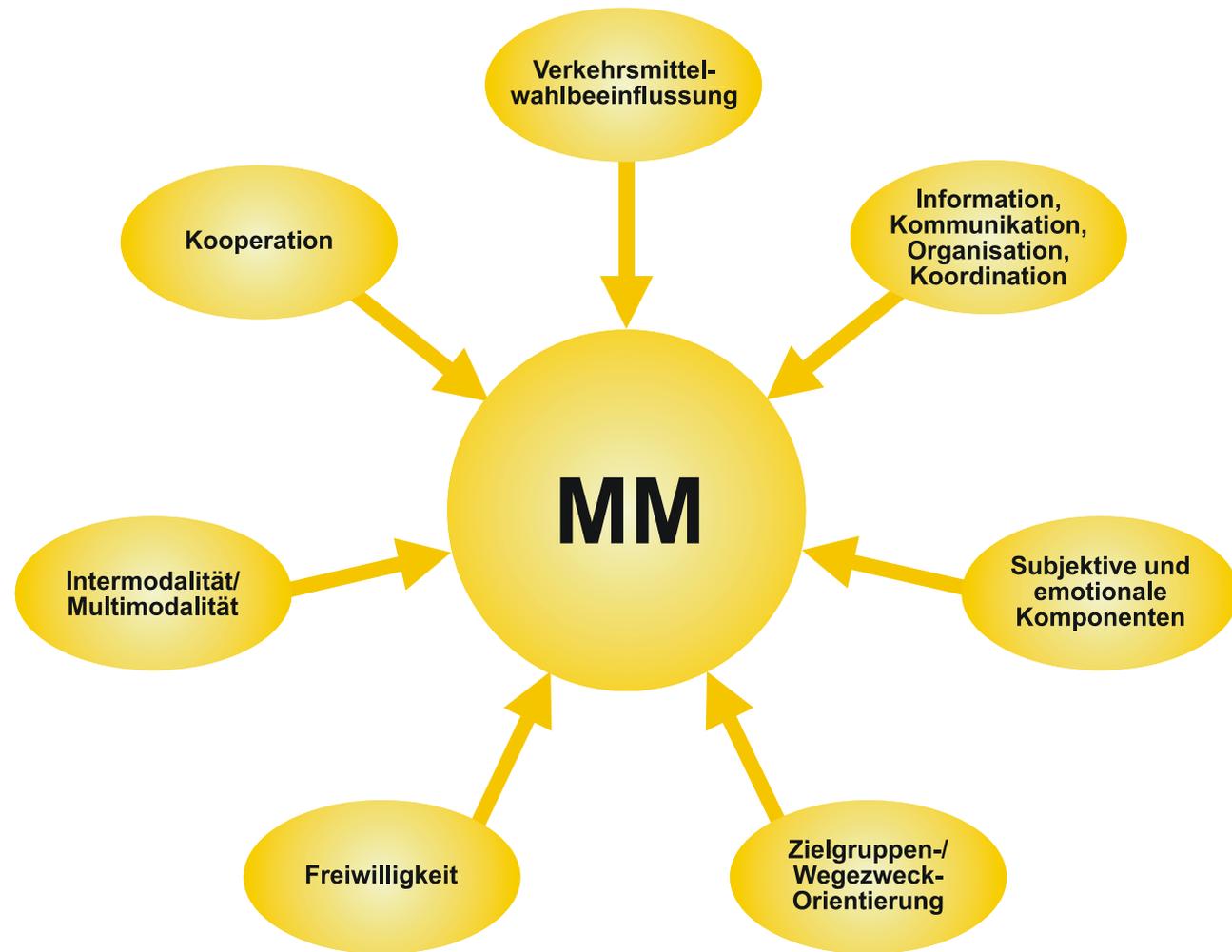


Bild B-2: Grundsätze des Mobilitätsmanagement-Ansatzes

Mobilitätsmanagement
„lebt“ durch Akteure

B.2.2 Akteure des Mobilitätsmanagements

Mobilitätsmanagement „lebt“ weniger durch Technik als vielmehr durch Akteure - also Personen, Ihren Aufgaben, ihrem persönlichen Einsatz und ihrem überzeugten Engagement für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung. Ein Kennzeichen von Mobilitätsmanagement ist, dass **alle mitmachen (müssen)**, damit MM funktioniert:

- **Öffentliche Hand**
Politik und Verwaltung als Initiatoren von Mobilitätsmanagement und als Gestalter von Verkehrspolitik und Verkehrsgeschehen
- **Verkehrsverursacher**
Verkehrsteilnehmer, d.h. eigentlich alle Bürger, inkl. ihrer Interessensvertretungen (z. B. Verbände, Gewerkschaften)
- **Verkehrserzeuger**
Firmen, Freizeiteinrichtungen, Einkaufszentren, Businessparks, Schulen, Universitäten, Krankenhäuser, Verwaltungen, ...
- **Anbieter von Verkehrsdienstleistungen**
Verkehrsunternehmen, Autovermieter, Car-Sharing-Anbieter, Fahrradstationen, Taxenverbände usw.

Im Zusammenspiel der Vielzahl der Beteiligten steckt ein erhebliches Synergiepotenzial. Es ist klar, dass eine so **große Zahl von Beteiligten** koordiniert werden muss. Insofern ist die Bildung von stabilen Partnerschaften eine zentrale Aufgabe, die im Zusammenhang mit Mobilitätsmanagement zu lösen ist.

B.2.3 Mobilitätsmanagement-Konzept

"Idealtypisches“ Organisationsmodell als Forschungsergebnis

„Mobilitätsmanagement“ ist zunächst ein relativ abstrakter Begriff, der zur Umsetzung vor Ort „mit Leben gefüllt“ werden muss. Hierzu wurden in der Vergangenheit bereits Konzepte entwickelt. Das hier dargestellte Modell der EU-Forschungsprojekte MOSAIC/MOMENTUM ist der bislang weitestgehende Konzeptansatz, der ein **idealtypisches Organisationsmodell für einen Raum** (größere Stadt/Landkreis) aufbaut. In Bild B-3 ist dieses Modell dargestellt. Es gibt weitere Vorschläge und Konzepte, die aber letztlich das gleiche Ziel verfolgen.

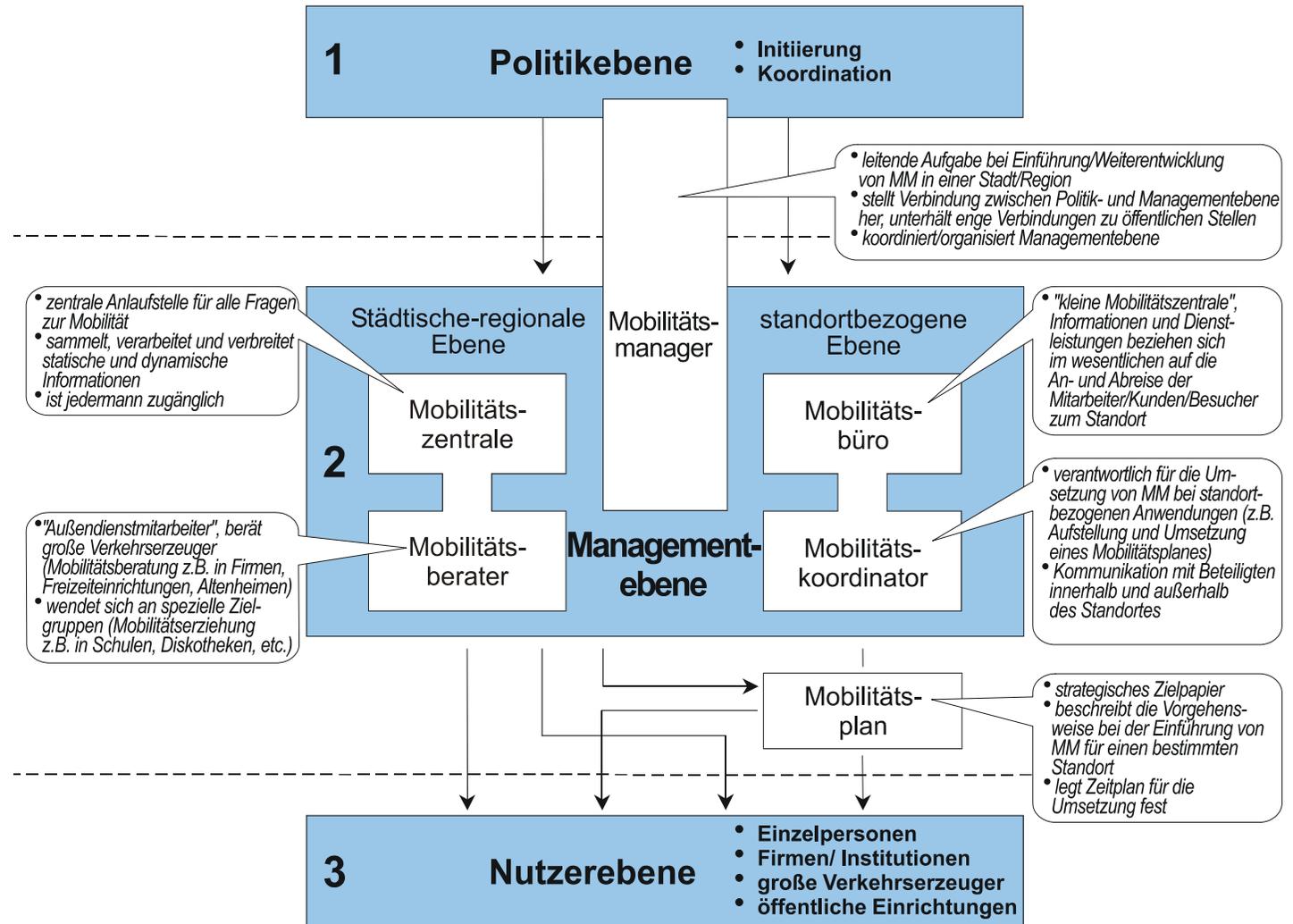


Bild B-3: Schematische Darstellung des Mobilitätsmanagement-Modells

Mobilitätsmanagement lässt sich nach diesem Ansatz in **3 Ebenen** gliedern:

Die **Politikebene** initiiert und steuert Mobilitätsmanagement

- Die **Politikebene** befasst sich mit übergeordneten Fragestellungen der Initiierung und Koordinierung des Mobilitätsmanagements in einem bestimmten Raum. Aufgrund des öffentlichen Interesses bei Einführung und Umsetzung von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements besitzen öffentliche Stellen große Bedeutung als Initiatoren (v.a. politische Gremien) und Beteiligte (v.a. Verwaltung) für das Mobilitätsmanagement. Die Verknüpfung zwischen der Politik- und der Managementebene ist durch die Rolle des Mobilitätsmanagers gewährleistet.

Die **Managementebene** koordiniert und organisiert Aktivitäten und Planungen

- Die **Managementebene** stellt die mit der Umsetzung von Aktivitäten und Maßnahmen des Mobilitätsmanagements betraute Ebene dar. Im Fokus stehen dabei zwei Aspekte: Diese Ebene tritt in direkten Kontakt mit den Nutzern des Mobilitätsmanagements und sichert damit das "Tagesgeschäft" der Mobilitätsberatung. Darüber hinaus finden auf dieser Ebene auch Koordinations- und Organisationsaktivitäten statt, z. B. wenn es um verkehrsplannerische Aufgaben und die damit verbundene Integration einer Vielzahl von Beteiligten in einem Projekt geht.

**Auf der Nutzerebene wird
Verkehrsverhalten realisiert**

- Auf der **Nutzerebene** entsteht der Kontakt zwischen den Aktivitäten des Mobilitätsmanagements und den Nutzern. Nutzer sind z. B. einzelne Verkehrsteilnehmer, Firmen, Institutionen, Einkaufszentren oder Freizeitzentren. Folglich sind auf dieser Ebene alle Dienstleistungen angeordnet, die mit dem Mobilitätsmanagement verbunden sind. Die Dienstleistungen lassen sich in folgende Bereiche zusammenfassen:
 - Information und Beratung
 - Koordination und Organisation
 - Reservierung und Verkauf
 - Consulting (strategische Beratung)
 - Ausbildung und Schulung
 - Neue Produkte und Dienstleistungen bzw. Angebote

**Städtisch-regionale Ebene
und standortbezogene Ebene**

Innerhalb der Managementebene wird aufgrund des **unterschiedlichen Raumbezugs und der unterschiedlichen Zielgruppen** eine weitere Unterscheidung getroffen:

- **Städtisch/regionale Ebene**

Der Bezugsraum ist z. B. eine größere Stadt oder ein ganzer Landkreis,

- **Standortbezogene Ebene**

Hier geht es um einzelne Standorte wie z. B. Firmen- oder Verwaltungsstandorte, Einkaufszentren, Schulen, einzelne Wohnquartiere und die mit dem Standort verbundenen speziellen Problemstellungen und Lösungsansätze.

Dem **Mobilitätsmanager** kommt die Funktion eines Bindeglieds zwischen der städtisch/regionalen und standortbezogenen Ebene zu.

B.3 Instrumente des Mobilitätsmanagements

B.3.1 Überblick

Das Mobilitätsmanagement-Modell benennt bestimmte **Instrumente**, die Mobilitätsmanagement betreiben (vgl. Bild B-3). Sie erfüllen bestimmte Funktionen und machen Mobilitätsmanagement als „abstraktes Modell“ praktisch umsetzbar.

B.3.2 Mobilitätsmanager

Der Mobilitätsmanager ist der Promotor des Mobilitätsmanagements

Der Mobilitätsmanager besitzt die **maßgebliche Rolle in einer Stadt/Region** bei der Einführung und Weiterentwicklung von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements. Er besitzt die Koordinationsfunktion zwischen den unterschiedlichen beteiligten Akteuren des Mobilitätsmanagements und ist für die Außendarstellung der entwickelten Maßnahmen zuständig. Ihm kommt eine hohe Bedeutung als Promotor des Mobilitätsmanagements zu.

Die Position eines Mobilitätsmanagers kann bei lokalen oder regionalen Verwaltungen angesiedelt sein. Die Rollenzuweisung ist dabei **nicht unbedingt personengebunden**. Aufgrund des umfassenden Aufgabenspektrums des Mobili-

tätsmanagers bietet sich der stufenweise Aufbau einer solchen Position an, deren Aufgabenbereiche sukzessive ergänzt werden.

B.3.3 Mobilitätszentrale

Die Mobilitätszentrale ist die zentrale Anlaufstelle für Jedermann

Die Mobilitätszentrale ist Anlaufstelle für Jedermann und hält Informationen und Mobilitätsdienstleistungen vor. Sie liegt als **kundenorientierte Einrichtung** idealerweise im Stadtzentrum, z. B. in einer Fußgängerzone oder am Bahnhof, um eine möglichst gute Erreichbarkeit zu gewährleisten.

Die Mobilitätszentrale soll beraten und dazu beitragen, Informationsdefizite abzubauen sowie Zugangsbarrieren zu Verkehrsmitteln des Umweltverbundes zu verringern. Daher hält die Mobilitätszentrale **Informationen und Dienstleistungen für alle vorhandenen Verkehrsmittel** bereit und versucht, diese in optimaler Weise miteinander zu verknüpfen. Neben Informationen über die eigene Stadt/Region hinaus sollten auch Informationen über andere Regionen angeboten werden (z. B. bundesweite Fahrplanauskünfte).

Die Bündelung von Informationen und Kompetenzen in einer **personalbedienten Mobilitätszentrale** ist nach wie vor notwendig, da

- bestimmte Informationen nicht oder kaum durch Selbstbedienung (z. B. über ÖPNV-Fahrplanauskunftssysteme im Internet) beschafft werden können,
- zahlreiche Verkehrsteilnehmer nicht über elektronische Kommunikationsmedien (Stichwort: Internet, Mobiltelefon) verfügen.

Dennoch spielt die „Selbstbedienung“ der Bürger im Internet eine immer größere Rolle, was „**virtuelle Internet-Mobilitätszentralen**“ logisch erscheinen lässt.

B.3.4 Mobilitätsberater

Der Mobilitätsberater ist der „Außendienstmitarbeiter“ der Mobilitätszentrale

Der Mobilitätsberater ist für die **Vermarktung von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements** zuständig. Er spricht sowohl private Haushalte als auch Firmen oder Schulen an und berät bzw. informiert diese vor Ort.

Hauptaufgaben des Mobilitätsberaters sind die **Beratung sowie Weiterbildung**, z. B. die Durchführung von Informationsveranstaltungen in Unternehmen, themenbezogenen Seminaren an Schulen oder anderen Bildungseinrichtungen. Aufgrund des Tätigkeitsspektrums kann der Mobilitätsberater Mitarbeiter einer Mobilitätszentrale sein. Er kann zusätzliche Dienstleistungen und ein verstärktes Außenmarketing für die Mobilitätszentrale übernehmen.

B.3.5 Mobilitätsbüro

Das Mobilitätsbüro ist die „kleine Mobilitätszentrale“ bezogen auf einen Standort

Das Mobilitätsbüro stellt die **zentrale Anlaufstelle für Fragen des Mobilitätsmanagements bei standortbezogenen Anwendungen** dar. Es unterscheidet sich von der Mobilitätszentrale insofern, als in der Regel nur bestimmte, an den Standort gebundene Zielgruppen angesprochen werden sollen (z. B. Mitarbeiter eines Unternehmens, Zulieferer oder Besucher). Die Bereitstellung von Informationen und Dienstleistungen bezieht sich im Wesentlichen auf die An- und Abreise zu dem jeweiligen Standort, aber auch auf andere verkehrliche Fragen der Erschließung des Standortes.

Die **Ausstattung des Mobilitätsbüros** vor Ort muss je nach Zweck und Aufgabe erfolgen, d.h. in einer großen Freizeiteinrichtung mit hohem und häufig wechselndem Publikumsverkehr sind die an das Mobilitätsbüro gestellten Aufgaben natürlich andere als in einem Industrieunternehmen mit einem festen Mitarbeiterkreis. Die Hauptaufgabe ist die Bereitstellung aktueller Informationen sowie die Bündelung von Aktivitäten des Mobilitätsmanagements vor Ort (z. B. zur Umsetzung eines Mobilitätsplanes).

Der Mobilitätskoordinator setzt die standortbezogenen MM-Maßnahmen um

B.3.6 Mobilitätskoordinator

Der Mobilitätskoordinator ist mit der Umsetzung von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements bei standortbezogenen Anwendungen befasst. Hierzu zählen die Aufstellung und Umsetzung eines Mobilitätsplanes oder Aufbau und Betrieb eines Mobilitätsbüros. Daraus geht hervor, dass der **Kommunikation mit Beteiligten innerhalb und außerhalb des Standortes** (z. B. Großunternehmen) große Bedeutung zukommt. So können zur Umsetzung von Maßnahmen beispielsweise Gespräche und Abstimmungen mit Unternehmensleitung, Betriebsrat, Gewerkschaften, aber auch Verkehrsunternehmen oder öffentlicher Verwaltungen erforderlich sein.

Der Mobilitätsplan legt die Ziele und MM-Maßnahmen für einen Standort fest

B.3.7 Mobilitätsplan

Der Mobilitätsplan beschreibt die Vorgehensweise bei der Einführung von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements für einen bestimmten Standort mit hohem Verkehrsaufkommen (z. B. Großunternehmen). Als richtungsweisendes Instrument zeigt der Mobilitätsplan die **Verantwortlichkeiten und den Zeitplan für die Umsetzung** der Managementmaßnahmen auf. Der Mobilitätsplan wird für

eine bestimmte Laufzeit aufgestellt und nach Ablauf fortgeschrieben, um veränderten Situationen und Entwicklungen gerecht zu werden.

Da die erfolgreiche Umsetzung eines Mobilitätsplanes von der Unterstützung und der Akzeptanz aller Beteiligten (z. B. Unternehmensleitung, Mitarbeiter) abhängt, sollte der Plan auf einem **breiten Konsens** aufbauen. Um einen Mobilitätsplan nach Ablauf des Wirkungszeitraumes bewerten zu können, sollte dieser an konkreten Zielen gemessen werden. Ein Beispiel hierfür wäre das Ziel, bis zu einem bestimmten Zeitpunkt den Anteil der Pkw-Fahrten zu einem Unternehmensstandort um einen bestimmten Prozentsatz zu verringern.

B.4 Begriffe und Abkürzungen im Mobilitätsmanagement

Begrifflichkeiten oftmals mit unterschiedlichen Inhalten belegt

In der Diskussion um Mobilitätsmanagement werden manchmal **Begriffe mit unterschiedlichen Bedeutungen** verwendet. Um Missverständnisse zu vermeiden, sind im Folgenden einige der häufig im Mobilitätsmanagement verwendete Begriffe erläutert und häufig verwendete Abkürzungen erläutert, die auch in dieser Bedeutung im Folgenden verwendet werden:

Akteure Personen und Institutionen, die in Mobilitätsmanagement nahen Bereichen aktiv sind, Mobilitätsmanagement initiieren bzw. an der Ausgestaltung mitwirken (z. B. Ministerien, Kommunen, Initiativen, Verkehrsunternehmen, Unternehmen als große Verkehrserzeuger, Betreiber großer Freizeit und Einzelhandelsstandorte)

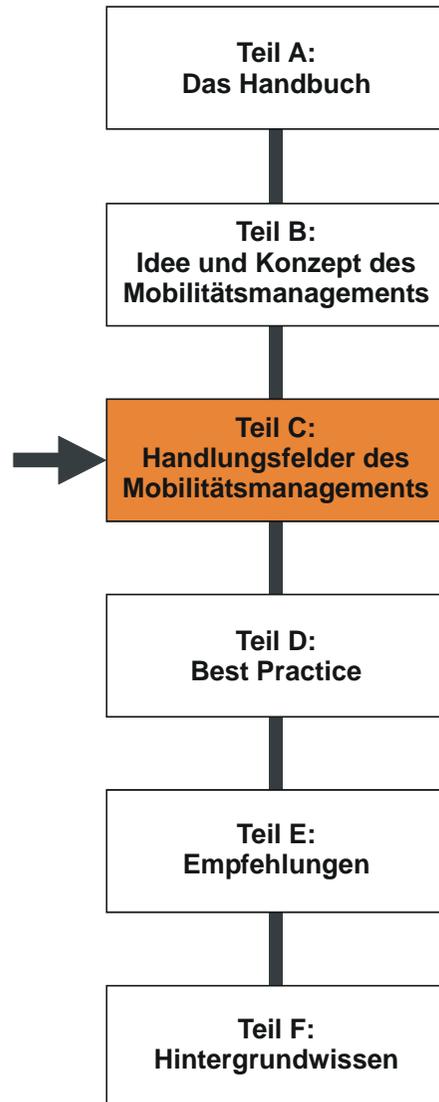
B.A.U.M. Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V; Verein, der seine Mitglieder (vorwiegend Unternehmen) in Fragen des unternehmerischen Umweltschutzes unterstützt

- BMVBW Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen
- Bottom-up Verbreitung eines Lösungsansatzes durch Implementierung vor Ort und Nachahmung in weiteren Räumen, Gegenteil von Top-down
- Dienstleistungen Maßnahmen des Mobilitätsmanagements mit Dienstleistungscharakter, z. B. Information, Vertrieb, Organisation; auf EU-Ebene als „Services“ bezeichnet.
- DG TREN Directorate-General for Energy and Transport, Generaldirektion für Energie und Transport der Europäischen Kommission; „EU-Verkehrsministerium“
- ECOMM European Conference on Mobility Management; Europäische Konferenz für Mobilitätsmanagement, findet jährlich an verschiedenen Orten in Europa statt
- EMAS Environmental Management and Audit Scheme; EG-Öko-Audit-Verordnung Nr. 761/2001

- EPOMM European Platform on Mobility Management; Europäische Konferenz für Mobilitätsmanagement, von der EU initiierte europaweite Plattform von nationalen und regionalen Akteuren im Mobilitätsmanagement
- FGSV Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e.V., technisch-wissenschaftlicher Verein, dessen Hauptziel die Weiterentwicklung der technischen Erkenntnisse im gesamten Straßen- und Verkehrswesen ist
- Handlungsfeld thematisch abgegrenztes Themengebiet innerhalb des Mobilitätsmanagements (z. B. städtisches Mobilitätsmanagement, betriebliches Mobilitätsmanagement, Mobilitätsberatung, schulisches Mobilitätsmanagement usw.)
- Instrument die im engen Sinne des Mobilitätsmanagements eingesetzten Organisationsformen Mobilitätsmanager, Mobilitätsberater, Mobilitätszentrale, Mobilitätsplan, Mobilitätsbüro, Mobilitätskoordinator

- Maßnahme verkehrlich-organisatorische Aktivität, die zu einer effizienteren Nutzung des Verkehrssystem beiträgt; Beispiel: Parkraumbewirtschaftung von Firmenparkplätzen
- MIV Motorisierter Individualverkehr; im Wesentlichen der private Autoverkehr
- MM Mobilitätsmanagement
- MZ Mobilitätszentrale
- MzM Förderkreis für Mobilitätszentralen und Mobilitätsmanagement e.V.; privater Verein mit dem Ziel, der Diskussion um Mobilitätszentralen neue Impulse zu verleihen und den Know-How-Transfer der Mitglieder zu unterstützen
- Pull-Maßnahme Angebots- und Attraktivitätssteigerungen im Umweltverbund (Nutzer werden zum Umweltverbund „gezogen“), Gegenteil von Push-Maßnahme

- Push-Maßnahme ... Angebots- und Attraktivitätsbeschränkungen im MIV („Restriktion“), (Nutzer werden zum Umweltverbund „gedrückt“), Gegenteil von Pull-Maßnahme
- TDM Travel-Demand-Management; amerikanische Form des Mobilitätsmanagements, in den 80er Jahren in den USA begründet
- Top-Down Verbreitung eines Lösungsansatzes durch Anreizsysteme oder gesetzliche Verordnung, Gegenteil von Bottom-up
- Träger Institution oder Körperschaft mit rechtlicher und/oder finanzieller Beteiligung an Mobilitätsmanagement-Instrumenten
- Umweltverbund Verkehrsmittel des öffentlichen Verkehrs, Fahrrad- und Fußgängerverkehrs
- VDV Verband deutscher Verkehrsunternehmen; Zusammenschluss der vorwiegend kommunalen Verkehrsunternehmen in Deutschland



Teil C: Handlungsfelder des Mobilitätsmanagements

Veranlassung

Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination

Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

Betriebliches MM

MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

C.1 Veranlassung

Unterschiedliche Interessenslagen der Akteure führen zu vielfältigen Ansätzen

Das in Teil B vorgestellte „idealtypische“ Konzept aus einer Vielzahl von Instrumenten, die untereinander kommunizieren und miteinander verwoben sind, ist in der Praxis kaum anzutreffen. Die Entwicklung des Mobilitätsmanagements in Deutschland geht vielmehr auf das Handeln einzelner Akteure zurück, die aus **unterschiedlichen Interessenlagen** heraus vor Ort agieren. Zwei Beispiele:

- Einem Verkehrsunternehmen liegt die Mobilitätsberatung (z. B. Mobilitätszentrale, die das sowieso erforderliche persönliche Auskunftsgeschäft des Unternehmens integriert und verbessert) als Teilaspekt des Mobilitätsmanagements erheblich näher als die Auseinandersetzung mit neuen Ideen des Parkraummanagements bei Entwicklung von Wohn- und Geschäftsgebäuden (z. B. Stellplatzbörse).
- Eine Firma wird sich weniger für eine stadtweit operierende Mobilitätszentrale interessieren als vielmehr für Konzepte und Strategien, die den allmorgendlichen Ansturm auf die Firmenparkplätze abbauen.

Vielzahl von Anknüpfungspunkten für MM

Es besteht also eine Vielzahl von Anknüpfungspunkten und **Gründen, aus denen heraus Akteure im Mobilitätsmanagement aktiv werden**. Anknüpfungspunkte sind ein wichtiger Faktor für die weitere Verbreitung von Mobilitätsmanagement, da sie Bereiche aufzeigen, in denen Mobilitätsmanagement Hilfe leistet und Vorteile verspricht. Denn ohne Vorteil wird so schnell keiner aktiv.

Beispiele für den Einstieg in Mobilitätsmanagement

Die **Veranlassung für den Einstieg ins Mobilitätsmanagement** ist also abhängig vom Blickwinkel und Standort des Betrachters, d.h. des Akteurs. Motivationen oder Anknüpfungspunkte können sein:

- **Neuordnung der Informationslandschaft!** Obwohl seit der Regionalisierung im öffentlichen Nahverkehr Mitte der 90er Jahre viel zur Verbesserung der Informationsqualität geschehen ist, befindet sich die ÖPNV-Fahrgastinformation in manchen Räumen immer noch in einem vernachlässigten Zustand. Mobilitätsmanagement mit seinem Instrument "Mobilitätszentrale" bietet den Handlungsrahmen für den vielerorts notwendigen Quantensprung in der ÖPNV-Fahrgastinformation.

- **Strategische Positionierung als Dienstleister für ÖPNV-Management!**
Der ÖPNV-Markt steht durch europarechtliche Entwicklungen vor großen Umwälzungen. Der zukünftige Bestand vieler kommunaler Verkehrsunternehmen ist durch den bevorstehenden Ausschreibungswettbewerb nicht gesichert. Derzeit stehen die Unternehmensführungen und die öffentliche Hand als Eigner vor der Herausforderung, ihre Unternehmen durch neue Organisationsmodelle strategisch auf die bevorstehende Marktsituation vorzubereiten. Mancherorts gehen Überlegungen bis hin zum Verkauf des kommunalen Unternehmens. An einem Unternehmen jedoch, das unverzichtbare Informationsaufgaben innehat (z. B. eine Mobilitätszentrale betreibt, ein hochwertiges Vertriebssystem aufgebaut hat oder sich in anderen Bereichen des städtischen Verkehrswesens wie Car-Sharing, Parkhausmanagement bewegt), kommt so schnell kein neues Organisationsmodell vorbei. Folglich steckt für kommunale Unternehmen im Mobilitätsmanagement die Chance, übergeordnete Planungs- und Managementkompetenzen abseits vom Ausschreibungswettbewerb um den Fahrbetrieb im angestammten Verkehrsraum einzubringen und hierdurch zu „überleben“.

- **Tourismusförderung!** Touristen wollen vor Ort mobil sein und ihre Urlaubsregion „erfahren“! Autonutzern - sei es mit eigenem Fahrzeug oder Mietwagen - fällt das normalerweise nicht besonders schwer. Da aber Tourismusorte und -regionen in der Regel sehr sensible Bereiche sind, wird die Förderung der Anreise per Bahn oder Reisebus und die Fortbewegung am Urlaubsort ohne Auto immer wichtiger für die Standortsicherung. In diesem Zusammenhang kann Mobilitätsmanagement eine bedeutende Rolle spielen, da eine kompetente ÖPNV-Beauskunftung durch (mehrsprachige) Auskunftsstellen, auf die Zielgruppe zugeschnittene Informationsangebote (die man bereits im Vorfeld der Reise zu Hause betrachten kann), pauschalierte Tarifangebote oder ergänzende Dienstleistung wie Radverleih die Verkehrsmittelwahlentscheidung zu Gunsten des ÖPNV beeinflussen können.
- **Fehlende Flächen!** Fehlende Erweiterungsflächen an einem Standort oder gesetzliche bzw. verkehrsrechtliche Auflagen, die ein Standortbetreiber zu erfüllen hat, können ein Anlass sein, über die Art der Bewältigung der standortbezogenen Verkehre durch Mitarbeiter, Besucher usw. nachzudenken. Hierzu stellt Mobilitätsmanagement verschiedene Maßnahmen zur Verfügung.

- **Hohes Verkehrsaufkommen an Schulen!** Nicht selten spielt sich vor Schulgebäuden die „Spirale des Verkehrswachstums“ ab: Kinder werden zunehmend mit dem Auto von ihren Eltern zur Schule gebracht, es entsteht ein „wildes Parken und Halten“ vor dem Schulgebäude, dies macht den Schulweg mit dem Fahrrad und zu Fuß gefährlicher, worauf noch mehr Eltern aus Sicherheitsmotiven dazu übergehen, ihre Kinder zur Schule zu bringen. Dieser Knoten kann durchschlagen werden, wenn Lehrer, Kinder und Eltern sich des Problems bewusst werden und gemeinsam Strategien entwickeln.
- **Verbesserung der Erreichbarkeit eines Standorts!** Im Zeichen der Pkw-Orientierung unserer Gesellschaft haben die Betreiber von Standorten im Bereich Handel oder Freizeit in der Vergangenheit vielfach die Standorterschließung durch ÖPNV, Rad- oder Fußgängerverkehr aus ihrem Blickwinkel verloren. Mittlerweile erkennen aber immer mehr Unternehmen, dass eine gute Erschließung des Standortes durch alle Verkehrsarten wichtig ist, um vorhandene Kunden zu binden und neue Kunden anzusprechen. Die Standorterschließung außerhalb des MIV ist nicht nur wirtschaftlich wichtig, sondern auch öffentlichkeitswirksam. Gleiches gilt sinngemäß für Wohnungsbaugesellschaften, die mit MM ihren Standort attraktiver gestalten können.

4 Handlungsfelder des MM

Die beispielhaft dargestellten Anknüpfungspunkte für Mobilitätsmanagement scheinen zunächst recht unsortiert als partikuläre Interessen einzelner Akteure nebeneinander zu stehen. Genauer betrachtet lassen sie sich aber zu **insgesamt 4 Handlungsfeldern zusammenfassen:**

- Kommunales MM mit dem Schwerpunkt Organisation und Koordination
- Kommunales MM mit dem Schwerpunkt Mobilitätsberatung
- Betriebliches Mobilitätsmanagement
- Mobilitätsmanagement für spezielle Zielgruppen, Fahrtzwecke und Standorte

Bild C-1 gibt einen **Überblick über die Inhalte der Handlungsfelder.**

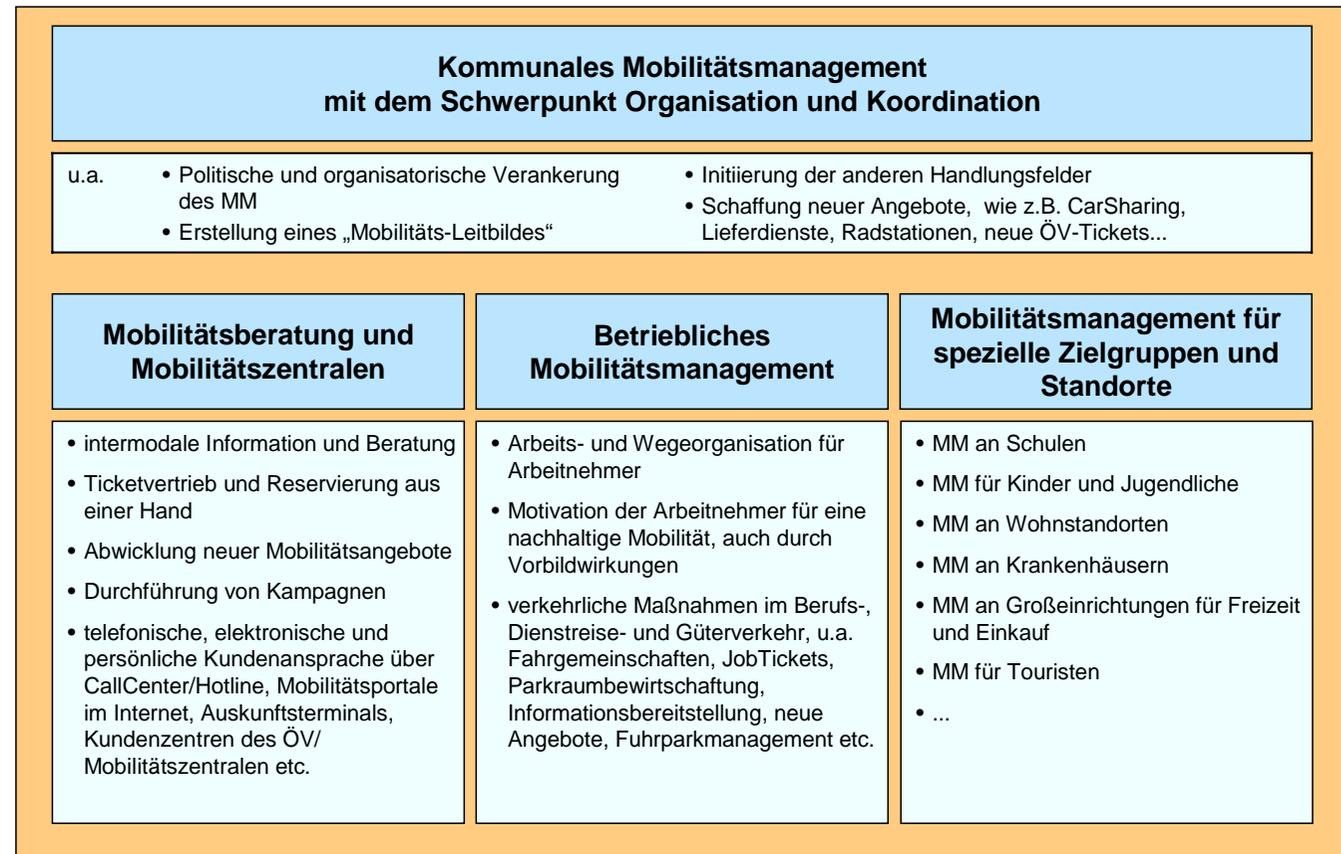


Bild C-1: Handlungsfelder des Mobilitätsmanagements

C.2 Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination

MM auf Ebene einer Großstadt oder Kreisverwaltung

Dieses Handlungsfeld umfasst - vereinfachend ausgedrückt - die **verwaltungsseitigen Aktivitäten im Mobilitätsmanagement**. Verwaltungsseitig kann „Stadtverwaltung einer Großstadt“ oder „Kreisverwaltung“ in enger Abstimmung mit den kreisangehörigen Städten und Gemeinden bedeuten. Kern ist die Organisation und Koordination von Verkehrsmittel übergreifenden Maßnahmen, um die vorhandene Infrastruktur und die bestehenden Angebote besser zu nutzen.

Kommunales MM initiiert andere MM-Aktivitäten: z. B. MM in Firmen, Schulen, ...

Diesem Handlungsfeld kommt ein Stück weit die **Initialfunktion innerhalb einer Kommune bzw. einer Region** zu. Die Initiierung von Aktivitäten in anderen Handlungsfeldern (Mobilitätsberatung, betriebliches Mobilitätsmanagement, MM für spezielle Zielgruppen und Standorte) ist extrem wichtig, denn die Maßnahmen des Mobilitätsmanagements müssen dort eingesetzt werden, wo Verkehr entsteht - und das ist dort, wo man wohnt, arbeitet, sich bildet, sich versorgt, seine Freizeit verbringt usw. Dieser Prozess des „Vormachens“, des „Anregens“ und des „Anschiebens“ von MM vor Ort muss auf der Verwaltungsebene geleistet werden.

Verantwortlichkeiten festlegen: Mobilitätsmanager

Der maßgebliche Akteur im kommunalen Mobilitätsmanagement ist der „**Mobilitätsmanager**“. Seine Aufgabe liegt vor allem in der verwaltungsseitigen Ämter übergreifenden Koordination, im Initiieren neuer Partnerschaften und im Vermitteln zwischen den Akteuren der Fachplanung, der Lokalpolitik, den Verkehrsunternehmen, Interessenverbänden, Betrieben, Freizeit- und Handelseinrichtungen und Bürgern.

Unterstützung (nicht: Subventionierung) neuer Dienstleistungen

Mobilitätsmanagement setzt zwar grundsätzlich auf der vorhandenen Infrastruktur und den bestehenden Angeboten auf. **Unterstützende neue Angebote** müssen aber dennoch, wo noch nicht vorhanden, entwickelt oder weiterentwickelt werden. Viele dieser Dienste benötigen verwaltungsseitige Unterstützung, da sie nicht eigenwirtschaftlich betrieben werden können bzw. bis zum „Break-even“ Unterstützung benötigen. Beispiele sind Car-Sharing, Lieferdienste, Radstationen, etc. Hier geht es vielmehr um „ideelle“ Unterstützung als um finanzielle Beiträge (z. B. Hilfe bei der Suche nach Standorten für Stellplätze von Car-Sharing-Anbietern).

Aufgabe ist auch, den Ressort übergreifenden Austausch zu fördern

Das **Aufgabenspektrum**, das im Handlungsfeld „Koordination und Organisation“ zusammengefasst werden kann, umfasst damit vor allem die folgenden Aspekte:

- Sicherung der politischen und organisatorischen Verankerung des lokalen/regionalen Mobilitätsmanagements und seiner Finanzierung,
- Initiierung und Unterstützung der Mobilitätsberatung sowie des betrieblichen und schulischen Mobilitätsmanagements
- Ansprache von Freizeit- und Handelseinrichtungen,
- Integration von Verkehrs- und Touristikdienstleistungen,
- Unterstützung von neuen Angeboten wie z. B. Car-Sharing, Lieferdienste, Radstationen, Pendlerbörsen, KombiTickets etc.,
- Förderung des Austauschs zwischen der sektoralen Verkehrsplanung.

C.3 Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

Abbau von „Hürden“ bei der Nutzung des Umweltverbundes durch Information

Mobilitätsberatung will den Zugang zu **Informationen über die bestehenden Angebote der vorhandenen Verkehrsmittel** erleichtern und informiert darüber hinaus über finanzielle und umweltrelevante Aspekte der Mobilität.

Ziel der Mobilitätsberatung ist die Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl durch den **Abbau von Hürden v.a. bei der Benutzung des öffentlichen Verkehrs**. Hierzu werden persönliche und telefonische Beratung sowie elektronische Medien eingesetzt. Die Instrumente sind v.a. Mobilitätszentralen und Mobilitätsberater.

Informationen sollen alle Bürger erreichen

Dieses Handlungsfeld umfasst im Wesentlichen die „Informationsschiene“ des Mobilitätsmanagements und kennt als **Zielgruppe grundsätzlich alle Bürger**. Das Grundproblem der Mobilitätsberatung wird hier schnell klar, da eine sehr vielschichtige Zielgruppe angesprochen werden soll. Mobilitätsberatung - richtig verstanden - ist deshalb auch weit mehr als die klassische Kundeninformation im ÖPNV.

Mobilitätsanforderungen der Verkehrsteilnehmer durch ein Angebotsmix sichern

Im Mittelpunkt stehen **individuelle Anforderungen der Verkehrsteilnehmer**, die nicht ausschließlich durch den ÖPNV zu befriedigen sind (z. B. Großeinkauf im Supermarkt). Gleichwohl können bestimmte Dienstleistungen (Gepäckzustell-service, Car-Sharing, Autovermietung etc.) die ÖPNV-, Rad-, Fuß-Nutzung unterstützen bzw. die private Pkw-Nutzung reduzieren oder ggf. den Besitz eines eigenen Pkw gänzlich vermeiden helfen. Zudem liefern die Beratungskontakte wichtige Hinweise für die Angebotsgestaltung im ÖPNV sowie für ergänzende Dienstleistungen.

Mobilitätsberatung geht auf potenzielle Nutzer zu

Das **Aufgabenspektrum** umfasst vor allem die Aspekte:

- individuelle Information und Beratung über alle lokalen, regionalen und überregionalen Mobilitätsdienstleistungen
- Verkauf und Reservierung von Mobilitätsdienstleistungen
- Buchung von Bedarfsverkehren und Car-Sharing
- Organisation und Abwicklung von Fahrgemeinschaften
- Aufnahme von Anregungen und Beschwerden
- Ansprache von Einrichtungen und Betrieben, Aufzeigen von Chancen
- Verbreitung neuer, marktfähiger Produkte

C.4 Betriebliches MM

Unternehmen „erzeugen“
Verkehr

Das betriebliche MM befasst sich mit der **verkehrserzeugenden Wirkung eines Betriebs** - also eines Wirtschaftsunternehmens (z. B. Bürokomplex einer Versicherung), einer öffentlichen Verwaltung (z. B. Ministerium, Kreis- oder Stadtverwaltung) oder einer Ausbildungsstätte (z. B. Universität). Durch

- An-/Abreise der Mitarbeiter, Studierenden, Schüler etc.
- innerbetriebliche Wege (z. B. Dienstreisen, Wege zwischen Firmenstandorten)

wird in großem Umfang „Verkehr“ produziert, der möglichst umwelt- und sozialverträglich abgewickelt werden sollte. Kurz gesagt: Es geht darum, den privaten Pkw-Verkehr (vor allem der Alleinfahrer) zum jeweiligen Standort zu reduzieren. Gerade bei großen Verkehrserzeugern bieten sich ausgezeichnete Möglichkeiten wie z. B. das

- **Bündeln von Verkehrsströmen**

Viele Menschen wollen räumlich und meist auch zeitlich zum gleichen Ziel. Die Masse der Verkehrsteilnehmer erlaubt eine sinnvolle Bündelung der Nachfrage und erfüllt damit die Grundvoraussetzung für ein attraktives ÖPNV-Angebot oder für Fahrgemeinschaften.

- **Bereitstellen punktuell geeigneter Infrastruktur und Maßnahmen**

z. B. überdachte Radabstellplätze, Parkraumbewirtschaftungskonzepte für den Firmenparkplatz.

Im betrieblichen MM gibt es einige Besonderheiten

Das betriebliche Mobilitätsmanagement weist gegenüber anderen Handlungsfeldern **einige Besonderheiten** auf:

- **Die Zielgruppe kann einfach angesprochen werden!** Zwischen allen Beteiligten am Standort (Mitarbeiter, Besucher, Studierenden, Schüler etc. sowie deren Interessensvertretungen auf der einen Seite und der Unternehmensleitung auf der anderen Seite) gibt es festgelegte Kommunikationsstrukturen und Medien - sei es das schwarze Brett, Rundschreiben, Intranet, Mitarbeiterbesprechungen oder eMail-Newsletter. Diese Informationskanäle können auch für das betriebliche Mobilitätsmanagement genutzt werden, was die Kommunikation erheblich erleichtert.

- **Die Verbindlichkeit von Maßnahmen ist hoch!** Die soziale „Kontrolle“, der stellenweise sogar „verordnenden“ Charakter von Empfehlungen der Leitungsebene, die Vorbildfunktion von Vorgesetzten und Kollegen etc. führen zu einer deutlich höheren Verbindlichkeit von Maßnahmen bei der angesprochenen Zielgruppe. Dadurch stellen sich Erfolge schneller ein. Sie müssen aber überwacht und gesichert werden.
- **Die Rückkopplung zwischen den Beteiligten ist einfach möglich!** Die Umsetzung von Maßnahmen verlangt im Detail oft größere Abstimmung. Dennoch ist der Abstimmungsaufwand bei Maßnahmen des betrieblichen MM vergleichsweise gering, weil man sich kennt oder zumindest die Kontaktstrukturen vorgegeben sind.
- **Das Verkehrsgeschehen ist überschaubar!** Die Komplexität des Verkehrsgeschehens in Bezug auf einen Standort sollte nicht unterschätzt werden. Dennoch sind die Strukturen wesentlich einfacher als beispielsweise im Verkehrsgeschehen einer Großstadt. Auch wenn ein Standort z. B. im Fall von Analysen oder der Aufstellung eines Handlungskonzepts (Mobilitätsplan) kaum ohne externe gutachterliche Unterstützung auskommt, können Maßnahmen sehr weitgehend auch ohne besonderen verkehrlichen Sachverstand umgesetzt werden.

- **Maßnahmen sind stark abhängig von der örtlichen Problemlage!** Anders als beim kommunalen Mobilitätsmanagement, bei dem die Zielgruppe (alle Bürger) sehr vielschichtig ist, bringt der Standort eine spezielle Problemlage mit sich, die durch geeignete Maßnahmen verbessert werden soll. Generalempfehlungen (z. B. „Punkt 1: Erst mal eine Mobilitätszentrale errichten!“) würden auf der Ebene des betrieblichen MM überhaupt nicht funktionieren, da eine Behörde im Kernbereich einer Großstadt ganz andere Anforderungen an Maßnahmen besitzt als z. B. ein Industriebetrieb mit festen Schichtwechselzeiten in einem Gewerbegebiet. Andererseits ist die Zahl der zur Verfügung stehenden und erprobten Maßnahmen und Aktivitäten nicht unendlich groß. Anwender müssen allerdings die generell geeigneten Maßnahmen auf die Anwendung an ihrem Standort speziell überprüfen.

Die **Vielschichtigkeit der Maßnahmenbereiche** im betrieblichen Mobilitätsmanagement verdeutlicht Bild C-2.

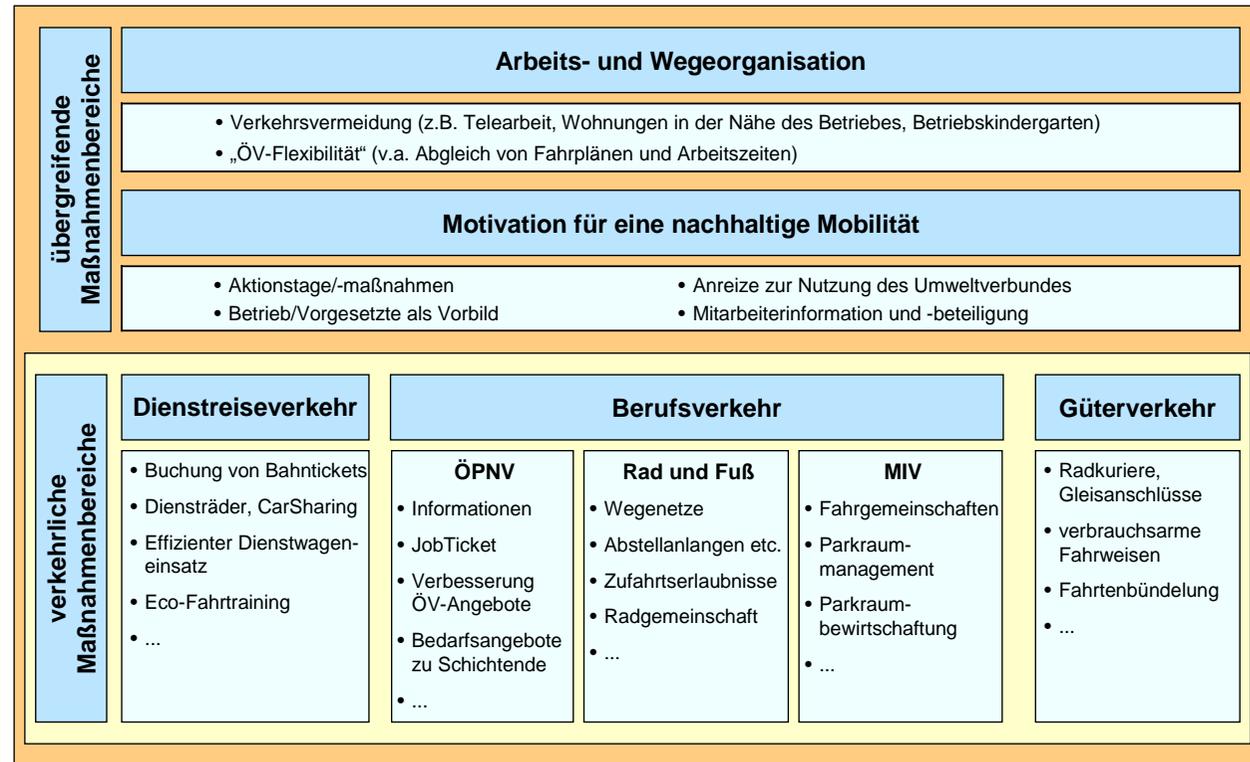


Bild C-2: Maßnahmenbereiche des betrieblichen Mobilitätsmanagements

C.5 MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

Z. B. Schulen, Wohnstandorte, Freizeiteinrichtungen, Tourismus

Dieses Handlungsfeld hat in den letzten Jahren das Mobilitätsmanagement ergänzt. Entsprechend des Grundsatzes „MM setzt dort an, wo Verkehr entsteht!“, findet eine **Ansprache der (potenziellen) Verkehrsteilnehmer durch Maßnahmen** abhängig von der speziellen Gruppenzugehörigkeit oder der Besonderheit des Standorts statt. Beispiele sind:

- **MM an Schulen und Mobilitätserziehung**

Mobilitätsmanagement an Schulen setzt sich aus den Teilaspekten

- Mobilitätserziehung
- standortbezogene MM-Maßnahmen

zusammen. Das Konzept einer umfassenden "Mobilitätserziehung" ist bereits 1994 durch die Kultusministerkonferenz (KMK) beschlossen worden. Mobilitätserziehung ist nach diesem Ansatz nicht beschränkt "auf das Verhalten von Schülerinnen und Schülern und auf ihre Anpassung an bestehende Verkehrsverhältnisse; sie schließt vielmehr auch die kritische Auseinandersetzung mit Erscheinungen, Bedingungen und Folgen des gegenwärtigen Verkehrs und seiner künftigen Gestaltung ein." (vgl. KMK-Beschluss von 1994, S. 1). Darüber hinaus wird die verkehrserzeugende Wirkung der

Schulstandorte diskutiert, z. B. durch die teilweise extrem hohe Zahl von Bringverkehren durch die Eltern. Ähnlich dem betrieblichen MM werden hier standortbezogene MM-Maßnahmen angewendet, die die Anzahl Pkw-Fahrten im Schülerverkehr reduzieren sollen.

- **MM für Kinder und Jugendliche**

Im Mobilitätsmanagement für Jugendliche geht es vor allem um die Schaffung eines positiven Klimas zugunsten des Umweltverbunds. Ziel ist es, die enge Auto-Orientierung mit dem Führerscheinerwerb ab dem 18. Lebensjahr aufzulösen. Vielmehr sollen Jugendliche den Umweltverbund als gleichwertige Alternative zum Auto wahrnehmen.

- **MM für Senioren**

Hierbei geht es vor allem darum, Senioren die Optionen der Fortbewegung v.a. im öffentlichen Verkehr aufzuzeigen. Oft trägt Unsicherheit bei der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln zu einem Rückgang der Mobilität älterer Menschen bei.

- **MM an Wohnstandorten**

Die Wahl des Wohnstandorts ist ein wesentlicher Ansatzpunkt von Mobilitätsmanagement zur Minimierung von motorisierten Wegen. Hierbei ist vor allem bei Umzug ein guter Ansatzpunkt für Kampagnen zur Bewusstseins-

bildung vorhanden, um eingespieltes, verkehrsmittelfixiertes Verkehrsverhalten „aufzubrechen“. Darüber hinaus kann MM an Wohnstandorten durch vielfältige Dienstleistungsangebote (z. B. „Mietertickets“ für den ÖPNV, gesicherte Radabstellanlagen, Car-Sharing-Standorte am Haus) das Verkehrsaufkommen der Bewohner reduzieren.

- **MM an Krankenhäusern**

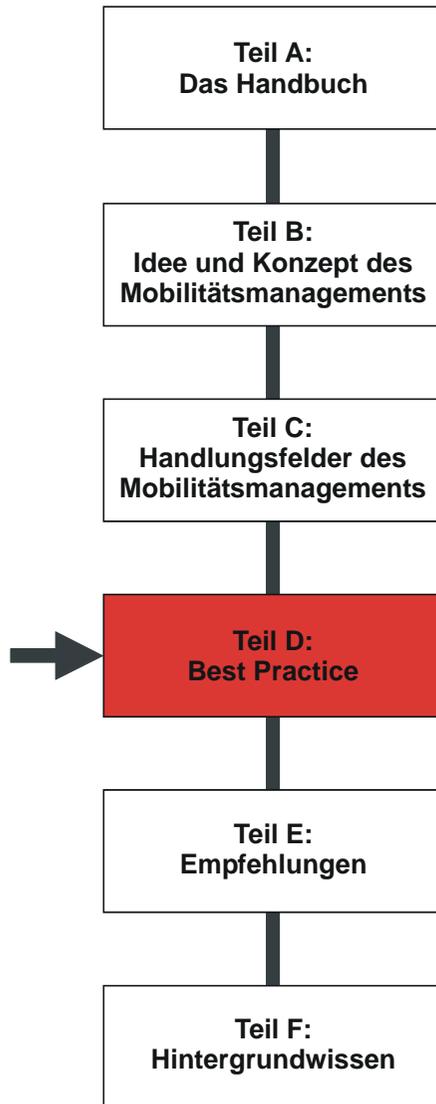
Krankenhäuser sind große Verkehrserzeuger sowohl durch die An- und Abreise der Mitarbeiter zum Arbeitsplatz als auch durch den Publikumsverkehr (Besucher der Patienten). Darüber hinaus reist ein Großteil der Patienten individuell (d.h. nicht mit Krankentransporten) zur Behandlung an und abschließend wieder ab. Es geht also hier um einen Mix von Maßnahmen, der alle drei Bereiche berücksichtigt und integriert.

- **MM an Großeinrichtungen für Freizeit und Einkauf**

Hier steht die Bereitstellung von Informationen und Dienstleistungen für Besucher größerer Einrichtungen im Vordergrund. Dies können Konzerthäuser, Stadien, Einkaufszentren, Kinocenter und Freizeitparks usw. sein. Zentrale Elemente sind dabei u.a. individuelle Informationen zur An- und Abreise für alle Verkehrsmittel (Internet, Printmedien usw.) oder die Optimierung der Anbindung des Standortes an den ÖPNV.

- **MM für Touristen**

Im Touristikverkehr steht das Erstellen von „Angebotspaketen“ für die Durchführung von umweltfreundlichem („sanftem“) Tourismus im Vordergrund. Hierbei geht es neben der Anreise zum Urlaubsort vor allem um die Fortbewegung am Urlaubsort. Wer Ziele im Umland besichtigen möchte, braucht Fortbewegungsmittel und vor allem Informationen darüber.



Teil D: Best Practice

Überblick

Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination

Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

Betriebliches MM

MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

D.1 Vormerkung

„Best Practice“ als Anlass
zur Nachahmung

Mittlerweile existiert eine Anzahl von Best-Practice-Beispielen im MM, die die **Chance eröffnen**,

- von den Erfahrungen anderer zu lernen,
- die konkreten lokalen Randbedingungen von Maßnahmen zu erkennen,
- die Übertragbarkeit von Beispielen auf den eigenen Raum abzuschätzen.

Zunächst ist jedem Handlungsfeld eine **Übersicht** vorangestellt, die auch Hinweise auf speziell auf dieses Handlungsfeld bezogene weiterführende Leitfäden, Handbücher und Zeitschriftenaufsätze enthält.

Darauf werden **mögliche Ansätze im jeweiligen Handlungsfeld** einzeln dargestellt und konkrete Umsetzungsbeispiele hierzu genannt. Dabei können nur ausreichend dokumentierte Beispiele herangezogen werden. Zudem handelt es sich zwangsweise um eine Momentaufnahme.

„Best Practice“-Beispiele in der Langfassung in Teil F des Handbuchs

Stellvertretend für einige besonders bekannte und vielfach bereits als Vorbild für Projekte andernorts genutzte Beispiele sind **einige als Best-Practice ausgewählt** und in einer systematischen Beschreibung erfasst worden. Diese Beispiele sind in Teil F (Hintergrundwissen) in der Langfassung dokumentiert.

D.2 Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination

D.2.1 Übersicht

MM als strategischer Gesamtansatz nur selten durch Kommunen verfolgt

Kommunales Mobilitätsmanagement als strategischer Gesamtansatz ist **in Deutschland nur ansatzweise anzutreffen**. In der Regel ist Mobilitätsmanagement, dort wo es auf kommunaler Ebene zum Einsatz kommt, auf Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen beschränkt (vgl. Kapitel D.3). Die Zahl der Best-Practice-Beispiele in diesem Bereich des Mobilitätsmanagements ist somit nicht außerordentlich groß.

Zumeist bilden **Maßnahmen zur Angebotsverbesserung rund um den ÖPNV und den Radverkehr** den Kern von Mobilitätsmanagement auf kommunaler Ebene. Mobilitätsmanagement ist jedoch nicht auf die sektorale Fachplanung beschränkt. Darüber hinaus stellt sich bei vielen Maßnahmen z. B. im Radverkehr die Frage, wo „sektorale Fachplanung“ aufhört und wo Ressort übergreifendes „Mobilitätsmanagement“ anfängt ...

Hilfen in der Literatur sind nur sehr vereinzelt vorhanden. Besonders sei in diesem Zusammenhang auf folgende **Leitfäden** hingewiesen:

**Weiterführende Leitfäden,
Handbücher, Zeitschriften-
aufsätze**

- Im Rahmen des Forschungsprojekts "Mobilitätsmanagement im Moabiter Westen" wurde ein Leitfaden Kommunales Mobilitätsmanagement erstellt (vgl. Literatur in Teil F.2.2 unter „Bratzel, Stefan“).
- Eine Schrift des Arbeitskreises „Mobilitätsmanagement“ der Forschungsgesellschaft für das Straßen- und Verkehrswesen fasst Definition und Anwendungsfelder des MM in der kommunalen Verkehrsplanung zusammen (vgl. Literatur in Teil F.2.1 unter „Hoppe, Rolf“).
- Zu den Aufgaben eines Mobilitätsmanagers bzw. Mobilitätsbeauftragten hat der Mobilitätsbeauftragte des Kreises Borken eine umfassende Übersicht der anstehenden Aufgaben beschrieben (vgl. Literatur in Teil F.2.1 unter „Hamann, Rainer R“).
- Einen Praxisbericht über das Tätigkeitsfeld eines Mobilitätsmanagers in Tübingen findet sich in einem Fachbeitrag (vgl. Literatur in Teil F.2.1 unter „Grauer, Michael et al.“).

Mobilitätsmanager ernennen

D.2.2 Mobilitätsmanager bzw. Mobilitätsbeauftragte

- **Kurzbeschreibung:** Einrichtung der Stelle/Rolle von Mobilitätsmanagern bzw. Mobilitätsbeauftragten in der kommunalen Verwaltung mit dem Ziel der internen und externen Initiierung von MM-Maßnahmen und Koordination der Ressort übergreifenden Fachplanung im Verkehrsbereich
- **Funktionsweise:** Das in der Theorie definierte Instrument des „Mobilitätsmanagers“ ist in der Praxis nur wenig verbreitet. Der Mobilitätsmanager/-beauftragte soll einerseits Ressort übergreifende Fachplanungen im Verkehrsbereich koordinieren sowie andererseits innerhalb der Verwaltung sowie außerhalb MM-Maßnahmen anregen und initiieren. Die Chancen, dieses Ziel zu erreichen, sind vor Ort natürlich abhängig von den Strukturen und der Akzeptanz des Ansatzes. Insofern unterscheiden sich auch die praktischen Beispiele in ihrer Ausrichtung und den verfolgten Arbeitsfeldern erheblich. Z. B. steht im Landkreis Quedlinburg seit 2000 die Hauptaufgabe des Mobilitätsmanagers in der Optimierung der Kommunikationsprozesse bei der Aufstellung des Nahverkehrsplanes. In Tübingen arbeitet seit 2001 ein Mobilitätsmanager daran, Ämter übergreifend Mobilitätsthemen voranzubringen, auf die Verkehrsteilnehmer zuzugehen und neue Lösungen zu entwickeln. Wesentliche Ergebnisse sind die Umgestaltung eines „Confe-

rence-Tickets“ für Messe-Besucher, mit dem ÖPNV und Museen benutzt werden können, die weitere Verbreitung des JobTickets und Erhebungen zum Schülerverkehr. Daneben gibt es vermehrt als „Mobilitätsbeauftragte“ (z. B. in Borken, Brühl) bezeichnete Personen, die oft einen spezifischen Aufgabenschwerpunkt haben (z. B. Verkehrssicherheitsarbeit und schulische Mobilitätserziehung in Brühl).

- **Anwendungsbeispiele:**

- Tübingen (Best-Bractice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.2)
- Landkreis Quedlinburg
- Kreis Borken (vgl. Literatur in Teil F.2.2 unter „Hamann, Rainer R.“)
- Brühl (Best-Bractice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.4.2)

Betriebe für MM „motivieren“

D.2.3 Handlungsrahmen für betriebliches MM

- **Kurzbeschreibung:** Schaffung eines Handlungsrahmens für betriebliches MM durch „Label“, Initiierung von Arbeitsgemeinschaften von Anwendern usw.
- **Funktionsweise:** In Freiburg wurde im März 2002 erstmalig vom Bürgermeister ein „Öko-Verkehrs-Siegel“ an Betriebe verliehen, die Mobilitätsmanagement z.T. schon seit längerer Zeit aus eigenem Antrieb betreiben. Da es sich um die größeren Arbeitgeber in der Stadt handelt, soll hierdurch ein öffentlicher Druck auf andere Betriebe ausgelöst werden, ebenfalls Mobilitätsmanagement zu betreiben.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Freiburg(vgl. Literatur in Teil F.2.4 unter „Arbeitsgemeinschaft Umweltfreundlich zum Betrieb“)

Betriebe beraten zu MM

D.2.4 Mobilitätsberater in Betrieben

- **Kurzbeschreibung:** Einsatz eines kommunalen Mobilitätsberaters zur Ansprache von Unternehmen bezüglich Aufstellung von Mobilitätsplänen
- **Funktionsweise:** Großbritannien hat bei der Aufstellung des "Transport Act 2000" dem Mobilitätsmanagement einen wichtigen Platz eingeräumt. Dabei ist die Unterstützung von Aktivitäten vor Ort ein maßgeblicher Ansatz. Die Stadtverwaltung Nottingham hat im Rahmen des EU-Projektes „MOSAIC“ einen Mobilitätsmanager eingesetzt. Seine Aufgabe war die Kontaktaufnahme mit allen größeren Betrieben der Region, um über Mobilitätspläne („green commuter plans“) zu informieren und die Erstellung zu initiieren. Daraus entstand u.a. der „Commuter Planners Club“, in dem sich mehrere Firmen zusammengeschlossen haben, um einen Informations- und Erfahrungsaustausch zu gewährleisten. In vielen britischen Städten gibt es mittlerweile lokale Ansprechpartner für Firmen zur Beratung im betrieblichen Mobilitätsmanagement (vgl. Liste der National TravelWise Associations unter www.travelwise.org.uk/ntwa/index.php).
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Nottingham (vgl. Literatur in Teil F.2.1 unter „MOSAIC-Konsortium“)

„Vertrag“ zur Verkehrsreduktion abschließen

D.2.5 Kommunale Mobilitätsverpflichtung

- **Kurzbeschreibung:** Selbstverpflichtung der Stadt/Gemeinde zur Verkehrsreduzierung und Sicherheitserhöhung verbunden mit konkreten Zielwerten
- **Funktionsweise:** Die Mobilitätsverpflichtung ("Mobility Covenant") wurde in der Region Flandern als Selbstverpflichtung zur Verkehrsreduzierung und Sicherheitserhöhung entwickelt, die die Kommunen gegenüber der Regionalverwaltung eingehen können. Diese Willensbekundung hatten im Sommer 2002 bereits mehr als 90 % der 308 Gemeinden unterzeichnet. Die Verpflichtung setzt sich analog auf kommunaler Ebene mit Schulen und Betrieben auf der Basis qualifizierter Mobilitätspläne fort. Ziel ist es u.a., "die hochgradig fragmentierte und auf einzelne Instrumente bezogene Planungs- und Entscheidungsstruktur" aufzubrechen und eine Vernetzung der verkehrlichen Zuständigkeiten zu erreichen.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Provinz Limburg/Belgien (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.4.1)

**Fahrgemeinschaftsbildung
unterstützen**

D.2.6 Unterstützung von Internet-Pendlerbörsen

- **Kurzbeschreibung:** Unterstützung überregionaler Aktivitäten zur Fahrgemeinschaftsvermittlung im Internet für Berufs- und Ausbildungspendler
- **Funktionsweise:** Ein Erfordernis für kommunales Engagement bei der Fahrgemeinschaftsvermittlung ergibt sich aus der Vermittlungswahrscheinlichkeit bei hoher Teilnehmerzahl (d.h. betriebsübergreifend). Internetbasierte Fahrgemeinschaftsbörsen wenden sich vorwiegend an Berufspendler und dienen der Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten. Die Vermittlung der Fahrgemeinschaften wird durch eine Software unterstützt, die über Internetbrowser bedient werden kann. Zahlreiche Kreise und kreisfreie Städte haben sich in der Arbeitsgemeinschaft "Bürgerservice Pendlernetz NRW" (www.nrw.pendlernetz.de) zusammengeschlossen. Die Bereitstellung des Internetportals sowie der Software erfolgt durch einen kommerziellen Anbieter. Im Projekt "Bürgerservice Pendlernetz NRW" wird die Software der Fa. EuropeAlive Medien GmbH verwendet.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Arbeitsgemeinschaft "Bürgerservice Pendlernetz NRW" (www.nrw.pendlernetz.de)
 - Internetportal der Fa. EuropeAlive Medien GmbH (www.pendlernetz.de)

Job-Tickets „promoten“

D.2.7 Unterstützung von Job-Tickets

- **Kurzbeschreibung:** Förderung der Job-Ticket-Verbreitung durch Ansprache Koordination und von Firmen auf kommunaler Ebene durch Mobilitätsmanager
- **Funktionsweise:** Die Kommune (Aufgabe z. B. des Mobilitätsmanagers) tritt aktiv für die Verbreitung von Job-Tickets ein, da sich dies positiv auf das Pendleraufkommen im Pkw-Verkehr auswirkt und kommunale Ressourcen schont. In Tübingen ist die Steigerung des Absatzes von Job-Tickets durch eine betriebsübergreifende Koordinierung von mehr als 10 Betrieben bzw. Verwaltungen erreicht worden. Dadurch konnte ein höherer Rabatt für die Nutzer realisiert, das Fahrplanangebot in Tagesrandlagen verbessert und der Anteil der Job-Ticket-Nutzer deutlich gesteigert werden.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Tübingen (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.2)

Radverkehrsnetz für den Alltagsverkehr fördern

D.2.8 Radverkehrsförderung

- **Kurzbeschreibung:** Kommunale Radverkehrsförderung zur Verbesserung des Angebots im Umweltverbund
- **Funktionsweise:** Ein verstärktes Engagement der Kommunen ist seit mehreren Jahren im Bereich Radverkehrsförderung festzustellen. Die Schaffung eines attraktiven und sicheren Radverkehrsnetzes auch für den Alltagsverkehr (d.h. nicht schwerpunktmäßig für den Freizeitverkehr) in Verbindung mit einem fahrradfreundlichen „Klima“, das zum Umstieg motivieren soll, und die Initiierung von Servicestellen „rund ums Rad“ (z. B. Radstationen) sind gemeinsame Arbeits- und Umsetzungsfelder. Projekte wie die Arbeitsgemeinschaft „Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden in NRW“ sprechen dabei explizit auch die Verknüpfung von weichen und harten Maßnahmen an.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Arbeitsgemeinschaft „Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden in NRW“ (www.fahrradfreundlich.nrw.de)
 - Leitfaden „Förderung des Rad- und Fußverkehrs“ (vgl. Literatur in Teil F.2.2 unter „Plate, Elke et al.)

Kampagnen zur Unterstützung des Umweltverbands durchführen

D.2.9 Public-Awareness-Kampagnen

- **Kurzbeschreibung:** Umsetzung von Kampagnen auf kommunaler Ebene zur Bewusstseinsbildung und zur Unterstützung der Verkehrsmittelwahl im Umweltverband
- **Funktionsweise:** Durch gezielte Kampagnen auf kommunaler Ebene soll die Verkehrsmittelwahl ins Bewusstsein der Bürger gerückt und zugunsten des Umweltverbands beeinflusst werden. Das Thema „Public-Awareness-Kampagnen“ ist Anfang bis Mitte der 90er Jahre mit dem Ansatz des „Individualisierten Marketings“ punktuell zur Anwendung gekommen. Träger sind in den meisten Fällen kommunale Verkehrsunternehmen, die sich Mehrkunden von der Initiative versprechen und z.T. auch erhalten haben. Bei diesem Ansatz fehlt bisher ein Verkehrsmittel übergreifendes Vorgehen, was aus den Interessenlagen der Initiatoren heraus ableitbar ist. „Bewusstseinsbildung“ ist auch das zentrale Thema im Projekt „Mobiles Schopfheim“, das 1994 vom Land Baden-Württemberg initiiert wurde. Hierbei standen Mobilitätsberatung, die allgemeine Bewusstseinsbildung über Aktionstage und eine intensive Pressearbeit im Mittelpunkt.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - „Mobiles Schopfheim“ (vgl. Literatur in Teil F.2.2 unter „Determeyer, Ralf“)

Kommunale Plandokumente
um MM-Aspekte erweitern

D.2.10 Kommunalen Mobilitätsplan

- **Kurzbeschreibung:** Aufstellung konkreter Planwerke, die neben der Angebots- und Infrastrukturplanung auch „weiche Maßnahmen“ berücksichtigen
- **Funktionsweise:** Kommunale Verkehrspläne sind heute im Regelfall integrierte Planwerke, d.h. sie umfassen alle Verkehrsarten (Pkw, Rad, Fuß, ÖPNV) und berücksichtigen Wechselwirkungen zwischen den Verkehrsarten. Die Weiterentwicklung dieser Pläne zu regelrechten Mobilitätsplänen, die neben der Angebots- und Infrastrukturplanung auch „weiche Aspekte“ berücksichtigen, steht in Deutschland noch aus. In der Stadt Zürich (Schweiz) wurde im Mai 2001 vom Stadtrat eine neue „Mobilitätsstrategie“ verabschiedet, die den Beschluss zur „Verkehrspolitik“ von 1987 ablöst. Aktivem Mobilitätsmanagement wird dabei eine zentrale Rolle zur Optimierung und Vernetzung der bestehenden Mobilitätsangebote zugewiesen.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Zürich (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.4)

MM-Einzelprojekte zu kommunaler Gesamtstrategie zusammenführen

D.2.11 Kommunale MM-Gesamtstrategie

- **Kurzbeschreibung:** Zusammenführung von dem Mobilitätsmanagement zuzuordnenden Einzelprojekten in einer städtischen MM-Gesamtstrategie
- **Funktionsweise:** Einzelne Projekte im Mobilitätsmanagement - stellenweise gefördert und initiiert durch Forschungsaktivitäten - stehen oft isoliert im Raum und können nur eine geringe Wirkung entfalten, da sie nicht in eine Gesamtstrategie eingebunden sind. Zunehmend versuchen Kommunen deshalb, Einzelprojekte im Mobilitätsmanagement zu einem Mobilitätsmanagement-Gesamtkonzept zusammenzufügen. In München wird ein gesamtstädtisches Mobilitätsmanagement-Konzept in Zusammenhang mit dem bmbf-Leitprojekt „Mobinet“ entwickelt. Hierin ist auch ein Förderprogramm für die Aufstellung betrieblicher Mobilitätspläne enthalten. Das Beispiel zeigt, wie sich verschiedene Initiativen (Förderung des betrieblichen Mobilitätsmanagements und der Mobilitätspläne für städtische Einrichtungen, Mobilitätsmanagement für Schulen/„Mobikids“, neue Dienste wie „Call-a-bike“ etc.) gegenseitig ergänzen und schrittweise zu einem Gesamtansatz zusammengefügt werden können. Andere Beispiele für kommunale Aktivitäten sind z. B. in Brühl und Münster zu finden, wo seit mehreren Jahren verschiedene Maßnahmen des Mobilitätsmanagements initiiert werden.

- **Anwendungsbeispiele:**

- München (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.1)
- Münster (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.3)
- Brühl (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.4.2)

D.3 Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

D.3.1 Überblick

Mobilitätszentralen eine Hauptaktivität im MM in Deutschland

Bundesweit existieren - je nach Zählweise - ca. 30 bis 50 Mobilitätszentralen, die etwa in den letzten 10 Jahren entstanden sind. Mobilitätszentralen stellen damit eine **Hauptaktivität im Mobilitätsmanagement in Deutschland** dar. Wesentlich weniger verbreitet sind Mobilitätsberater.

Weiterführende Leitfäden, Handbücher, Zeitschriftenaufsätze

Zur **Prognostizierung des Nachfragepotenzials** (zur Abschätzung des zu erwartenden Kundenverkehrs), empfehlenswerten Lagen und zur Größe geeigneter Räumlichkeiten gibt es zwar keine expliziten Arbeitshilfen (z. B. im Sinne einer Empfehlung der FGSV), jedoch sind in der Literatur wichtige Quellen hierzu zu entdecken. Besonders sei in diesem Zusammenhang auf die Schrift „Löcker et al.: Die Mobilitätsberatung im ÖPNV - ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements.“, die der VDV zusammen mit dem Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen herausgegeben hat. Aus Forschungsarbeiten (z. B. MOSAIC, MOMENTUM, MOST) lassen sich weitere Hilfen ableiten.

Mobilitätszentrale schrittweise entwickeln

D.3.2 Stufenweiser Aufbau von Mobilitätszentralen

- **Kurzbeschreibung:** Aufbau einer Mobilitätszentrale in einem schrittweisen Stufenkonzept
- **Funktionsweise:** Der Aufbau einer umfassenden Mobilitätszentrale mit intermodalem Informations- und Beratungsangebot stellt eine erhebliche Kostenbelastung für den Träger dar. Um örtlich geeignete Lösungen zu gewährleisten, können Mobilitätszentralen schrittweise entwickelt werden. Einen ersten Schritt stellt die Verbesserung und Aufwertung der vorhandenen ÖPNV-Auskunft dar (Servicezentrale). In klar definierten Folgeschritten kann das Leistungsspektrum koordiniert bis zu einer vollständigen Mobilitätszentrale entwickelt werden. So sind in zahlreichen Fällen Mobilitätszentralen keine Neugründungen „aus dem Nichts“, sondern Weiterentwicklungen bestehender Kundenzentren von Verkehrsunternehmen usw.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Netzwerk von ÖPNV-ServiceZentralen in Westfalen (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.5)

Synergieeffekte durch gemeinsame Mobilitäts- und Touristikzentrale nutzen

D.3.3 Integration Mobilitätszentrale/Touristikeinrichtung

- **Kurzbeschreibung:** Reduktion der Betriebskosten einer Mobilitätszentrale durch gemeinsame Räumlichkeiten/Personalunion mit sachverwandten Organisationen (z. B. Tourismusbüro)
- **Funktionsweise:** Um die Kostenentwicklung einer Mobilitätszentrale tragfähig zu gestalten, findet eine Zusammenlegung von Beratungsaktivitäten von Nahverkehr und sachverwandten Themen in einer Räumlichkeit und ggf. sogar in Personalunion statt. Ein erfolgreicher Ansatzpunkt ist die Zusammenlegung von bestehenden Informations- und Vertriebswegen von Nahverkehr und Tourismus (Fremdenverkehrsbüros der Verkehrsvereine). Insgesamt fehlt es im Touristik- und Freizeitverkehr häufig an konkreten Informationen zur Anreise mit dem ÖPNV, die hierdurch besonders leicht verbessert werden kann. Zudem können ggf. beide Partner vom Bekanntheitsgrad der anderen Einrichtungen und deren Kundenpotential profitieren. Hierzu liefern die Zentralen in Bonn und Hamm Anregungen.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Bonn (www.bonn.de/tourismus/bonninfo.htm)
 - Hamm (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.3)

Guten Standort für Mobilitätszentrale wählen

D.3.4 Exponierter Standort einer Mobilitätszentrale

- **Kurzbeschreibung:** Wahl eines exponierten Standorts der Mobilitätszentrale zur Generierung eines hohen Publikumsverkehrs und Laufkundschaft
- **Funktionsweise:** Mobilitätszentralen sollen als „Dienstleistungsstätten“ einladend und freundlich sein und nicht zu beengt wirken. Ebenso sollte das Flair einer „Verwaltungseinrichtung“ vermieden werden. Empfehlenswerte Standorte für Mobilitätszentralen sind zentrale Umsteigeorte (z. B. Freiburg), Bahnhofsgebäude (z. B. Ibbenbüren), Innenstadtlagen (z. B. Münster) und stark frequentierte zentrale Örtlichkeiten. Üblicherweise werden hierzu Räumlichkeiten in Innenstadtlagen auf dem Immobilienmarkt angemietet bzw. bereits vorhandene Auskunftseinrichtungen der Verkehrsunternehmen/der Tourismuswirtschaft umgestaltet. Ein neuer Weg wurde in Frankfurt mit der Gründung der Mobilitätszentrale „Verkehrinsel“ gegangen. Durch einen sehr markanten, freistehenden Neubau wird die Botschaft einer innovativen Dienstleistung auch über die Architektur des Gebäudes transportiert und nachweisbar vor allem Laufkundschaft auf der Haupteinkaufsstraße erreicht. Die Einrichtungskosten der „Verkehrinsel“ lagen jedoch bedingt durch den Neubau um ein Vielfaches über den Kosten anderer Einrichtungen. Eine Integration einer Mobilitätszentrale in ein bestehendes Gebäude

bzw. ein Betrieb in Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen (z. B. Fahrkartenausgabe Schienenverkehr, Tourismusbüro) kann neben einer Kostenersparnis auch Synergieeffekte bei der personellen Besetzung und den Betriebskosten erbringen.

- **Anwendungsbeispiele:**

- Verkehrsinsel Frankfurt (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.4)
- Mobilitätszentrum der Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB-Turm)
- Mobilitätszentrale „mobile“ in Freiburg (www.mobile-freiburg.de)

Netzwerk von Beratungsstellen etablieren

D.3.5 Dezentrale Mobilitätsberatung

- **Kurzbeschreibung:** Ausbau und Vernetzung vorhandener lokaler ÖPNV-Auskunftsstellen, Bürgerbüros usw. als Alternative zur Neueinrichtung einer zentralen Mobilitätszentrale
- **Funktionsweise:** In eher dünner besiedelten Räumen mit polyzentraler Struktur kann ein dezentraler Beratungsansatz im Gegensatz zum Aufbau lediglich einer zentralen Mobilitätszentrale sinnvoll sein. Hierzu werden bestehende Kundencenter der Verkehrsunternehmen, private Vorverkaufsstel-

len sowie andere, bereits bestehende Informationseinrichtungen (z. B. Tourismusbüros, Bürgerbüros der Städte und Gemeinden) aufgewertet. Im Interesse eines flächendeckenden (dezentralen) Service werden zusätzlich um Fragen zu Verkehr und Mobilität erweitert. Der Umfang der Beratungsdienstleistungen kann je nach Standort und damit verbundener Personalqualifikation differenziert werden (Einrichtungen mit vollem oder mit eingeschränktem Serviceangebot). Um eine einheitliche Konzeptentwicklung und ein geschlossenes Erscheinungsbild zu erreichen, müssen die dezentralen Beratungseinrichtungen durch eine zentrale Koordination (z. B. durch den Aufgabenträger) miteinander vernetzt werden. Ein solches Konzept haben beispielsweise der Ennepe-Ruhr-Kreis und der Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter umgesetzt.

- **Anwendungsbeispiele:**

- Ennepe-Ruhr-Kreis (www.en-mobil.de, vgl. Literatur in Teil F.2.3 unter „Hoppe, Rolf; Jutzler, Christian“)
- Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter (www.nph.de)

Bei Veranstaltungen durch mobile Mobilitätszentrale (Infobus) präsent sein

D.3.6 Infobusse als mobile Mobilitätszentralen

- **Kurzbeschreibung:** Betrieb von Infobussen als mobile Mobilitätszentralen für Mobilitätsberatung während Veranstaltungen usw.
- **Funktionsweise:** Eine Sonderform von Mobilitätszentralen stellen "Info-Busse" dar, die während Veranstaltungen, bei Baumaßnahmen oder regelmäßig an bestimmten Orten als mobile Zentralen für die Kommunikation mit der Bevölkerung eingesetzt werden. Für einen erfolgreichen Einsatz muss das Fahrzeug eine einladende Inneneinrichtung besitzen und die Passanten außerhalb des Busses aktiv angesprochen werden.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - MobiMobil der Wuppertaler Stadtwerke AG (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.1)
 - Minden-Herforder-Verkehrsgesellschaft (ColumBus, www.mhv-info.de)
 - Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter (nph-Mobil, www.nph.de)

Finanzierung durch Kombination von Aufgaben sicherstellen

D.3.7 Innerbetriebliche Aufgaben in der Mobilitätszentrale

- **Kurzbeschreibung:** Kostenreduktion durch behutsame Einbeziehung innerbetrieblicher Aufgaben in Mobilitätszentralen im ländlichen Raum
- **Funktionsweise:** Mobilitätszentralen finden sich vorrangig in den Innenstadtlagen der größeren Städte. Durch Zusammenfassung von innerbetrieblichen Aufgaben im ÖPNV und Beratungsaufgaben kann eine Mobilitätszentrale auch in eher ländlich geprägten Räumen langfristig finanziell tragfähig gestaltet werden. Ein solches Modell bietet sich insbesondere dort an, wo Mitarbeiter durch die Beratungsarbeit allein nicht ausgelastet bzw. finanziert werden können (Zusammenfassung von Betriebsleitstelle und telefonischer Auskunft). Allerdings ist stets zu beachten, dass diese Zusammenfassung behutsam stattfindet. Um den aufgebauten Stellenwert einer Mobilitätszentrale nicht zu gefährden, darf die Zusammenfassung den Publikumsverkehr nicht stören oder behindern. Im Optimalfall sollte der Kunde gar nicht merken, dass das Personal auch innerbetriebliche Aufgaben wahrnimmt.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Mobilitätszentrale Hameln-Pyrmont (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.2)

Mobilitätszentrale als strategisches Element für Verkehrsunternehmen nutzen

D.3.8 Mobilitätszentrale als Unternehmensstrategie

- **Kurzbeschreibung:** Betrieb von Mobilitätszentralen bzw. Mobilitätsberatern aus unternehmensstrategischen Gründen
- **Funktionsweise:** Verkehrsmittelübergreifende Ansätze in Richtung eines Verständnisses als „Mobilitätsdienstleister“ sind verstärkt in Ballungsräumen zu beobachten und stellen eine mögliche strategische Ausrichtung von Verkehrsunternehmen dar. Viele öffentliche Verkehrsunternehmen engagieren sich über ihr Kerngeschäft hinaus im städtischen Verkehrswesen durch Beteiligung an Parkhausgesellschaften oder Car-Sharing. Die Ausrichtung als „Mobilitätsdienstleister“ trägt im zweifachen Sinne zur Kundenbindung bei: Einerseits ist der Einsatz von Mobilitätszentralen bzw. Mobilitätsberatern ein wichtiges Instrument zur Gewinnung von Neukunden im ÖPNV. Andererseits sind sie ein bedeutender Beitrag für das städtische Verkehrsgeschehen und für die Kommune unverzichtbar.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Wuppertaler Stadtwerke AG (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.1)

Organisatorische Zuständigkeit zwischen Partnern der Mobilitätszentrale teilen

D.3.9 Aufgabenteilung innerhalb von Mobilitätszentralen

- **Kurzbeschreibung:** Aufgliederung der organisatorischen Verantwortlichkeiten (tel./pers. Beratung, Datenhaltung) innerhalb einer Mobilitätszentrale
- **Funktionsweise:** Der Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) hat ein Konzept zur Mobilitätsberatung etabliert, das die organisatorische Trennung von Beratungsaufgaben vorsieht. Während der RMV die telefonische Beratung über ein zentrales Call-Center verbundweit organisiert und zentrale Datenbanken für Beratungsarbeit zur Verfügung stellt, sind die lokalen Aufgabenträgergesellschaften der Kreise und kreisfreien Städte für die Einrichtung von Mobilitätszentralen für die persönliche Beratung verantwortlich. In Nordrhein-Westfalen ist im Projekt „Schlaue Nummer für Bus und Bahn“ die ÖPNV-Beauskunftung außerhalb der Betriebszeiten der Mobilitätszentralen und Auskunftsstellen der Verkehrsunternehmen aufgebaut worden.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - RMV (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.4)
 - Pilotprojekt „Schlaue Nummer für Bus und Bahn“ in Nordrhein-Westfalen (www.schlaue-nummer.de)

Regionalen und standardisierten Rahmen für lokale Mobilitätszentrale schaffen

D.3.10 Regionsweiter Ansatz und Standardisierung

- **Kurzbeschreibung:** Entwicklung von Standards für Mobilitätszentralen zur Umsetzung regionaler Konzepte bzw. Schaffung bundesweiter Vergleichbarkeit der Einrichtungen
- **Funktionsweise:** Das Thema „Standardisierung von Mobilitätszentralen“ wird derzeit oft diskutiert. Der Bedarf an Mindestqualitätsstandards wird dabei von nahezu allen Betreibern von Mobilitätszentralen geäußert trotz lokal unterschiedlicher Situationen. Die Verwendung des Begriffes "Mobilitätszentrale" ist freigestellt und unterliegt keinen Vorgaben. Dies hat zur Folge, dass unter dem Begriff Mobilitätszentrale derzeit in Deutschland ein sehr uneinheitliches Leistungsspektrum vorzufinden ist. Neben dem Leistungsspektrum sind Öffnungszeiten, Telefonnummern, Außendarstellung (Bezeichnung, Piktogramme), Einsatz von elektronischen Medien und Qualifizierung des Personals recht uneinheitlich. Zur Beurteilung der Vorteile einer Standardisierung kann auf die Erfahrungen von zwei ähnlichen Verkehrsdienstleistungen („Radstation“, Car-Sharing) zurückgegriffen werden. Standards wurden in der Vergangenheit nur festgelegt, wenn ein regionaler Akteur zusammen mit lokalen Akteuren ein gemeinsames Konzept erarbeitet hat. Grundlage für eine Standardisierung ist dann jedoch die Nutzung von

Synergieeffekten durch ein gemeinsames Vorgehen. Am weitesten in Richtung Standardisierung geht der Rhein-Main-Verkehrsverbund. Diese sind in den Punkten Standortwahl (zentral ...), Räumlichkeiten (mind. 50m², 2 Beraterplätze), Öffnungszeiten („ortsüblich“), Personal (Schulung, Eignung) und Service-Angebote (intermodal, örtlich ergänzt) festgelegt. Die Einrichtungen tragen alle den Titel „Mobilitätszentrale“. Der Einzugsbereich des RMV gehört damit zum Gebiet mit der höchsten Dichte an Mobilitätszentralen (bei gleichzeitig vergleichbarem Angebot), was vor allem auf die Initiierungs- und Koordinationsfunktion des RMV zurückzuführen ist. Im "Netzwerk von ÖPNV-Servicezentralen in Westfalen" wurde ein einheitliches, jedoch im Vergleich zu anderen Mobilitätszentralen reduziertes Kernangebot umgesetzt.

- **Anwendungsbeispiele:**

- RMV (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.4)
- Westfälische Verkehrsgesellschaft (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.5)

Alle Daten zentral verwalten
und per Internet für Selbst-
bedienung bereitstellen

D.3.11 Zentrale Datenhaltung und Nutzung des Internets

- **Kurzbeschreibung:** Zugriff auf zentrale Datenbanken durch personalbediente Zugänge (Telefonauskunft, persönliche Beratung) sowie Internet
- **Funktionsweise:** Grundlage der Mobilitätsberatung per Telefon und persönlich sind Basisinformationen, die aus wirtschaftlichen und organisatorischen Gründen zentral für alle Berater gepflegt werden müssen, damit stets der gleiche Informationsstand beauskunftet wird. Die ohnehin erforderliche interne Beauskunftungsgrundlage (Auskunftsdatenbank) kann gleichzeitig für die Generierung von Internetinhalten genutzt werden. Die Bereitstellung der gleichen Informationen im Internet bietet zudem technisch versierten Nutzern die Chance zur Selbstbedienung, was wiederum die Frequentierung der personalbedienten Zugangsmöglichkeiten und damit die Betriebskosten reduziert.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Rhein-Main-Verkehrsverbund Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.4)

Mobilitätsberater einsetzen**D.3.12 Einsatz von Mobilitätsberatern**

- **Kurzbeschreibung:** Einsatz von Beratern, die auf Verkehrserzeuger zugehen und Mobilitätsberatungen durchführen
- **Funktionsweise:** Das größte Team an Mobilitätsberaterinnen und -beratern ist derzeit bei den Wuppertaler Stadtwerken beschäftigt. Um qualifiziert beraten zu können, verfügen sie über umfassende Kenntnisse über das lokale Verkehrsangebot, Zusammenhänge im Verkehrsgeschehen und Kommunikation. Sie sind persönlich, per eMail und telefonisch mit festen Sprechzeiten in der Mobilitätszentrale erreichbar und setzen sich in Eigeninitiative oder auf Anfrage mit Verkehrserzeugern in Verbindung. Weitere Mobilitätsberater sind aus Dresden und Hannover bekannt.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Wuppertal (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.2.1)

D.4 Betriebliches MM

D.4.1 Übersicht

Zu hohes Verkehrsaufkommen oft Auslöser für Firmen

Die Größe von Standorten und das damit oft verbundene konzentrierte und hohe Verkehrsaufkommen ist ein wesentlicher Auslöser für Mobilitätsmanagement. Große Verkehrserzeuger wie z. B. Siemens (Bruchsal), BASF, Bausparkasse Schwäbisch Hall, Signal, Otto Versand, Lufthansa, Uniklinik Freiburg sind **prominente Beispiele für betriebliches MM**, aber auch einige mittelständische Unternehmen sind aktiv geworden. Von kleinen Betrieben gibt es allerdings nur selten Beispiele, dass sie betriebliches MM umsetzen.

In Deutschland Bottom-up-Kultur, d.h. jeder darf, keiner muss

Im Gegensatz zu einigen anderen europäischen Ländern folgt das **betriebliche MM in Deutschland sehr deutlich einer Bottom-up-Kultur**, d.h. ein einzelnes Unternehmen wird von sich aus aktiv (weil es einen hohen Problemdruck gibt) und entwickelt maßgeschneiterte Lösungen für seine Probleme. Andere Unternehmen stehen vor dem gleichen Problem und "kopieren" die Ideen. Es findet also eine punktuelle Verbreitung der Ansätze statt.

**Weiterführende Leitfäden,
Handbücher, Zeitschriften-
aufsätze**

Einige Projekte und Initiativen haben sich in der Vergangenheit zum Ziel gesetzt, die „Ideen einzelner Unternehmen“ zu verbreiten. Im Bereich des betrieblichen MM gibt es deshalb eine **größere Zahl von Beispielsammlungen**. Sie dokumentieren stichwortartig. Darüber hinaus existieren vertiefende Leitfäden, die dieses Feld weiter erschließen helfen. Einige Beispiele:

- Der **VCD** hat im Jahr 1996 eine Beispielsammlung zum betrieblichen Mobilitätsmanagement herausgegeben (siehe Literatur in Teil F.2.4 unter Schäfer-Breede, Klaus 1996).
- Die **Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege** in Hamburg hat einen Leitfaden zum Thema herausgegeben, der Internet verfügbar ist (siehe Literatur in Teil F.2.4 unter „Bruns, Hans-Ludwig et. al.“).
- Das „**S.T.E.R.N.-Handbuch**“ zum **betrieblichen Mobilitätsmanagement** basiert auf dem Forschungsprojekt "Mobilitätsmanagement im Moabiter Westen", stellt MM-Projekte vor und gibt praktische Hinweise zur Umsetzung (siehe Literatur in Teil F.2.4 unter „Holzer, Christian“)
- Im **Modellprojekt „Sanfte Mobilitätspartnerschaft“** in Österreich wurde ein sehr übersichtlich gegliederter Leitfaden erstellt, der die einzelnen Entwicklungsschritte („informieren“, „analysieren“, „planen“, „umsetzen“,

- „betreuen“) im betrieblichen MM erläutert. Download möglich unter www.mobilitaetsmanagement.at (siehe Literatur in Teil F.2.4 unter „Herry, Max et al.“).
- Im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung hat das Fraunhofer Institut das Thema **betriebliches Mobilitätsmanagement für den Großraum Nürnberg** untersucht. Der Endbericht des Projekts zeigt eine sehr umfassende bundesweite Bestandsaufnahme von Beispielen und Maßnahmen im betrieblichen MM (siehe Literatur in Teil F.2.4 unter „Hoppe, Frank et al.“).
 - Darüber hinaus hat der **AutoClubEuropa** (ACE) eine Initiative zum betrieblichen MM gestartet und hierzu das Handbuch „Hin & Her“ mit Hinweisen für Arbeitnehmer und Unternehmen veröffentlicht (siehe Literatur in Teil F.2.4 unter „ACE“). Der ACE will darüber hinaus unter www.clever-pendeln.de eine bundesweite der Internetplattform für betriebliches Mobilitätsmanagement geschaffen.
 - **Weitere Hilfen** zum betrieblichen MM finden sich auf verschiedenen Internetseiten (z. B. „Toolbox“, Umweltministerium BW), die in Teil F.3.3 vorgestellt werden.

Mobilitätsplan als Handlungsgrundlage für betriebliche Umsetzung aufstellen

D.4.2 Aufstellung eines Mobilitätsplans

- **Kurzbeschreibung:** Aufstellung eines unternehmensbezogenen Konzepts, das Maßnahmen und Ziele des MM festschreibt
- **Funktionsweise:** Mobilitätspläne sind Plandokumente, die die Erreichbarkeit des Firmenstandorts thematisieren. Sie bestehen im Regelfall aus einer Analyse (Modal-Split, Arbeitszeitregelungen usw.), Zielfestlegungen (Reduzierung des Pkw-Verkehrs um x %, ...), Beschreibung von Maßnahmen (Zuständigkeiten, Finanzierung, Zeitplan) und Konzepten für die Evaluierung der Maßnahmen. In Deutschland wurde bisher nur wenigen Fällen ein konkreter Mobilitätsplan erarbeitet. In der Stadt München gibt es eine Initiative der Stadt, Firmen bei der Aufstellung von Mobilitätsplänen konkret zu unterstützen. In Dresden werden derzeit im Rahmen eines Forschungsprojektes zwei betriebsübergreifende Mobilitätspläne entworfen.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - München (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.1)
 - Modellversuch "Sanfte Mobilitätspartnerschaft" in Österreich (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.3.5)
 - Dresden (www.urban21.de/staedtebau/exwest/dresden.htm)

Neue Technologien nutzen
z. B. zur Fahrgemein-
schaftsvermittlung

D.4.3 Fahrgemeinschaftsvermittlung

- **Kurzbeschreibung:** Unterstützung der Fahrgemeinschaftsvermittlung, z. B. durch Telematikansätze
- **Funktionsweise:** Die Förderung der Fahrgemeinschaftsvermittlung ist eine klassische Maßnahme des betrieblichen MM, die vielerorts umgesetzt wird. Im Projekt M21 ist eine innerbetriebliche dynamische Fahrgemeinschaftsvermittlung aufgebaut worden, die nachmittags stündlich aktualisiert wird und per Internet und Telefon buchbar ist. Dies hat bei DaimlerChrysler in Sindelfingen dazu geführt, dass derzeit rd. 1.300 der 9.000 Mitarbeiter am Vermittlungspool teilnehmen, was einer sehr hohen Reichweite des Dienstes entspricht.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - M21 - Neue telematikgestützte Mobilitätsdienstleistungen im Verkehr (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.3.2)

Kampagnen zur Radnutzung im Berufsverkehr unterstützen und daran teilnehmen

D.4.4 Kampagnen zur Radverkehrsförderung

- **Kurzbeschreibung:** Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Kampagnen zur Förderung des Radverkehrs im Berufsverkehr
- **Funktionsweise:** Das Rad führt im Berufsverkehr im Gegensatz zum Freizeitverkehr eher ein Schattendasein. Um den Stellenwert des Radverkehrs auch im Berufsverkehr zu verbessern, sind in der Vergangenheit mehrere Kampagnen gestartet worden. Die meist regionalen Kampagnen sind nicht eingebunden in betriebliche Mobilitätsmanagement-Konzepte, sie können jedoch Anstoß dafür sein. Die AOK in Bayern ist zusammen mit mehreren Partnern Träger der Aktion "Mit dem Rad zur Arbeit", an der im Jahr 2002 insgesamt 2.316 Teams in 912 Unternehmen aus 31 Städten teilgenommen haben. Die Teilnehmer sind einen Monat lang mit dem Rad zur Arbeit gefahren. Ein weiteres Beispiel ist der Bundeskongress "Mit dem Fahrrad zur Arbeit". Der Kongress wird für 2004 in Neustadt in Rheinland-Pfalz vorbereitet.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.3.1)
 - Bundeskongress "Mit dem Fahrrad zur Arbeit" (www.wirtschaftinbewegung.com)

Mix aus „Push- und Pull-Maßnahmen“ im betrieblichen MM anwenden

D.4.5 Umsetzung von Maßnahmen-Paketen

- **Kurzbeschreibung:** Umsetzung von MM-Maßnahmen in Paket-Lösungen, bestehend aus Push- und Pull-Maßnahmen
- **Funktionsweise:** MM an Firmenstandorten ist insbesondere dann erfolgreich, wenn es als Kombination von Einzelmaßnahmen umgesetzt wird und „Push-Maßnahmen“ und „Pull-Maßnahmen“ sich ergänzen. D.h. Maßnahmen zur Parkraumbewirtschaftung finden keine Zustimmung der Mitarbeiter, wenn es keine Alternativen zur Pkw-Anreise gibt. Bekannte Beispiele setzen stets auf ein Maßnahmenmix, der z. B. in einem Mobilitätsplan niedergelegt wird. Die Firma BASF hat mit einer Kombination aus Werksbussen, einem Fahrgemeinschaftskonzept mit Stellplatzbevorrechtigungen und Vermittlungssystem, einem Werksfahrradsystem sowie Zufahrtsberechtigungen für Radfahrer auf das Firmengelände sowohl die Zahl der Pkw-Fahrten deutlich reduziert als auch die Wegeunfälle verringert. Einen vergleichbar umfangreichen Maßnahmenmix hat die Bausparkasse Schwäbisch Hall verfolgt.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Bausparkasse Schwäbisch Hall (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.3.3)
 - BASF (vgl. Literatur in Teil F.2.4 unter „Schäfer-Breede 1996“)

Zur Steuerung behutsam firmeneigene Parkplätze bewirtschaften

D.4.6 Einführung von Parkraumbewirtschaftung

- **Kurzbeschreibung:** Parkraumbewirtschaftung der Firmenparkplätze als „Push-Maßnahme“
- **Funktionsweise:** Parkraumbewirtschaftung der firmeneigenen Parkplätze ist nicht vergleichbar mit der Bewirtschaftung von öffentlichen Parkplätzen. Vielmehr geht es darum, die knappe Ressource „Parkraum“ am Firmenstandort sachgerecht zu verteilen, z. B. „Belohnung“ von Fahrgemeinschaften durch reservierten Stellplatz, Einschränkung der Parkberechtigung für Mitarbeiter mit zumutbarer ÖPNV-Anreise. Ein umfassendes Konzept wurde durch die Bausparkasse Schwäbisch Hall initiiert. Als „Push-Maßnahme“ wurde für die 3.500 Beschäftigten eine Parkraumbewirtschaftung geschaffen, bei der die Anzahl der zulässigen Parkvorgänge bzw. das Angebot eines reservierten Stellplatzes in Abhängigkeit von der ÖPNV-Verbindung zwischen Wohnort und Arbeitsplatz in drei Stufen gestaffelt für jeden Mitarbeiter festgelegt wurde.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Bausparkasse Schwäbisch Hall (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.3.3)

Möglichkeiten des reduzierten Stellplatznachweises prüfen

D.4.7 Stellplatzreduzierung

- **Kurzbeschreibung:** Reduzierung der nach Landesbauordnung nachzuweisenden Stellplätze durch Verpflichtung zu Komplementärmaßnahmen
- **Funktionsweise:** Bei Neubauten und Erweiterungen von Standorten können durch MM-Maßnahmen ggf. Bau- und Folgekosten vermieden werden, wenn Komplementärmaßnahmen die Notwendigkeit von Stellplätzen reduzieren. Verschiedene Landesbauordnungen ermöglichen den Kommunen, bei Nachweis von Komplementärmaßnahmen auf Stellplätze zu verzichten. Ein solcher Spielraum konnte z. B. in Dortmund durch die SIGNAL-Versicherung bei einer innerstädtischen Erweiterungsmaßnahme genutzt werden. Statt 154 Stellplätze mussten nur 110 Stellplätze errichtet werden. Die 44 restlichen Stellplätze zum Preis von je ca. 18.0000 EUR wurden von der Stadt gestundet. Möglich wurde dies durch die schriftliche Erklärung von insgesamt 59 Mitarbeitern, ausschließlich das vom Arbeitgeber gestellte Job-Ticket-Angebot zu nutzen. Hierdurch wurde eine hohe finanzielle Einsparung für Unternehmen sowie Arbeitnehmer erzielt.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Signal-Versicherung in Dortmund (vgl. Literatur in Teil F.2.4 unter „Schäfer-Breede 1996“)

Dienstfahrzeuge durch Car-Sharing-Fahrzeuge ersetzen

D.4.8 Car-Sharing für Betriebe

- **Kurzbeschreibung:** Ersatz von Dienstfahrzeugen durch Car-Sharing-Fahrzeuge
- **Funktionsweise:** Kostenreduktionen können auch durch eine bedarfsgerechte Reduktion der unternehmenseigenen Dienstwagenflotte in Kombination mit einer Verlagerung auf z. B. Car-Sharing erreicht werden. Im Dienstreisemanagement werden u.a. durch eine verstärkte Nutzung der Bahn und eine Rückführung der Nutzung von Dienstfahrzeugen z. B. durch Car-Sharing-Teilnahme Kostenreduzierungen von 30 % für realistisch eingeschätzt. Car-Sharing für Unternehmen (d.h. wechselnden Personen als Mieter) bieten mittlerweile die meisten Car-Sharing-Anbieter an. Genau auf die Zielgruppe „Unternehmen“ geht das Projekt „combicar“ im Ruhrgebiet zu.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - CombiCar im Ruhrgebiet (www.combicar.org)

Zentrale Serviceeinrichtungen in Technologieparks für betriebliches MM nutzen

D.4.9 Betriebsübergreifendes MM in Technologieparks

- **Kurzbeschreibung:** Umsetzung von betriebsübergreifenden MM-Maßnahmen in Technologieparks durch die zentrale Parkverwaltung
- **Funktionsweise:** Technologieparks bündeln viele kleine und mittelständische Dienstleistungsunternehmen, die sich üblicherweise nicht mit MM auseinandersetzen. Dennoch sind die Strukturen dieser Unternehmen geeignet für MM-Maßnahmen. In einem Technologiepark in Malaga (E) ist dies erkannt worden. Die zentrale Leitung des Technologieparks hat sich des Themas angenommen und die Rolle eines zentralen MM-Koordinators für den Standort übernommen. Aufgrund zentraler IT-Einrichtungen bestehen gute Ausgangsvoraussetzungen für die zentrale Umsetzung von MM-Maßnahmen (z. B. parkweiter Intranet- und eMail-Server).
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Parque Tecnológico de Andalucía in Malaga (E) (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.3.4)

Rolle der Arbeitnehmervertretungen erkennen

D.4.10 Gewerkschaftliche Initiierung von Maßnahmen

- **Kurzbeschreibung:** Engagement von Arbeitnehmervertretungen bei der Initiierung von Maßnahmen des betrieblichen MM
- **Funktionsweise:** Betriebliches Mobilitätsmanagement geht häufig auf das Engagement von Arbeitnehmern zurück. Für die Arbeitnehmervertretungen steht neben den Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten die Reduzierung von Fahrtkosten der Arbeitnehmer für Pendlerwege im Vordergrund. Das prominenteste Beispiel für gewerkschaftliches Engagement ist die Arbeitsgruppe "Umweltfreundlich zum Betrieb", die inhaltlich und personell maßgeblich von der IG Metall in Freiburg unterstützt wird. Im Einzugsbereich dieser AG wird an 13 Standorten betriebliches Mobilitätsmanagement praktiziert. Einzelne Maßnahmen wie z. B. Jobtickets lassen sich so einfacher betriebsübergreifend organisieren.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Freiburg (vgl. Literatur in Teil F.2.4 unter „Arbeitsgemeinschaft Umweltfreundlich zum Betrieb“)

D.5 MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

D.5.1 Übersicht

An Schulen: Mobilitätserziehung + Reduzierung von Bringverkehren

Die traditionelle Verkehrs(sicherheits-)erziehung in der Primarstufe ist in Deutschland weit verbreitet. Hierbei spielen häufig die Polizei sowie die Verkehrswachen als außerschulischer Partner - vor allem bei der Radfahrprüfung - eine wichtige Rolle. **Schulisches Mobilitätsmanagement** beinhaltet jedoch wesentlich mehr: beispielsweise die Förderung des Umweltverbunds bei Schulwegen, um Bringverkehre einzudämmen. Derartige Ansätze sind in Deutschland jedoch kaum zu finden.

Weiterführende Leitfäden, Handbücher, Zeitschriftenaufsätze

Im Projekt „Mobikids“ - Bestandteil des bmbf-Forschungsprojektes „Mobinet“ - wurde Mobilitätsmanagement an einer Grundschule in München getestet und wissenschaftlich begleitet. Die Dokumentation des Projekts (Endbericht) beschreibt eine Vielzahl von **Maßnahmen, die im schulischen Mobilitätsmanagement Anwendung finden** können. Darüber hinaus stellen verschiedene Internetseiten Hilfen zu diesem Thema zur Verfügung (u.a. www.schoolway.net des EU-Forschungsprojekts Provider, www.lernwerkstatt.de).

Nur wenige Hilfen im Bereich Wohnen, Freizeit-Einkufsstätten, Tourismus

Kampagnen zur Schulweggestaltung mit Rad und Fuß unterstützen

Für andere **Teilbereiche dieses Handlungsfeldes** (z. B. MM an Wohnstandorten, MM an Krankenhäusern) sind derzeit abgesehen von Forschungsberichten kaum Arbeitshilfen für die Praxis vorhanden.

D.5.2 Kampagnen und Aktionen an Schulen

- **Kurzbeschreibung:** Durchführung zeitlich befristeter Marketing-Kampagnen zur Bewusstseinsbildung bei Schülern, Lehrern und Eltern
- **Funktionsweise:** Vor allem über öffentlichkeitswirksame Kampagnen und Aktionen zur Bewusstseinsbildung bei Schülern, Lehrern und Eltern kann der Einstieg in schulisches Mobilitätsmanagement erleichtert werden. Beispielsweise geht es beim Projekt "Kindermeilen" (www.kindermeilen.de/kinder) um Aktionen im Rahmen der Klimaschutzinitiative, die das Thema Mobilität spielerisch behandeln sollen. Die Kampagne "I walk to school" kommt aus den USA und hat inzwischen weltweite Verbreitung gefunden. Das hessische Kultusministerium hat zum Schuljahr 2000/2001 erstmals den Wettbewerb „fahrradfreundliche Schule“ durchgeführt. Dabei geht es zum einen um die Sammlung von Ideen, welche Maßnahmen man ergreifen kann und wie man strategisch vorgehen kann. Zum anderen sollen Schulen motiviert werden, das Thema aufzugreifen und umzusetzen.

- **Anwendungsbeispiele:**

- Verkehrsclub Deutschland ("Kindermeilen", www.kinder-meilen.de/kinder)
- www.lwalktoschool.de
- Hessisches Kultusministerium (Fahrradfreundliche Schule, www.bildung.hessen.de/abereich/erzieh/verkehr/ukiv/partner.htm)

Unterrichtsmaterialien für die schulische Mobilitätserziehung bereitstellen

D.5.3 Unterrichtsmaterialien

- **Kurzbeschreibung:** Aufbereitung spezieller Unterrichtsmaterialien für die schulische Mobilitätserziehung
- **Funktionsweise:** Damit sich Mobilitätserziehung in der schulischen Praxis durchsetzen kann, sind geeignete Unterrichtsmaterialien erforderlich. Hierbei haben sich u.a. Verkehrsunternehmen und -verbände als wichtige Partner herauskristallisiert. Stellvertretend für mehrere Verkehrsverbände hat der Hamburger Verkehrsverbund (HVV) zusammen mit dem Amt für Schule der Stadt Hamburg Pionierarbeit geleistet. Im Land Niedersachsen wurde vom Kultusministerium die Initiative „curriculum Mobilität“ gestartet. Ziel des Vorgehens ist es, einzelne Lerninhalte in die Rahmenrichtlinien ausgewählter Fächer zu integrieren, um dem Thema Mobilität eine fest verankerte und

Fächer übergreifende Bedeutung zu geben. Ausführliches Lehrmaterial, Praxisbeispiele und Hinweise zur Wirkungsermittlung werden in Großbritannien vom Bildungs- und Gesundheitsministerium im Internet bereitgestellt. In Österreich wird seit Mitte der neunziger Jahre im Auftrag des Verkehrsministeriums das schulische Mobilitätsmanagement durch den Verkehrsclub Österreich (vcö) verbreitet. Unter dem Thema „Mobilität lernen - sicher & umweltbewusst“ können viele Unterlagen aus dem Internet als fertig vorbereitete Folien bezogen werden.

- **Anwendungsbeispiele:**

- Hamburger Verkehrsverbund (Schulberatung im HVV, www.hvv.de)
- Land Niedersachsen (Initiative „curriculum Mobilität“, www.curriculum-mobilitaet.de)
- Großbritannien, Bildungs- und Gesundheitsministerium (www.local-transport.dft.gov.uk/schooltravel)
- Verkehrsclub Österreich (www.vcoe.at/start.asp?pg=detail.asp?ID=945)

Informationsaustausch zwischen Lehrern und Wissenschaft verbessern

D.5.4 Infobörse zum schulischen MM im Internet

- **Kurzbeschreibung:** Internetportale zur Verbesserung des Wissenstransfers zwischen Verkehrsforschung und Lehrkräften in der schulischen Mobilitätserziehung
- **Funktionsweise:** Neben der Erstellung geeigneter Unterrichtsmaterialien ist der Wissenstransfer zwischen der Verkehrsforschung und den Lehrkräften an den Schulen eine wichtige Aufgabe. Zur Verbesserung des Informationsaustauschs haben das BMVBW, die Verkehrswacht, Volkswagen und der Ernst Klett Grundschulverlag das Internetportal www.lernwerkstatt.de als Plattform für den Austausch zwischen Pädagogen, Eltern und Verkehrsexperten zu Grundlagen und Anwendung moderner Verkehrserziehung geschaffen. Im EU-Projekt „PROVIDER“ (www.schoolway.net) wird zurzeit eine internationale Internet-Plattform für Schulen zum Ideenaustausch zwischen Schulen und Verkehrsexperten erstellt. Hierdurch sollen möglichst viele Schulen motiviert werden, Mobilitätsmanagement in die Praxis umzusetzen.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Lernwerkstatt (www.lernwerkstatt.de)
 - EU-Forschungsprojekt „PROVIDER“ (www.schoolway.net)

**Schulischen Mobilitätsplan
zur Verkehrsreduzierung
aufstellen**

D.5.5 Schulischer Mobilitätsplan

- **Kurzbeschreibung:** Aufstellung eines schulischen Mobilitätsplans vergleichbar einem betrieblichen Mobilitätsplan
- **Funktionsweise:** Vergleichbar einem betrieblichen Mobilitätsplan setzt sich der schulische Mobilitätsplan mit der An- und Abreise der Schüler zum Schulstandort auseinander. Er zeigt Awareness-Maßnahmen und flankierende Infrastrukturmaßnahmen zur Steigerung der Schulwegsicherheit auf. Schulische Mobilitätspläne sind in Großbritannien verbreitet. Für landesweit 38 Schulen in Großbritannien wurde 1998 als Einstieg zunächst die Erstellung eines „School Travel Plans“ finanziert. 1999 setzten 507 Schulen einen derartigen Plan mit zum Teil beachtlichen Ergebnissen um. Durch Informationen, Wettbewerbe und der Umsetzung eines Schulmobilitätsplans ging die Anzahl der Schüler und Schülerinnen, die mit dem Auto zur Schule gebracht werden, um etwa 20 % zurück. In Deutschland ist der Ansatz bislang nicht verbreitet.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Großbritannien
 - Provinz Limburg/Belgien (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.4.1)

Schulischen Mobilitätsplan
zur Verkehrsreduzierung
aufstellen

D.5.6 Mobilitätsverpflichtung an Schulen

- **Kurzbeschreibung:** Selbstverpflichtung der Schüler, der Lehrer und der Eltern zur Verkehrsreduzierung und Sicherheitserhöhung mit konkreten Zielwerten gegenüber der Stadt/Gemeinde
- **Funktionsweise:** Die Mobilitätsverpflichtung ("Mobility Covenant") wurde in der Region Flandern als Selbstverpflichtung zur Verkehrsreduzierung und Sicherheitserhöhung entwickelt. Kommunen gehen diese gegenüber der Regionalverwaltung ein, Schulen und Betriebe gegenüber der Kommune. Bestandteil der Mobilitätsverpflichtung ist ein Mobilitätsplan der Schule, der die Eckpunkte der Verkehrsreduktion festlegt und Maßnahmen vorsieht.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Provinz Limburg/Belgien (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.4.1)

„Radfahrgemeinschaften“
zur Schulwegsicherung or-
ganisieren

D.5.7 Bildung von Fahrradpools für Schulwege

- **Kurzbeschreibung:** Bildung von Radfahrgemeinschaften für den gemeinsamen Schulweg
- **Funktionsweise:** Insbesondere junge Schüler der Primarstufe bilden eine „Radfahrgemeinschaft“, die entlang einer festgelegten Route die Schüler nacheinander „aufnimmt“. Diese Form des gemeinsamen Schulwegs wurde vor allem aus Gründen der Schulwegesicherheit entwickelt und soll Bringverkehre durch die Eltern eindämmen. Fahrradpools wurden erstmals in der Provinz Limburg (Belgien) eingesetzt und umfassen dort bis zu sieben Kinder aus der gleichen Nachbarschaft, die in Begleitung eines Erwachsenen zur Schule radeln. An zwei Schulen in Brecht nutzen mittlerweile 100 von 400 Schülern diese Radfahrgemeinschaften. Zur Unterstützung für die Schulleitungen bzw. Mobilitätskoordinatoren wurde ein eigenes Handbuch herausgegeben. Im Rahmen eines EU-Forschungsprojekts (Projekt „SUN“) wurden Radfahrpools an zwei weiterführenden Schulen in Marl und Herne (Nordrhein-Westfalen) in der fünften Klasse durchgeführt. Dabei lag der Schwerpunkt in den beiden Schulen auf der Bildung von Fahrradpools. Zur Vorbereitung wurden Mobilitätstagebücher erstellt, die für den vorher/nachher Vergleich herangezogen werden konnten.

- **Anwendungsbeispiele:**

- Provinz Limburg/Belgien (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.4.1)
- EU-Forschungsprojekt „SUN“

„Geh-Gemeinschaften“ zur Schulwegsicherung organisieren

D.5.8 Walking-Bus für Schulwege

- **Kurzbeschreibung:** Bildung von Gehgemeinschaften für Schulwege zu Erhöhung der Wegesicherheit
- **Funktionsweise:** Vergleichbar dem Prinzip der Fahrgemeinschaft finden sich Schulkinder v.a. der Primarstufe zu „Gehgemeinschaften“ zusammen, die einer festen Route und festen Zeiten folgen. Ggf. findet eine Begleitung der Gehgemeinschaft durch Erwachsene (Elternteil, Lehrer, Erzieher usw.) statt. Ziel ist, das Zufußgehen als Fortbewegungsform unter jungen Schülern zu verankern und Pkw-Bringverkehre durch Abbau des subjektiven Sicherheitsrisikos der Kinder einzudämmen.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Projekt „Mobikids“ in München (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.4.4)

**Betreuung von Schulbus-
fahrten organisieren**

D.5.9 Schul-Scouts

- **Kurzbeschreibung:** Betreuung von Schulbussen zur Erhöhung der Schulwegesicherheit sowie der Vorbeugung bezüglich Gewalt und Vandalismus
- **Funktionsweise:** Gewalt und Vandalismus in Schulbussen stellt vielfach ein Problem in der Schülerbeförderung im ÖPNV dar. Hier sammelt zurzeit das Verkehrsunternehmen Regionalverkehr Köln mit "Schul-Scouts" gute Erfahrungen. Die Scouts gehen in Schulen und bieten zur Konfliktbewältigung eigene Unterrichtsmodule in Absprache mit den Schulträgern an. Sie begleiten die Jugendlichen auf ihrem Weg zu den Haltestellen sowie den Bussen und erläutern Zusammenhänge.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Regionalverkehr Köln (www.rvk.de)

Jugendliche zu Mobilitäts-
themen gezielt ansprechen

D.5.10 Public-Awareness-Kampagnen für Jugendliche

- **Kurzbeschreibung:** Public-Awareness-Kampagnen zur gezielten Ansprache von Jugendlichen mit dem Ziel der Förderung des Umweltverbundes
- **Funktionsweise:** Public-Awareness-Kampagnen, die sich speziell an Jugendliche richten, zielen auf die Förderung des Umweltverbundes und die Wahrnehmung des Umweltverbundes als Alternative zum Pkw durch die Jugendlichen ab. 2002 wurde erstmalig unter dem Motto "You-move.nrw" ein landesweiter Wettbewerb in Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Weitere Beispiele sind das Internet-Angebot www.nachtexpress.de der Dortmunder Stadtwerke oder das Musik- und Kletterfestival „KraSSVielBeat“ der Kölner Verkehrs-Betriebe AG.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - "You-move.nrw" in Nordrhein-Westfalen www.you-move.nrw.de
 - Dortmunder Stadtwerke (www.nachtexpress.de)

Jugendlichen durch innovative Lösungen Mobilitätsangebote bereitstellen

D.5.11 Taxenkostenbezuschung für Jugendliche

- **Kurzbeschreibung:** Bezuschung von Taxenfahrten Jugendlicher zur Vermeidung nächtlicher Freizeitverkehrsunfälle
- **Funktionsweise:** Seit 1995 können Jugendliche bis 25 Jahre zum halben Fahrpreis in Wochenendnächten in Brandenburg Taxen benutzen. Die Aktion „fifty-fifty-Taxi“ des Ministeriums für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Brandenburg (MSWV) wird gemeinsam von der AOK und der Taxi-Genossenschaft Potsdam e.G umgesetzt. Hierzu werden landesweit jährlich Tickets mit einem Nennwert von insgesamt 100.000 € über die AOK-Service-Center zum halben Nennwert an Jugendliche verkauft (d.h. Ticket mit einem Wertaufdruck von 5 € wird für 2,50 € verkauft) und dann bei der Zahlung der Taxenfahrt als Gutschein angerechnet. Ziel der Aktion ist die Vermeidung nächtlicher Freizeitunfälle dieser Altersgruppe z. B. infolge von Alkoholkonsum.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Land Brandenburg (fifty-fifty-taxi,
www.brandenburg.de/land/mswv/verkehr/fiftyfifty.html)

Zugenzogene Neubürger
über Angebote des Umwelt-
verbundes informieren

D.5.12 Welcome-Pack für Neubürger

- **Kurzbeschreibung:** Bereitstellung von individuellen Informationsmappen für Neubürger einer Kommune
- **Funktionsweise:** Personen, die gerade umgezogen sind, müssen sich am neuen Wohnort zunächst orientieren und sind dankbar für Informationen zum Verkehrsmittelangebot. Dies ist ein guter Ansatzpunkt, um eingespieltes, verkehrsmittelfixiertes Verkehrsverhalten „aufzubrechen“. In zahlreichen Kommunen ist dieses Instrument eingesetzt worden. In der Stadt Münster wurde ein „mobil.paket“ für Neubürgerinnen und Neubürger (individualisierte Informationen zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel) erprobt.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Münster (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.3)

Informationen zum Umweltverbund an Freizeit-/Einkaufsstätten verbessern

D.5.13 Informationsmaßnahmen Freizeit-/Einkaufsstätten

- **Kurzbeschreibung:** Verbesserung der Information über die Erreichbarkeit eines Standorts mit Verkehrsmitteln des Umweltverbunds
- **Funktionsweise:** Neben der Erstellung neuer Mobilitätsangebote ist ein Ansatzpunkt die wesentlich bessere Ausgestaltung der Informationen an den Standorten des Freizeit- oder Einkaufsverkehrs. So sind die Verkehrsmittel des Umweltverbundes an diesen Standorten oft kaum präsent. Teilweise scheitert die Wahrnehmung der Erreichbarkeit per ÖPNV, Rad oder Fuß auch an der einfachen Informationsbereitstellung, die zu geringen Kosten zu erreichen wäre. Hierzu zählen Fahrplanaushänge bzw. dynamische Abfahrtsanzeiger in den Ausgangsbereichen der Standorte, Wegweisungen z. B. von der Haltestelle zum Standort, Integration wichtiger Standorte in Haltestellenumgebungspläne und in die elektronischen Fahrplanauskunftssysteme des ÖPNV. Des Weiteren ist häufig mit wenig technischem Aufwand eine Verlinkung von Internetseiten mit für diesen Standort relevanten und abgestimmten Anreiseinformationen herstellbar.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Rhododendron-Park in Bremen im EU-Forschungsprojekt MOST ([mo.st](#))

Mobilitätszentrale mit touristischer Ausrichtung in Tourismusorten entwickeln

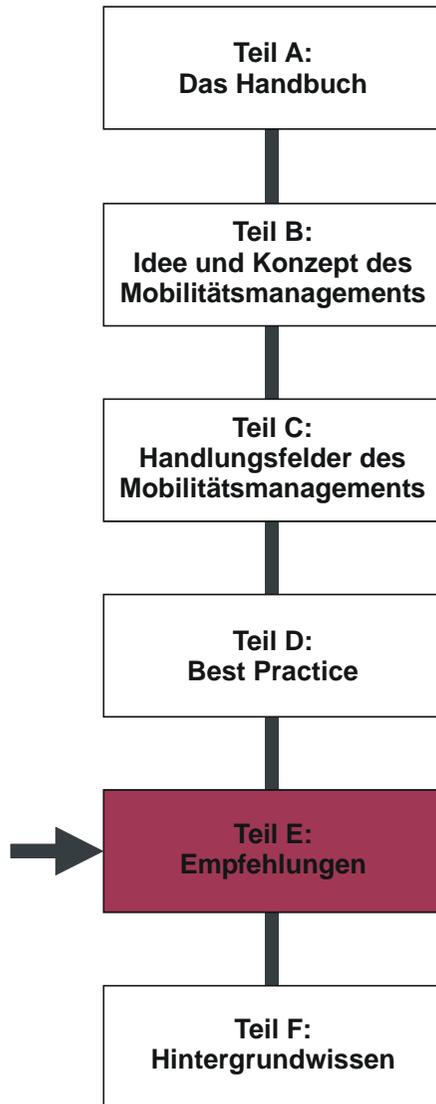
D.5.14 Touristische Mobilitätszentrale

- **Kurzbeschreibung:** Einrichtung von Mobilitätszentralen in Tourismusgebieten mit touristischer Orientierung
- **Funktionsweise:** Um autofreien oder autoarmen Tourismus zu realisieren, müssen sowohl Tourismus- und Verkehrsinformationen verknüpft als auch konkrete Verkehrsangebote koordiniert werden. Hierzu sind entsprechende Einrichtungen erforderlich. Eine Einrichtung mit diesem Ziel ist die touristische Mobilitätszentrale in Salzburg „mobilito“. Sie wird getragen vom Gemeindeverband ÖPNV Pongau, allen Mitgliedsgemeinden der Region Pongau, der Österreichischen Postbus AG und den Österreichischen Bundesbahnen.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - mobilito - die Mobilitätszentrale in Salzburg (www.mobilito.at)

Pauschale ÖPNV-Tarifangebote für ortsfremde Besucher entwickeln

D.5.15 ÖPNV-Tickets für Tagungsbesucher und Hotelgäste

- **Kurzbeschreibung:** Bereitstellung bestimmter pauschaler ÖPNV-Tickets für Tagungsbesucher und Hotelgäste
- **Funktionsweise:** Ortsunkundigen fällt die Orientierung in fremden ÖPNV-Netzen oft schwer. Kommt noch die Auseinandersetzung mit ÖPNV-Tarifen hinzu, ist dies oft ein Ausschlussgrund für die ÖPNV-Nutzung. Durch spezielle pauschalisierte Ticketangebote für Tagungsbesucher und Hotelgäste lassen sich ortsfremde Touristen für den ÖPNV gewinnen. Ein Beispiel hierfür ist die gesteigerte Nutzung des ÖPNV durch ein umgestaltetes „ConferenceTicket“ in der Stadt Tübingen. In dieses Ticket wurden Informationen über das Busnetz integriert, es wurde zweisprachig gestaltet und anschließend intensiver gegenüber den Veranstaltern vermarktet. Als Resultat stieg der Anteil der Busnutzer an den Tagungsteilnehmern von unter 20 % auf über 70 %.
- **Anwendungsbeispiele:**
 - Tübingen (Best-Practice-Beispiel, Dossier siehe Teil F.1.1.2)



Teil E: Empfehlungen

Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination

Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

Betriebliches MM

MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

E.1 Einführung

Die Best-Practice-Beispiele haben gezeigt, dass Mobilitätsmanagement für zahlreiche Anwendungen ein **geeignetes Instrument zur effizienten und umweltverträglichen Bewältigung des Verkehrsaufkommens** darstellt. Da die Wirkungen von MM-Maßnahmen bisher weder systematisch untersucht wurden noch hinreichend dokumentiert und bekannt sind, ist MM noch nicht überall anerkannt.

**Tipps für die Verbreitung
und Durchsetzung von MM**

Vor diesem Hintergrund versucht Teil E „Empfehlungen“ des Handbuchs, die aus der Vielzahl analysierter Praxisbeispiele gewonnenen Erkenntnisse zusammenfassend darzustellen und daraus **Empfehlungen für die Planungspraxis** abzuleiten. Die Empfehlungen verstehen sich als Tipps, die die Verbreitung von MM fördern und die Durchsetzung von MM vor Ort erleichtern können. Sie ersetzen aber keinen Handlungsleitfaden zur Implementierung von MM-Maßnahmen (vgl. hierzu auch Teil D „Best Practice“).

Empfehlungen nach Themenkomplexen sortiert

Die Erkenntnisse und Empfehlungen sind wiederum den **4 Handlungsfeldern**

- Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination
- Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen
- Betriebliches MM
- MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

zugeordnet. In jedem Handlungsfeld wird zudem nach den Themenkomplexen Initiierung, Leistungsspektrum/Medien und Partnerschaften/Finanzierung unterschieden, um den Zugang zum gesuchten Thema zu erleichtern. Ein paar Hinweise zur Öffentlichkeitsarbeit runden das Empfehlungskapitel ab.

Zusammenfassung der Empfehlungen

Die Empfehlungen lassen sich **schlagwortartig zusammenfassen:**

- geeignete Handlungsfelder auswählen,
- Zuständigkeiten auf den verschiedenen Ebenen klären,
- Vernetzung mit den betroffenen Fachdisziplinen/Unternehmen/Akteure herbeiführen,
- Lobbying als Überzeugungsarbeit betreiben,
- stärkere Technikorientierung fördern,

- Integration vorhandener Technikanwendungen gewährleisten,
- MM-Aktivitäten möglichst institutionalisieren oder z. B. in Nahverkehrsplänen und Standort bezogenen Mobilitätsplänen als Selbstverpflichtung verankern,
- Intensives Marketing betreiben,
- Informationen über zu erwartende Wirkungen verbessern,
- erreichte Wirkungen systematisch kommunizieren und dokumentieren.

E.2 Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination

E.2.1 Initiierung

MM braucht Vorbilder und lokale Kümmerer

Eine **kommunale „Mobilitätskultur“ bzw. ein neues Planungsverständnis** ist wesentliche Voraussetzung für die Initiierung und weitere Verbreitung von MM. MM braucht ein Leitbild und lokale Leitfiguren („Kümmerer“).

MM setzt ein **integriertes Mobilitäts- bzw. Planungsverständnis** voraus, welches in vielen Kommunen derzeit noch fehlt. Zudem ist vielfach das Grundverständnis dafür, was MM umfasst und was es leisten kann, unvollständig oder gar nicht entwickelt.

Wesentlicher Erfolgsfaktor für eine kommunale Verbreitung von MM ist die **Vorbildfunktion der Kommunalverwaltung** (Mobilitätskonzepte für die Verwaltung). Auf der anderen Seite sind ungeklärte Zuständigkeiten auf Verwaltungsebene für die Themen des MM häufig ein Hemmnis für die Verbreitung von MM. Hilfreich könnte eine Projekt orientierte Vorgehensweise in Arbeitsgruppen sein.

Internetbasierte Wissens- und Informationsplattformen hilfreich

Eine der Haupttätigkeiten zur Initiierung von MM liegt in der **Überzeugung lokaler Meinungsbildner** von den grundsätzlichen Vorteilen des MM. Hierzu zählen insbesondere die verkehrlichen und ökonomischen Vorteile. Eine Internet basierte Wissens- und Informationsplattform oder ein Städtenetzwerk zum Erfahrungsaustausch wären hierbei hilfreich.

Um Effekte kurzfristig und überzeugend verdeutlichen zu können, sollte MM bei quantitativ bedeutsamen und in ihrer Art **gut abgrenzbaren Verkehrsströmen** ansetzen (z. B. Berufsverkehr, Ausbildungsverkehr, Eventverkehre).

E.2.2 Leistungsspektrum / Medien

Die **Demonstration des „Dienste-Charakters“ von MM** (Internetportale, Direktmarketing, neue „Services“...) erhöht die Chancen auf politische Zustimmung und Umsetzung. Die Verbindung mit Elementen der Telematik und des Verkehrsmanagements (und von entsprechenden Partnern) reduziert die Gefahr des „Öko-Images“ von MM.

Die **Betonung der Effizienzsteigerung** bzw. der besseren Auslastung bestehender Infrastrukturen scheint vorteilhafter als die Betonung der Umweltentlas-

tung. Auch das Aufgreifen von sensiblen und teilweise emotional besetzten Themen (wie z. B. Kindersicherheit und schulisches MM) kann die Chancen auf politische Unterstützung erhöhen.

Für **regelmäßige und große Verkehrsströme** (Berufsverkehr, Ausbildungsverkehr) sind MM-Maßnahmen leichter organisierbar. Controlling und Wirkungsnachweise sind einfacher durchzuführen und als Begründung für weitere Maßnahmen sehr hilfreich.

Angebotsänderungen im ÖPNV sind ein guter Anlass für MM

Auch (größere) **Veränderungen im ÖPNV-Angebot** müssen kommuniziert werden und sind deshalb ein guter Anlass, mit MM zu beginnen, insbesondere weil der ÖPNV einen Kernbestandteil von MM bildet. Da ÖPNV-Marketing eine unverzichtbare Aufgabe ist, eignet es sich als Nukleus für weiterreichende MM-Aktivitäten.

E.2.3 Partnerschaften / Finanzierung

MM wird zzt. sehr stark aus der **ÖPNV-Branche** getragen und hat sich dort aus der Notwendigkeit zur Fahrgastinformation entwickelt. Insofern besteht indirekt auch eine öffentliche Finanzierung der MM-Aktivitäten der kommunalen Verkehrsunternehmen.

MM ist wesentlich preiswerter als Infrastrukturprojekte

In Förderprogrammen findet MM derzeit keine Berücksichtigung, obgleich die Kosten für MM im **Vergleich zu Kosten für Infrastrukturprojekte** in der Regel wesentlich niedriger sind. Gründe hierfür dürften u.a. in der mangelnden Bekanntheit des Ansatzes und in der weitgehend fehlenden Wirkungsermittlung liegen.

Häufig konzentrieren sich die Kommunen auf bestehende Förderprogramme und auf die **Erfüllung von Pflichtaufgaben**. Eine eigenständige Förderung von MM-Maßnahmen ist eher selten. In Zeiten knapper öffentlicher Kassen dürfte sich das im Einzelfall vorhandene MM-Engagement der Kommunen weiter reduzieren.

Die **Höhe der erforderlichen Finanzmittel** ist oft nicht das zentrale Argument gegen die Anwendung von MM-Maßnahmen. Es fehlt vielmehr die politische Wertschätzung. Ein Beleg hierfür sind engagierte MM-Aktivitäten in Städten ganz verschiedener Größenordnung trotz Sparvorgaben und Finanzierungsengpässen.

Alle bedeutsamen Partner einbeziehen, um MM-Image deutlich zu verbessern

Es ist zu empfehlen, alle **strategisch bedeutsame Partner einzubeziehen** wie z. B. Arbeitgeber, Verbände, Verkehrsmanagementansätze etc. Auf diese Weise lässt sich das Image von MM deutlich verbessern.

Die Vergabe von Fördermitteln sollte mit der **Anforderung an eine Kooperation der Akteure** verbunden werden. Eine mögliche Strategie kann sein, MM-Elemente in andere Maßnahmen als flankierende bzw. fördernde Maßnahmen zu integrieren. Dieser Anteil steht vor allem für Maßnahmen der Information zur Verfügung, um die erwünschten Wirkungen baulicher Maßnahmen zu erhöhen (z. B. bei Verlängerung einer Stadtbahnstrecke). Eine Grundsatzentscheidung hierzu ist u.U. leichter zu erreichen als eine Diskussion über Begleitmaßnahmen in jedem Einzelfall.

E.3 Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

E.3.1 Initiierung

Wettbewerb im ÖPNV erfordert kommunales Engagement

Mobilitätszentralen gibt es häufig in Räumen, in denen sich ein **kommunales Verkehrsunternehmen** aus wettbewerblichen oder strategischen Gründen als Mobilitätsdienstleister positioniert hat. Mobilitätszentralen in der Trägerschaft von Verkehrsunternehmen sind jedoch in ihrem Fortbestand durch den Wettbewerb im ÖPNV gefährdet. Die ÖPNV-Aufgabenträger sind sich dieses Problems wenig bewusst.

Bei einer **Integration von Mobilitätszentralen in ein (neues) Mobilitätsleitbild** einer Kommune ist es wahrscheinlich, dass die klassischen Aufgaben wie „Information“, „Beratung“ und „Verkauf“ (im ÖPNV) ergänzt werden durch „Strategieentwicklungen“ unter der Regie eines Mobilitätsmanagers. Zur Durchführung von Kampagnen, zur Entwicklung neuer Dienste, zur Initiierung von Car-Sharing, zur Organisation von Veranstaltungen etc. werden jedoch andere Personalqualifikationen erforderlich sein, als sie für Informations- und Verkaufstätigkeiten benötigt werden.

MM in Nahverkehrsplan verankern

Unabhängig davon wird deutlich, dass eine qualifizierte Mobilitätsberatung besonders wirkungsvoll durch **Verankerung in Nahverkehrs- oder Verkehrsentwicklungsplänen** gewährleistet werden.

In Zukunft wird die **Verantwortung für die Initiierung, Steuerung und Finanzierung** der Mobilitätsberatung und v.a. von Mobilitätszentralen zunehmend bei den Kommunen liegen. Die operative Durchführung mit definierten Anforderungen kann dann durch ein Verkehrsunternehmen oder andere Dienstleister erfolgen. In diesem Zusammenhang empfiehlt es sich, vorhandene Erfahrungen Dritter möglichst weitgehend zu nutzen und MM-Dienstleistungen z. B. in Verkehrsverträgen zu verankern oder durch separate Ausschreibung zu vergeben.

Umbau- oder Neuordnungsmaßnahmen im Bereich von Kundenzentren, Bahnhöfen oder Tourismuszentralen sollten genutzt werden, die Möglichkeiten zur Einrichtung einer Mobilitätszentrale zu prüfen.

E.3.2 Leistungsspektrum / Medien

Der **Schwerpunkt der Kundenanfragen** liegt im Bereich ÖPNV. Daher sind bestehende Mobilitätszentralen häufig eher moderne, zeitgemäße ÖPNV-KundenCenter mit geringfügig erweiterter bzw. abgerundeter Leistungspalette.

Mobilitätsmanagement war in der Vergangenheit vor allem auf die **kostenintensive persönliche Beratung** konzentriert. Die technischen Möglichkeiten neuer Medien, Datenbankplattformen etc. wurden dabei eher wenig genutzt. Dies hat Mobilitätsmanagement teilweise das Image von Technikfeindlichkeit eingebracht.

MM zu einem technik-innovativen Ansatz ausbauen

Es empfiehlt sich, Mobilitätsmanagement zu einem **technikinnovativen Ansatz** auszubauen. Es sollten daher verstärkt Telematiklösungen zur Auskunft- und Vertriebstätigkeit, aber auch für Vermietungs- und Vermittlungsaufgaben eingesetzt und erforderlichenfalls entwickelt werden. Beispiele hierfür sind elektronische Fahrplanauskunftssysteme, Buchungs- und Vertriebssysteme (z. B. der DB AG), Car-Sharing und Call-A-Bike, aber auch Chipkartensysteme für Radstationen.

Differenzierte Bedienungsformen im ÖPNV und Fahrgemeinschaftsvermittlung können wesentlich attraktiver werden, wenn die Buchungszeiträume deutlich kürzer wären, die Auswahl potentieller Fahrmöglichkeiten wesentlich transparenter würde und eine jederzeitige Informations- und Buchungsmöglichkeit über individuelle Endgeräte bestünde.

Technikeinsatz verbessert Beratung und reduziert Personalkosten

In den letzten Jahren ist bereits ein deutlicher **Ausbau der Medien „Internet“ und „Call-Center“** im Bereich der Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen erkennbar geworden. Hiermit ist v.a. im ÖPNV eine personalärmere Beauskunftung und Beratung möglich als bei personalbedienten Mobilitätszentralen. Dieser Trend wird zu einer Reduzierung der Personalaufwendungen für einfache Informations- und Verkaufstätigkeiten führen.

Zur Erschließung neuer Kundengruppen für den ÖPNV ist eine **intermodale Angebotspalette** erforderlich. ÖV-Information alleine reicht nicht mehr aus. Vielmehr sollten alle Verkehrsmittel des sog. Umweltverbundes einbezogen werden, da die Verknüpfung/Vernetzung verschiedener Träger als wichtiges Argument für die Vermeidung von Pkw-Fahrten genutzt werden kann.

Wenn auch neue Informationsmedien wie das Internet oder Sprachdialogsysteme zunehmend an Bedeutung gewinnen, ist eine generelle **Abschaffung von Beratungspersonal nicht zu empfehlen**. Beispielsweise wünschen bestimmte Kundengruppen (u.a. Rentner) einen erhöhten Beratungskomfort. Andererseits werden Auskünfte zunehmend komplexer und können von Computern (noch) nicht effizient gehandhabt werden (z. B. die Verbände übergreifende Tarifberatung im ÖPNV).

E.3.3 Partnerschaften / Finanzierung

Die Effizienz beim Aufbau und Betrieb der Mobilitätsberatung kann eher dadurch gesteigert werden, dass jeder Partner/Träger seine **fachlichen Kompetenzen in einen Beratungs-Pool** einbringt, als wenn ein Träger alles alleine aufbaut und betreibt.

MM lebt von Kooperationen

Kooperationen zwischen verschiedenen Trägern oder Partnern müssen jedoch aktiv initiiert und möglichst institutionalisiert werden, wenn sie dauerhaft funktionieren sollen. Hierzu zählen Kooperationen der Mobilitätszentrale mit z. B. Tourismus-Zentrale, VSM-Zentrale, lokalen Verkehrsunternehmen/DB AG, Kommunen, Verkehrsinitiativen, Car-Sharing-Organisationen, Lieferdienst-

MM kann durch Nutzerentgelte allein nicht finanziert werden

Anbietern und Taxi-Gewerbe. Auf diese Weise werden Dienstleistungen und Arbeitsplätze für die Zukunft geschaffen.

MM ist alleine **durch Nutzerentgelte nicht zu finanzieren**. Komplette nutzerfinanzierte Mehrwertdienste sind im gesamten Telematikbereich kaum zu finden. Auch in den BMBF-Projekten „Mobilität in Ballungsräumen“ konnten bisher, trotz teilweise intensiver Bemühungen, keine tragfähigen privatwirtschaftlichen Betreiberstrukturen entwickelt werden.

Die **Beteiligung der Nutzer an der Finanzierung von Mobilitätszentralen** ist jedoch nicht unbekannt und erfolgt z. B. über erhöhte Telefonkostensätze. Eine moderate Gebühren-/Entgelterhebung ist durchaus akzeptiert, da die Abrechnung im Zusammenhang mit anderen akzeptierten Gebühren erfolgt (Telefonkosten). Ähnlich verhält es sich mit einer integrierten Abrechnung über Car-Sharing-Preise, ÖV-Tickets und Veranstaltungstickets. Eine Integration von Beratungskosten in verkehrliche oder andere Dienstleistungen vermeidet die Gefahr des Aufbaus von Systemwiderständen, die durch die Mobilitätsberatung eigentlich abgebaut werden sollen.

Mobilitätszentralen brauchen in vielen Fällen neue Trägerschaften. Hier sind vor allem **Aufgabenträger und Verkehrsverbände** gefragt.

Bestehende Beratungsangebote in Mobilitätszentralen bündeln

Bestehende Beratungsangebote sollten analysiert und nach Möglichkeit gebündelt werden.

Der **Aufbau regionaler/landesweiter Plattformen** zum Informationsaustausch erleichtert die Verbreitung von Best-Practice-Beispielen und erspart den Aufwand der Informationssuche an verschiedenen Orten.

Ein gutes Beratungsangebot über (zentrale) Call-Center und (qualitativ hochwertige) Internet-Angebote sollte entwickelt werden, um den im Vergleich teureren **Personalaufwand der persönlichen Beratung zu reduzieren**.

E.4 Betriebliches MM

E.4.1 Initiierung

Betriebliches Mobilitätsmanagement wird in den meisten Fällen nur ansatzweise und selektiv praktiziert (i.d.R. informell). Es ist vielfach nicht systematisch ausgebaut und auch nicht unter der Bezeichnung „Mobilitätsmanagement“ subsumiert. Betriebsübergreifende MM-Projekte sind bisher kaum anzutreffen (Ausnahmen: Freiburg, Dresden).

Unterstützung durch Unternehmensleitung und Mitarbeitervertretung

Betriebliches MM spielt häufig **nur an größeren Unternehmensstandorten** (große Verkehrserzeuger) eine Rolle. Wichtige Erfolgsvoraussetzung ist dabei eine aktive Beteiligung der Unternehmensleitung und der Mitarbeitervertretung.

Da MM als freiwillige Maßnahme auf Überzeugungsarbeit angewiesen ist, versprechen vor allem die Punkte **Kosteneffizienz, Mitarbeiterzufriedenheit und Imageverbesserung** eine besondere Wirkung.

Betriebliches MM braucht Vorbilder, z. B. Kommunalverwaltungen

Erfolg versprechend ist auch ein Vorgehen, das **Multiplikator-Effekte** nutzt. Hierzu sollten Kommunen vor allem Interessenverbände (z. B. IHK) einbinden und eine aktive Rolle einfordern. Effizient ist es, zunächst große Betriebe von den Vorteilen von Mobilitätsmanagement zu überzeugen und für eine Teilnahme zu gewinnen. Sie wirken dann als Vorbilder für die weiteren Firmen.

Um ihre **Rolle als Initiatoren und Koordinatoren** ausfüllen zu können, sollten Kommunen als gutes Beispiel vorangehen und an ihren eigenen Standorten Mobilitätsmanagement praktizieren.

Bauliche Veränderungen (Neubau, Umbau, Erweiterungen) sind geeignete Auslöser für das betriebliche MM, da hierdurch Stellplatzkosten in z.T. erheblichem Umfang eingespart werden können und i.d.R. nur ein Teilbetrag für die Durchführung von betrieblichem MM aufgewendet werden muss.

Grundsätzlich ist bei der **Einführung des betrieblichen MM** zu unterscheiden nach Einführung während der Ansiedlung und Einführung in „Bestandsbetrieben“. Die Erfolgsaussichten bei Berücksichtigung in der Planungsphase (MM-Dienste stehen bei Bezug des Standortes bereits zur Verfügung) sind höher, da

„Wir“-Gefühl als Potenzial
für Standort bezogenes MM
nutzen

die Mitarbeiter die gegebene „Umbruchphase“ für eine Neuorientierung in der Verkehrsmittelwahl nutzen können.

Ein „Wir“-Gefühl („Nachbarschaften“) sollte als Potential für MM an einem Gewerbestandort genutzt werden. Für die Initiierung kann eine professionelle Moderation hilfreich sein.

In der **Kommunikation mit Unternehmen** kann es zur Förderung/Durchsetzung von betrieblichem MM sinnvoll sein, betriebliches MM mit bekannteren Handlungsansätzen und Begriffen wie z. B. „Verkehrskonzept“ oder „Fuhrparkmanagement“, „Dienstreisemanagement“, „Pendlerservices“ in Verbindung zu bringen.

Der **Aufbau regionaler/nationaler Plattformen** zum Informationsaustausch erleichtert die Verbreitung von Best-Practice-Beispielen und erspart den Aufwand der Informationssuche an verschiedenen Orten.

E.4.2 Leistungsspektrum / Medien

Betriebliche MM-Konzepte sind in hohem Maße **von der örtlichen und betriebsspezifischen Situation abhängig** (Verkehrsangebot, Arbeitszeitregelungen, etc.). Zudem ist nach den verschiedenen Betriebstypen wie z. B. Einrichtungen mit hohem Besucheraufkommen (Universitäten, Krankenhäuser, Flughäfen etc.), Industriebetrieben oder Einkaufszentren zu unterscheiden. Je nach Betriebstyp sind entweder Mitarbeiter oder Besucher/Kunden als Zielgruppe des betrieblichen MM angesprochen. Patentrezepte für geeignete Maßnahmen existieren deshalb nicht.

Es gibt aber ein **breites Spektrum von Maßnahmen**, die situationsspezifisch unterschiedlich geeignet sind und im Einzelfall geprüft werden müssen. Angebote für Besucher/Kunden beziehen sich i.d.R. auf Informationen zur Erreichbarkeit bzw. zum Fahrplan sowie auf das Standortmarketing. Informationskanal ist zunehmend das Internet im Sinne eines generellen Informationsangebotes für Jedermann.

Unternehmensspezifische
Mobilitätspläne erstellen
(lassen)

Demgegenüber sollten die **Mitarbeiter eines Unternehmens** persönlich angesprochen werden, da sie i.d.R. ein Eigeninteresse an der Reduzierung ihrer Fahrtkosten haben. Die Erfahrungen realisierter Beispiele zeigen, dass eine Begrenzung bzw. Bewirtschaftung des Parkraumangebotes den Erfolg von MM-Dienstleistungen (z. B. die verstärkte Nutzung von ÖPNV, Fahrrad oder Fahrgemeinschaften) wesentlich unterstützen können.

Im Einzelfall kann die **Aufstellung eines unternehmensspezifischen Mobilitätsplans** durch ein erfahrenes Consultingunternehmen sinnvoll sein, um sich die beste Kombination der geeigneten Maßnahmen sowie die zu erwartenden Kosten und Nutzen nachweisen zu lassen.

Die Effizienz im Regelbetrieb des betrieblichen MM ist auf einen hohen **Technikeinsatz** angewiesen. Beispiele hierfür sind elektronische Fahrgemeinschaftsbörsen, Fahrplanauskunftssysteme aber auch Routen- und Logistiksysteme im Güterverkehr. Es sollte deshalb möglich sein, Mobilitätsbüros in Betrieben mit bestehenden Verkehrsinformations- und Buchungssystemen bzw. Mobilitätszentralen elektronisch zu vernetzen.

E.4.3 Partnerschaften / Finanzierung

Stellplatzeinsparung und Fuhrparkmanagement sind Finanzierungsquellen

Die Verbreitung des betrieblichen MM verläuft zögerlich, weil die Unternehmensleitung darin bislang keinen finanziellen Vorteil oder ein deutlich verbessertes Unternehmensimage erkennen konnte. Stellplatzeinsparung (bei Erweiterungen oder Neubau), Parkraumbewirtschaftung und Fuhrparkmanagement können jedoch **wesentliche Finanzierungsquellen für das betriebliche MM** darstellen.

Individuellen Nutzen von MM-Aktivitäten kommunizieren

Die Beschäftigten haben den **persönlichen Nutzen von MM-Aktivitäten** ebenso wenig erkannt wie ihre Interessensvertretungen die Möglichkeiten einer unterstützenden Rolle bei der Umsetzung.

Potentielle Partner zur Finanzierung von betrieblichem MM können **Berufsgenossenschaften** (Wegeunfälle machen derzeit rd. 30% ihrer Ausgaben aus) und Krankenkassen (Gesundheitsvorsorge durch tägliche Bewegung) sein.

E.5 MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

E.5.1 Initiierung

Zielgruppenspezifisches MM besonders erfolgreich

MM ist grundsätzlich für alle Verkehrsteilnehmer angelegt. Bei der aktiven Kundenansprache verspricht jedoch ein **zielgruppenspezifisches Vorgehen verstärkten Erfolg**. Besondere Konzentration sollte dabei auf die folgenden Zielgruppen bzw. Fahrtzwecke gelegt werden:

- Berufspendler/Gewerbegebiete (vgl. betriebliches MM)
- Schüler (Mobilitätserziehung und Wegeorganisation)
- Jugendliche (Wettbewerbe, Beteiligungen, Diskobusse,...)
- Senioren (Lieferservices, Beratungen,...)
- Studenten/Hochschulstandorte (u.a. Semesterticket)
- Freizeit-Großeinrichtungen (Kombitickets,...)
- Wohnstandorte/Stadtquartiere (Car-Sharing, autofreies Wohnen,...)
- MM in Phasen des biografischen Umbruchs z. B. Umzug, Berufswechsel, Schulwechsel (ÖV-Schnuppertickets, Car-Sharing-Test,...)

Neue Akteure ansprechen

Im Interesse einer möglichst flächendeckenden Verbreitung von Mobilitätsmanagement müssen verstärkt Akteure überzeugt werden, die traditionell nicht mit Mobilität in Verbindung gebracht werden. Für diese Akteure muss ein Eigennutzen erkennbar sein, damit sie MM aufgreifen und eigenständig betreiben. Vor allem Kommunen sollten in diesem Sinne gemeinsam mit Verbänden und Verkehrsunternehmen auf **neue Akteure** zugehen. Dies können z. B. Betreiber von Freizeiteinrichtungen, Reiseveranstalter, Wohnungsbaugesellschaften und Schulverwaltungen sein.

Eine **flächendeckende Ausbreitung von schulischem MM** funktioniert am besten bei Schul übergreifender Initiierung (v.a. durch die Schulämter). Erfolgsentscheidend ist, alle relevanten Akteure und Zielgruppen zu identifizieren, anzusprechen und einzubinden. Im Schulischen MM sind dies z. B. Schüler, Eltern und Lehrer.

Die „**emotionale Betroffenheit**“ (z. B. im Bereich der Verkehrssicherheit) kann gut zur Initiierung und Förderung von MM genutzt werden.

Vorhandene Akteure und ihre Aktivitäten sollten im Rahmen von MM zusammengeführt werden. **Events** eignen sich besonders für die Einführung von MM, da dort der Handlungsbedarf am leichtesten einsichtig ist.

Regionalen Erfahrungsaustausch initiieren

Ein **regionaler Erfahrungsaustausch** sollte initiiert werden.

E.5.2 Leistungsspektrum / Medien

Die **Erfahrungen mit Anwendungsbeispielen** beziehen sich zzt. ganz überwiegend auf MM in Schulen. Im schulischen MM können theoretische Elemente (Mobilitätserziehung) und praktische Elemente (Organisation der Wege, „Busführerschein“) gut kombiniert werden. Ausgangspunkt bildet häufig die bestehende Unterrichtseinheit zur Verkehrssicherheitserziehung. Die erforderlichen Unterrichtsmaterialien zur Einbeziehung von MM sind jedoch nur für einzelne Anwendungsräume vorhanden und noch nicht flächendeckend verfügbar.

Unterrichtsmaterialien für Schulen bereitstellen

Es wird deshalb empfohlen, **lokal/regional angepasstes Unterrichtsmaterial für schulisches MM** zu entwickeln und bereitstellen. Dabei kann in vielen Fällen auf vorhandene Angebote zurückgegriffen werden. Beispielsweise lassen sich

die z.T. üblichen Schulbesuche bei Verkehrsunternehmen in die Unterrichtseinheit zum schulischen MM integrieren.

An **Standorten mit hohem Besucheraufkommen** sollte die Integration von aktuellen Fahrplaninformationen und Sonderhinweisen in lokale elektronische Auskunftsmedien (Bildschirme, Anzeigetafeln, Videowände) geprüft werden. Hiermit ist eine höhere Zuverlässigkeit und eine größere Flächenwirkung erreichbar, als alleine mit Fahrplanaushängen.

Große Verkehrserzeuger sollten ÖPNV-Erreichbarkeit kommunizieren

Auf den **Internetseiten von (großen) Verkehrserzeugern** sollte die Anreise- und Rückreiseinformation mit dem ÖPNV einschließlich einer Tarifberatung enthalten sein.

Eine **gemeinsame Buchungs- und Bezahlmöglichkeit von Fahrt und „Event“** erleichtert den Zugang zum ÖPNV (Kombi-Ticket).

Für die Verbreitung von Erfahrungen mit MM ist es hilfreich, **zielgruppenspezifische Internetportale zu entwickeln** bzw. in vorhandene Portale Mobilitätsinformationen und MM-Dienste zu integrieren.

E.5.3 Partnerschaften / Finanzierung

Gesamtstädtisches MM erleichtert Standort bezogene Aktivitäten

MM für spezielle Zielgruppen und Standorte ist leichter zu erreichen, wenn ein **gesamtstädtischer MM-Ansatz**, einschließlich einer funktionierenden Infrastruktur zur Mobilitätsinformation und -koordination, bereits besteht. In diesen Fällen entsteht für einzelne Standorte kaum Mehraufwand im Betrieb von MM.

Eine **Nutzerfinanzierung von MM-Maßnahmen** ist im Freizeitverkehr z. B. bei einer Kombination aus Eintrittskarte und „Mobilitätsberechtigung“ leichter möglich als in anderen Feldern. Beispiele sind die Kombitickets im ÖPNV.

E.6 Öffentlichkeitsarbeit

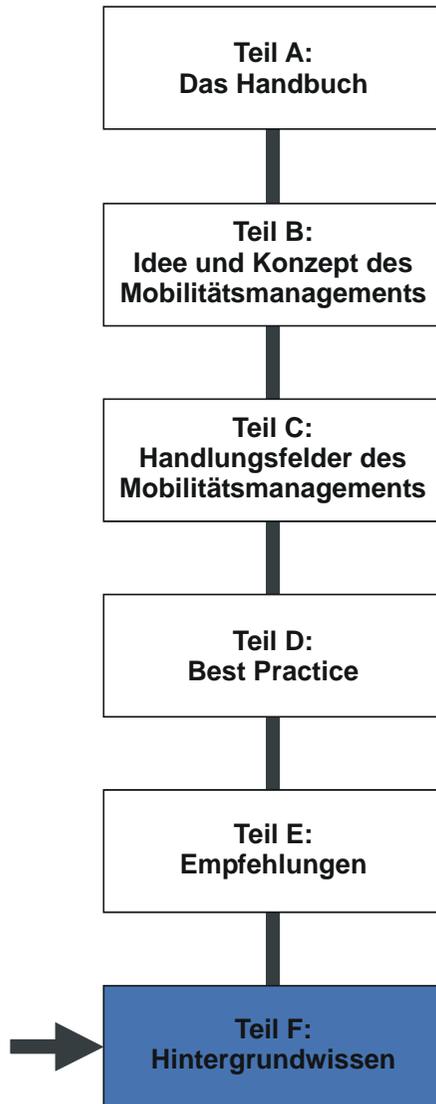
Für die Öffentlichkeitsarbeit, aber auch für die verwaltungsinterne Akzeptanz von MM ist es wichtig, die **Erfolge von MM (wo immer möglich) zu messen und zu kommunizieren**. Beispielsweise lassen sich Nutzungsstatistiken aufbauen, die die Inanspruchnahme bestimmter Angebote (z. B. ÖPNV-Auskunft, Fahrgemeinschaftsbörse, Car-Sharing) belegen. Diese und andere Erfolge sollten im Rahmen zu bildender Netzwerke auch einem größeren Interessentenkreis aktuell zugänglich gemacht werden.

Internet als Kommunikationsplattform entwickeln

Für die Verbreitung von Erfahrungen mit MM bietet sich insbesondere das **Internet** an. Eine gut strukturierte und fortlaufend aktualisierte Wissens- und Erfahrungsbasis ist die geeignete Kommunikationsplattform für Strategien und Erfolge.

Die Marketingchancen für MM sind sehr groß, beispielsweise im ÖPNV und im Fahrradverkehr. Sie werden aber unzureichend genutzt. Angebot und Nachfrage müssen durch **gezieltes Marketing** stärker zusammengebracht werden.

Teil F: Hintergrundwissen



Dossiers der Best-Practice-Beispiele

Abkürzungen und Begriffe

Literatur

Weitere Informationsquellen

F.1 Dossiers der Best-Practice-Beispiele

In Teil D wurden mehrere Fallbeispiele als Best-Practice-Beispiele im Mobilitätsmanagement angeführt. Stellvertretend für einige besonders bekannte und vielfach bereits als Vorbild für Projekte andernorts genutzte Beispiele sind **einige als Best-Practice ausgewählt** und in einer systematischen Beschreibung erfasst worden. Auf diese Weise können Interessierte weitere vertiefende Informationen zum jeweiligen Beispiel nachschlagen bzw. sich Kontakte und weitere Quellen zu den Beispielen erschließen.

Das **Beschreibungsraster der Beispiele** folgt einer einheitlichen Struktur für jedes Beispiel - egal welchem Handlungsfeld es zuzurechnen ist. Der Aufbau erlaubt, neben den „Key facts“ auch „Hintergründiges“ zum Beispiel zu erfahren. Deshalb ist die Struktur sehr feingliedrig und enthält Aspekte wie „Veranlassung / Beweggründe“, „Erfolgscontrolling“ oder „Umsetzungsprobleme“, die im Einzelfall oft sehr sensibel gehandhabt werden.

Im Einzelnen handelt es sich um folgende **Beispiele**:

Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination	Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen	Betriebliches MM	MM für spezielle Zielgruppen und Standorte
Mobilitätsmanagement in München (F.1.1.1)	MobiCenter der Wuppertaler Stadtwerke AG (F.1.2.1)	Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ (F.1.3.1)	„Mobilitätspläne für Schulen“ in Limburg (B) (F.1.4.1)
Mobilitätsmanager in Tübingen (F.1.1.2)	Mobilitätszentrale Hameln-Pyrmont (F.1.2.2)	M21 - Neue telematikgestützte Mobilitätsdienstleistungen im Verkehr (F.1.3.2)	Verkehrssicherheitsarbeit in Brühl (F.1.4.2)
Mobilitätsmanagement in Münster (F.1.1.3)	Kombinierte ÖPNV- und Tourismusinformation in Hamm (F.1.2.3)	Bausparkasse Schwäbisch Hall (F.1.3.3)	Projekt „Mobikids“ in München (F.1.4.3)
Mobilitätsmanagement als Teil der Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich (CH) (F.1.1.4)	Mobilitätsberatung im Rhein-Main-Verkehrsverbund (F.1.2.4)	Parque Tecnológico de Andalucía in Málaga (E) (F.1.3.4)	Mobilitäts- und Verkehrserziehung in Hamburg (F.1.4.4)
	Netzwerk von ÖPNV-ServiceZentralen in Westfalen (F.1.2.5)	Modellversuch "Sanfte Mobilitätspartner-schaft" (A) (F.1.3.5)	

Bei den Beispielen handelt es sich zwangsweise um eine **Momentaufnahme**. Zudem konnten nur ausreichend dokumentierte Beispiele herangezogen werden.

F.1.1 Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation/Koordination

F.1.1.1 MOBILITÄTSMANAGEMENT IN MÜNCHEN

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** München hat in den letzten Jahren eine Vielzahl von Maßnahmen zur gesamtstädtischen Umsetzung von MM initiiert. Dabei sieht sich die Stadt v.a. in der Rolle des Initiators und Koordinators.
- **Besonderheit:** In München ist bei den deutschen Großstädten derzeit die größte Aktivität im gesamtstädtischen MM zu erkennen. U.a. wurde die erste Stelle für einen Mobilitätsmanager in einer Großstadt beschlossen.
- **Zielgruppe:** Die wesentlichen Zielgruppen sind der Berufsverkehr (betr. MM) und Schülerverkehr. Weitere Aktivitäten sind v.a. quartiers- bzw. wohnstandortbezogen geplant.
- **Träger:** Die ersten Aktivitäten zum „Testen“ von MM sind in München v.a. über Forschungs- und Entwicklungsprojekte gelaufen (Mobinet, ExWost-Projekt „MM und Stadtentwicklung“). Die dauerhafte Finanzierung wird von verschiedenen Ämtern getragen: Im beruflichen MM ist das Referat für Arbeit und Wirtschaft aktiv. Die übrigen Aktivitäten werden vom Kreisverwaltungsreferat (Ordnungsamt) getragen.
- **Partner / Trägermodell:** Die Stadt München hat ein Förderprogramm beschlossen, mit dem Unternehmen 50% der Kosten einer Mobilitätsberatung gefördert bekommen.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Die LH München hat für sich die Möglichkeiten des MM als volkswirtschaftlich sinnvolles Vorgehen erkannt und möchte hiermit zur Attraktivität des Standorts München beitragen und langfristig das Mobilitätsverhalten in Richtung Umweltverbund beeinflussen. Verankert werden soll MM als eigenes Kapitel im neuen Verkehrsentwicklungsplan.

- **Zielsetzungen:** Erarbeitung eines Gesamtkonzepts "Mobilitätsmanagement für München"
- **Initiierung:** Initiatorfunktion hatten in München engagierte Einzelpersonen, die die politischen Chancen im Zusammenhang mit Förderprogrammen nutzen und so Entscheider und Verwaltung für einen Einstieg gewannen.
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** In der Vergangenheit wurde die Initiierung von Mobilitätsmanagement im Rahmen von Forschungsprojekten durchgeführt und endete mit dem jeweiligen Projektende. Erfolgreiche Tests führten dazu, dass das Thema durch Fördermittel und die Stelle eines Mobilitätsmanagers dauerhaft verankert werden kann.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Das Budget für das "Förderprogramm Betriebliche Mobilitätsberatung" beträgt 100.000 Euro; es wurde über 2003 hinaus verlängert mit 50.000 Euro.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Koordinierung der Zuständigkeiten für persönliche und betriebliche Mobilitätsberatung sowie für Maßnahmen des gesamtstädtischen Mobilitätsmanagements. U.a. soll ein Gesamtkonzept zum intermodalen Marketing nachhaltiger Mobilität erstellt werden mit einer stufenweisen Umsetzung inkl. Finanzierung.
- **Betriebskonzept / Organisation:** Der Mobilitätsmanager soll die stadtweite Initiierung und Koordination einzelner Handlungsfelder des Mobilitätsmanagements übernehmen.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** In der Vergangenheit wurde in verschiedenen Einzelprojekten Mobilitätsmanagement integriert und dadurch gefördert. Zukünftig soll Mobilitätsmanagement einen eigenen Etat und eigene kommunale Mittel erhalten. Als Perspektive ist angedacht, einen „Automatismus“ zur Finanzierung von weichen Maßnahmen zu sichern, z. B. über einen bestimmten Prozentsatz von Infrastrukturkosten (z. B. im Zuge von Straßenneubauten).
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Marketing wird auf zwei Ebenen betrieben: Im Hintergrund erfolgt politisches Marketing zur Überzeugung der Entscheidungsträger. Auf der Nutzerseite werden einzelne Informationsbausteine aufgebaut und z. B. über Broschüren und das Internet verbreitet.
- **Erfolgscontrolling:** Die Wirkungsermittlung im betrieblichen MM erfolgte für einzelne Standorte. Darüber hinaus wurden für verschiedene Durchdringungsgrade von MM mit Hilfe von Szenarien die positiven Wirkungen auf die Gesamtstadt berechnet.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Die Schaffung von politischem Willen zum Testen und Einsetzen von MM und die konsequente Integration des Ansatzes in die regulären städtischen Aktivitäten (VEP, Förderprojekte...).
- **Umsetzungsprobleme:** sind sehr verschieden; können im Einzelfall mit allerdings hohem Personaleinsatz i.d.R. gelöst werden.
- **Weitere Maßnahmen:** -

• Kontakt:

- Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft, Herr Eller, Tel.: 089 / 233 – 25459, eMail: bernhard.eller@muenchen.de
- SSP Consult GmbH, München, Martin Schreiner, Tel: 089 / 143 155 23, eMail: schreiner@muc.ssp-consult.de

• Literatur:

- Oliver Faltlhauser, Martin Schreiner: München auf dem Weg zu einen integrierten Mobilitätsmanagement. In Internationales Verkehrswesen (53) Heft 9/2001
- Landeshauptstadt München: Persönliche Mobilitätsplanung. Mobilitätsmanagement für Unternehmen. Broschüre 2001
- Bernhard Eller: Betriebliches Mobilitätsmanagement. Vortrag auf der Tagung „Mobilitätskonzepte und Mobilitätsmanagement“ am 8./9.4.2003 in München

• Internet-Ressource: www.mobinet.de, www.muenchen.de

F.1.1.2 MOBILITÄTSMANAGER IN TÜBINGEN

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** Auf Eigeninitiative eines Mitarbeiters im Stadtplanungsamt hat die Stadt Tübingen ihn zum Mobilitätsmanager ernannt. Er koordiniert ämterübergreifend einzelne Projekte zur Verbesserung des Verkehrsgeschehens.
- **Besonderheit:** Pragmatischer, Ämter übergreifender Ansatz. Akzeptanzsteigernde, kurzfristige Projekte werden gepaart mit schwierigeren, langfristigen Projekten.
- **Zielgruppe:** Kommunale Ämter, Betriebe, Schulen, Besucher, Bewohner
- **Träger:** Stadt Tübingen
- **Partner / Trägermodell:** Startförderung vom Umwelt- und Verkehrsministerium des Landes Baden-Württemberg
- **Veranlassung / Beweggründe:** Innerstädtische Lärm-, Geruchs-, Umwelt- und Verkehrsbelastungen in einer Mittelstadt (85.000 EW). Stimulierung des Initiators durch einen Besuch der Tagung „Mobilitätsmanagement im kommunalen Bereich“.
- **Zielsetzungen:** Abhilfe bei der Lösung der Verkehrsprobleme; Reduzierung von Parkplatz- und Stauprobleme und der Kapazitätsengpässe im ÖPNV
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Planung der Umstrukturierung: 10 Monate; seit 1. Februar 2001 gibt es die Stelle eines „Mobilitätsmanagers“.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Der Mobilitätsmanager benötigt keine spezifische Ausstattung.

- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Anlass bezogen werden Einzelprojekte definiert. Bisher:
 - Erarbeitung und Erprobung eines kombiniertes ÖV- und Museumsangebot für Konferenzgäste (Conference-Ticket) in Abstimmung mit Veranstaltern, Verkehrsverein, Graphikern; Erstellung von angepassten Fahrplänen in zweisprachiger Ausführung
 - Werbung für Job-Ticket und Koordinierung der Interessenten
 - Abgeschlossen: Ämterübergreifende, prägnante Wegweisung zu einem Gewerbegebiet
 - Analyse der Grundschulverkehre
- **Betriebskonzept / Organisation:** Die vom Mobilitätsmanager erarbeitete Aufgabenbeschreibung wurde von Land und Kommune zunächst als Pilotprojekt, dann dauerhaft befürwortet. Hauptaufgabe ist die Koordination von Ämtern und Einrichtungen bei der Bearbeitung von (nicht baulichen) Mobilitätsthemen und Kreativität bei der Lösungserarbeitung
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Für Personal: Umorganisation der Aufgaben im Stadtplanungsamt, für Sachmittel: Projektweise Mittelzuweisungen
Nach der Erprobungsphase sollen die jeweiligen Maßnahmen in einen Regelbetrieb überführt werden und von den bestehenden Stellen mit abgewickelt und betreut werden, so dass kaum dauerhafter Zusatzaufwand entsteht.
Die Maßnahmen im ÖPNV sollen durch Mehrkunden finanziert werden.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Für Endnutzer überwiegend Flyer; gegenüber Entscheidungsträgern überwiegend Gespräche
- **Erfolgscontrolling:** Eine Befragung zur Nutzung eines „Konferenz-Tickets“ bei einer zehntägigen Tagung ergab, dass 80% der Tagungsteilnehmer täglich den ÖPNV nutzten. Bei vergleichbaren Tagungen in Tübingen lag die ÖV-Nutzung bei 20%. Gleichzeitig haben 80% der Teilnehmer die (integrierte) Möglichkeit zum Museumsbesuch wahrgenommen.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Entscheidend für die Aufnahme von Mobilitätsmanagement war die Eigeninitiative des Mobilitätsmanagers. Günstig war, dass er als langjähriger Mitarbeiter der Stadtverwaltung mit Strukturen und Probleme gut vertraut war.
Als sehr hilfreich für die lokale Akzeptanz haben sich übersichtliche Einzelprojekte zu Beginn erwiesen, mit denen kleine Erfolge nachgewiesen werden konnten.
- **Umsetzungsprobleme:** Ein Jahr ist als Testphase ist zu kurz und kann noch nicht nachhaltig genug fruchten; ein langfristiges Engagement der Träger muss gewährleistet sein
Problematisch für die Arbeit des Mobilitätsmanagers war es u.a. auch, dass für seine Aufgaben kaum Vorbilder in Deutschland verfügbar sind.
- **Weitere Maßnahmen:** In Tübingen existiert eine Mobilitätszentrale, die jedoch hauptsächlich im Bereich Information und Verkauf und wenig im Bereich Organisation, Marketing und Beratung tätig ist.
- **Kontakt:** Stadtplanungsamt der Stadt Tübingen, Herr Grauer, Postfach 2540, D 72015 Tübingen, eMail: Stadtplanungsamt@tuebingen.de

- **Literatur:**

- Grauer, Michael; Caspar, Sigrid; Sabbah, Christine: Aktives Mobilitätsmanagement auf kommunaler Ebene - Modellhafte Entwicklung von Organisationsformen und erste Realisierungsschritte am Beispiel Tübingens. In: Der Nahverkehr 7-8/2002
- Grauer, Michael: Aktives Mobilitätsmanagement auf kommunaler Ebene - Strategien und Beispiele aus Tübingen. Vortrag auf der Tagung „Mobilitätskonzepte und Mobilitätsmanagement“ am 8. und 9. April 2003 in München

- **Internet-Ressource:** www.tuebingen.de/verkehr.html , www.tuebingen-info.de/tagungen/ct/index.html

F.1.1.3 MOBILITÄTSMANAGEMENT IN MÜNSTER

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** Münster hat als eine der vier Modellstädte im Rahmen des ExWoSt-Forschungsprojektes „Städte der Zukunft“ die Aufgabe übernommen, städtebauliche und zukunftsfähige Strategien nachhaltiger Stadtentwicklung zu erproben und Erfolgskontrollen durchzuführen. Diese Strategien und zahlreiche weitere Elemente des Mobilitätsmanagements werden in dem Rahmenkonzept „münster.mobil“ zur gezielten stadt- und umweltverträglichen Steuerung vereint.
- **Besonderheit:** Mobilitätsmanagement in Münster ist ein innovativer ganzheitlicher Ansatz zur Beeinflussung des Verkehrsverhaltens.
- **Zielgruppe:** Bürger und Einpendler der Stadt Münster
- **Träger:** Für das Forschungsprojekt „münster.mobil“ ist das Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen der Träger. Bei den sonstigen Maßnahmen sind in der Regel die Stadt Münster und die Stadtwerke Münster gemeinsam Träger.
- **Partner / Trägermodell:**
 - Mobilitätszentrale Mobilé: Stadtwerke Münster, Deutsche Bahn AG, Regionalverkehr Münsterland, WestfalenBus, VCD Kreisverband Münster
 - Fahrradstation (privates Unternehmen: Radstation Münster Hundt KG): Stadtwerke Münster, Deutsche Bahn AG, Deutsche Post AG, Sparda-Bank Münster, Westfälische Bauindustrie
 - Car-Sharing: Stadtwerke Münster GmbH, Deutsche Bahn AG, Regionalverkehr Münsterland, Westfalen Bus, Taxiunternehmen, Autoverleiher, ADFC
- **Veranlassung / Beweggründe:** Das Aufkommen des MIV soll reduziert und die Nutzung des Umweltverbundes gestärkt werden.
- **Zielsetzungen:** Das Verhältnis im Modal-Split zwischen Umweltverbund (zu Fuß, Radfahren, ÖPNV) und MIV soll auf das Verhältnis 2:1 verschoben werden. Die Zahl der Verkehrsunfälle soll reduziert werden. Die Zahl der verkehrsberuhigten Quartiere soll erhöht werden.

- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Mobilitätsmanagement in Münster wird von der Stadt ständig weiter entwickelt und hat keine bestimmte Dauer. Das ExWoSt-Forschungsprojekt „münster.mobil“ lief von Oktober 1997 bis Januar 2001. Car-Sharing in Münster gibt es seit 1992. Die Mobilitätszentrale wurde 1998 in Betrieb genommen. Die Radstation wurde 1999 eröffnet.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Für die Mobilitätszentrale „mobilé“ stehen 2,5 Personalstellen für Auskunftsstellen zur Verfügung, dazu kommen 2 Personale als Vertretung bei Urlaub und Krankheit. Zusätzlich sind in der Stadt und den Stadtwerken je eine Stelle für die organisatorische Leitung und die konzeptionelle Weiterentwicklung eingerichtet worden. Es stehen DB Kurs90-Terminals zur Verfügung, ÖV-, IV- und Radroutenprogramme, Internetzugang und e-Mail-Accounts. Telefonische Standard-Auskünfte werden überwiegend über die „schlaue Nummer NRW“ abgewickelt (vgl. best-practice „Netzwerk von Servicezentralen in Westfalen“). Die Fahrradstation verfügt über eine elektronische Zufahrtsmöglichkeit.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:**
 - Mobilitätszentrale „mobilé“ (Angebote u.a.: Fahrplan- und Tarifauskünfte und Ticketverkauf für Nah- und Fernverkehr; Routenauskünfte IV+Rad, Beratung Car-Sharing, Verkauf von Broschüren, Beschwerdemanagement) Öffnungszeiten: MF 7 - 19 Uhr, Sa 10 - 16 Uhr
 - Errichtung und Betrieb der größten Radstation in Deutschland am Hauptbahnhof mit anfangs 2.800 (1999), derzeit 3.300 Stellplätzen (2003); Angebote sind: kostenpflichtige Bewachung, Service (Reparatur, Verkauf..), Vermietung, Information, Kurierdienst, Waschanlage; Öffnungszeiten: 5.30 bis 23 Uhr (Mo - Fr); 7 bis 23 Uhr (Sa/So)
 - Unterstützung der Car-Sharing-Organisation „Stadtteilauto“ (Ausbau der Stationen zu Mobilstationen, Hilfe bei der Vergabe von Stellplätzen, Akzeptanzanalysen) für die Durchführung eines eigenwirtschaftlichen operativen Betriebes
 - Citylogistik „CityMobil“ (effizientere und stadtverträgliche Abwicklung des Wirtschaftsverkehrs durch optimierte Belieferung der innerstädtischen Handels- und Dienstleistungsunternehmen)
 - Mobilstationen (Ausstattung und Ausweisung komplexer Umsteigeanlagen als Mobilstationen zur Erleichterung des Umstiegs auf umweltfreundliche Verkehrsmittel)
 - „mobil.paket“ für Neubürgerinnen und Neubürger (individualisierte Informationen zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel)
- **Betriebskonzept / Organisation:** Das Stadtplanungsamt ist an jedem der Vorhaben beteiligt und wird manchmal durch Fachleute unterstützt. Im Projekt „münster.mobil“ wurden viele Angebote vernetzt, damit die Einwohner und Einpendler der Stadt Münster auf umweltfreundliche Verkehrsmittel umsteigen. Um diese Bewusstseinsbildung für die Verkehrsproblematik zu bewirken, gilt ein abgestimmtes Miteinander von Verkehrsplanung, Verkehrsangebot und Verkehrskunden zu erreichen.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Die Maßnahmen und Vorhaben in dem Forschungsprojekt „Städte der Zukunft“ werden von dem Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen durch die Bereitstellung von Mitteln finanziell unterstützt. Die Infrastruktur- sowie Kommunikationskosten der Mobili-

tätszentrale „mobilé“ wird von der Stadt Münster übernommen. Die Verkehrsunternehmen tragen die Personalkosten. Die Marketingkosten werden zu 70% von der Stadt und zu 30 % von den Verkehrsunternehmen getragen. Die Radstation (Radstation Münster Hundt KG) und das Car-Sharing (Stadtteilauto Car-Sharing GmbH Münster) tragen sich selbst.

- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Broschüren und Informationsmaterialien, wie z. B.
 - „Einfach bewegend!“ (Informationen zu mobilé),
 - „Stadtteilauto“
 - „Fahrradfahren in Münster - Informationen für Neubürger“
 - „Busfahren in Münster - Besser unterwegs“
 - Kampagnen z. B. „Fahrradfreundliche Stadt“
 - Tagungen/Messen:
 - Fahrradtage
 - mensch.mobil
 - Mobilitäts- und Verkehrsmesse intermove 1999
 - ECOMM 1999
- **Erfolgscontrolling:** Im Rahmen von münster.mobil wurden die Bürger am Anfang und Ende des Forschungsprojektes, sowie begleitend u.a. zur Einschätzung der Umweltsituation, der Wohnqualität, der Situation im Stadtverkehr befragt. 2005 soll eine Zwischenbilanz und 2010 eine Abschlussevaluation durchgeführt werden.

Zur Mobilitätszentrale „mobilé“ wurde eine Akzeptanzanalyse im Rahmen des Ex-Wost-Projektes durchgeführt. Dabei haben u.a. 8% der Kunden angegeben, dass die Beratung zu einer Änderung ihrer Verkehrsmittelwahl beigetragen hat.

Zur Radstation fand ebenfalls eine ausführliche Nutzerbefragung statt. Hieraus ergab sich u.a., dass ein Viertel der Nutzer vor dem Bau nicht mit dem Rad zum Bahnhof gefahren sind. Die Auslastung der Radstation lag bereits 15 Monate nach der Öffnung bei 100 % und wurde mittlerweile erweitert.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Kontinuität des Mobilitätsmanagement-Ansatzes, Einbindung in die Stadtverwaltung, langfristige Finanzierung
- **Umsetzungsprobleme:** Nicht bekannt
- **Weitere Maßnahmen:** Im Projekt „münster.mobil“ werden neben Strategien zur Mobilitätssteuerung auch Strategien in den Bereichen Haushälterisches Bodenmanagement, Vorsorgender Umweltschutz, Sozialverantwortliche Wohnungsversorgung, Standortsichernde Wirtschaftsförderung entwickelt.
- **Kontakt:** Stadtplanungsamt Münster, Bereich Mobilitätsmanagement, Pernilla Götze, Stadthaus 3, Albersloher Weg 33, 48155 Münster, Tel.: 0251/4926168, eMail: stadtplanung@stadt-muenster.de

- **Literatur:**

- Stadt Münster: „Informationen für Neubürger“, 1996
- Stadtwerke Münster GmbH: „Besser unterwegs“, o. J.
- Kreft-Kettermann, Helga: münster.mobil – Modellstadt für neue Mobilität. In: Verkehr spezial: „Schnittstellen im Mobilitätsmanagement“, Stadt Münster/Europäische Kommission (Hrsg.): 1999
- Blomeyer & Milzkott: Radstation am Hauptbahnhof Münster, Nutzerbefragung im Rahmen der Akzeptanzanalyse. Im Auftrag der Stadt Münster, o.J.
- Stadt Münster: Die Fahrradstation Münster. 2000
- Kreft-Kettermann, Helga: Anforderungen an Standards aus Sicht der Kunden: Resultate der Begleituntersuchung zu mobilé.“ In: „Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen“ S. 25-30, ILS NRW (Hrsg.), 2001
- Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes NRW: 100 Fahrradstationen in Nordrhein-Westfalen, 2001
- VDV/BMVBW: Die Mobilitätsberatung im ÖPNV. S. 50-56, 2001

- **Internet-Ressource:** www.muenster.de/stadt/umwelt_verkehr/index1.html, www.mobile-muenster.de, www.muenster.de/stadt/exwest

F.1.1.4 MOBILITÄTSMANAGEMENT ALS TEIL DER MOBILITÄTSSTRATEGIE DER STADT ZÜRICH (CH)

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** Mobilitätsmanagement ist als integraler Bestandteil in die Züricher „Mobilitätsstrategie“ aufgenommen und vom Stadtrat beschlossen worden. Hierzu sollen von der Verwaltung einzelne Teilstrategien erarbeitet und umgesetzt werden.
- **Besonderheit:** Die Integration von Mobilitätsmanagement an höchster Verwaltungsstelle ist bisher in Deutschland kaum zu finden und stellt daher eine sehr Erfolg versprechende Besonderheit dar. Zugleich wird u.a. ein Projektcontrolling zur Prüfung der Zielerreichung eingeführt.
- **Zielgruppe:** Zielgruppen sind v.a. die Wohnbevölkerung und die lokale Wirtschaft; daneben auch Touristen.
- **Träger:** Mit der Koordinierung des Züricher Mobilitätsmanagements wurde die Leitung des Tiefbauamtes beauftragt; das operative Geschäft liegt im Fachbereich Verkehrsplanung. Zur Stärkung der Ämter übergreifenden Koordination wurde der Fachbereich mit dem Gesundheits- und Umweltamt und dem Städtebauamt personell vernetzt und eine neue „Arbeitsgruppe Mobilitätsstrategie“ gegründet. Bei der Mobilitätsberatung ist geplant, die Trägerschaft durch Stadt, Region, Land, Transportanbieter und Verbänden einzubeziehen.
- **Partner / Trägermodell:** Für Markenentwicklung und Vermarktung wurde eine externe Agentur beauftragt. Im operativen Geschäft sind die Verkehrsbetriebe Zürich und die Verkehrssteuerungszentrale eingebunden.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Die Lebensqualität in Zürich soll weiter verbessert werden, die Ressourcen sollen effizienter genutzt und die Bürger besser eingebunden werden.
- **Zielsetzungen:** Quantitative Ziele sind nicht genannt; die Wirkungen sollen aber evaluiert werden.

- **Initiierung:** Bottom-up
 Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Die Mobilitätsstrategie wurde im Mai 2001 beschlossen. Die Teilstrategie Mobilitätsberatung wurde im Mai 2002 vorgelegt und im November 2002 beschlossen.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Die Erarbeitung der neuen Strategien soll zunächst mit dem vorhandenen Personal durch andere Prioritätensetzungen durchgeführt werden.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Im Vordergrund steht die Erstellung von Teilstrategien. Für den Bereich Mobilitätsmanagement sind dies: „Mobilitätsmanagement“, „kombinierte Mobilität“ und „Mobilitätsberatung“. Im Teilbereich Mobilitätsberatung ist die Umsetzung folgender Schwerpunkte beschlossen worden: Multimodale Internetplattform einschl. Diensten für Handy, im Grad der Ausstattung gestufte Auskunftsstellen von Infosäulen bis zu Mobilitätszentralen, Beratung für Betriebe, Mobilitätskampagnen, Mobilitätskunde für Schulen und Jugendliche
- **Betriebskonzept / Organisation:** Der tägliche Betrieb der Information soll weitgehend Internet gestützt ablaufen; Personal soll hauptsächlich für Consulting und Strategieerstellung eingesetzt werden.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Die Mobilitätsstrategie wird von Mitarbeitern der Verwaltung erstellt; zusätzliche Mittel (z. B. zu Marketing und Mobilitätsberatung) sollen bei Bedarf von der Stadt bereitgestellt werden.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Für die Erzielung einer Breitenwirkung und einer stadtweiten Bewusstseinsbildung wurde eine erfahrene, externe Agentur beauftragt.
- **Erfolgscontrolling:** Es wurde die Durchführung eines Projektcontrollings beschlossen. Ergebnisse liegen noch nicht vor.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Die Etablierung in der obersten Verwaltungsspitze einschließlich eines offensiven, Ämter übergreifenden Vorgehens zur Lösung der Aufgaben städtischer Mobilität stellt eine wesentlich Vereinfachung für die Durchsetzung von Maßnahmen dar. Bestehende Angebote wurden verbessert, vernetzt und die neuen Beratungsangebote werden in Stufen weiterentwickelt.
- **Umsetzungsprobleme:** Sind derzeit nicht bekannt.
- **Weitere Maßnahmen:** Alle Maßnahmen von Verkehrs- und Stadtplanung sowie der Bau der Verkehrsinfrastruktur sind auf Verträglichkeit zur Mobilitätsstrategie zu prüfen.
- **Kontakt:** Tiefbauamt der Stadt Zürich, Annette Spörri, Werdmühleplatz 3, CH-8023 Zürich. Tel.: +41 01 216 27 22, eMail: info@mobilitaetskultur.ch

- **Literatur:**

- Stadt Zürich, Mai 2001, „Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich“
- Tiefbauamt der Stadt Zürich (Hg.), Mai 2002, „Grundlagenbericht Mobilitätsberatung“ - Teilstrategie der Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich, Version 1.0
- Stab Verkehr der Stadt Zürich, Nov. 2002, „Teilstrategie Mobilitätsberatung“

- **Internet-Ressource:** www.mobilitaetskultur.ch, www.stadt-zuerich.ch/taz/planen/verkehrskonzept.htm

F.1.2 Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

F.1.2.1 „MOBICENTER“ DER WUPPERTALER STADTWERKE AG

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** Das WSW-MobiCenter in Wuppertal bietet umfassende telefonische und persönliche Informations- und Beratungsleistungen zu allen Verkehrsmitteln und Dienstleistungen des Umweltverbunds mit Schwerpunkt ÖPNV.
- **Besonderheit:** Das WSW-MobiCenter war neben dem Hamelner Beispiel eine der ersten Mobilitätszentralen in Deutschland, die nach dem von Prof. Fiedler (Bergische Universität Wuppertal) entwickelten Konzept eingerichtet wurden. Sie beschränkt sich nicht allein auf ÖPNV-bezogene Informationen, sondern bietet verkehrsmittelübergreifende Beratungen und Dienstleistungen an. Zusätzlich sind Mobilitätsberater als „Außendienstmitarbeiter“ außerhalb der Mobilitätszentrale aktiv.
- **Zielgruppe:** Bestandskunden des ÖPNV-Unternehmens, neue ÖPNV-Kunden des ÖPNV-Unternehmens, neue Kundengruppen anderer Mobilitätsangebote des Umweltverbunds (z. B. Car-Sharing), große Arbeitgeber (Vertrieb von Firmen-Ticket und ÖPNV-Paketlösungen an die Mitarbeiter)
- **Träger:** Träger des MobiCenters und der Mobilitätsberater sind die Wuppertaler Stadtwerke AG (WSW), kommunales Verkehrsunternehmen im mehrheitlichen Besitz der Stadt Wuppertal.
- **Partner / Trägermodell:** Zur Erweiterung der Produktpalette, zur Entwicklung System übergreifender Kompetenzen und zur Sicherstellung der gesellschaftlichen Akzeptanz wurde ein Netzwerk von Kooperationspartnern geschaffen. Hierzu zählen u.a. Serviceprovider wie die Deutsche Bahn, private Initiativen wie VCD, ADFC, Verbraucherzentrale, die Bergische Universität Wuppertal und die Stadt Wuppertal.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Die WSW verfolgen das Ziel der Positionierung auf dem lokalen und regionalen Verkehrsmarkt als anbieter- und System übergreifender Mobilitätsdienstleister. Das MobiCenter stellt in dieser Strategie die zentrale Schnittstelle zum Kunden dar, die professionelle Informationen aus einer Hand bietet. Das MobiCenter trägt hierdurch zu einer stärkeren Bindung und Ausweitung des Kundenstammes des Verkehrsunternehmens bei.

Hinzu kommt, dass die immer komplexer werdenden Angebotsstrukturen im ÖPNV (z. B. Produktdifferenzierung mit flexiblen Betriebsformen) einen erhöhten Informationsbedarf des Kunden nach sich ziehen, der durch den Verkehrsanbieter kompetent befriedigt werden muss.

- **Zielsetzungen:** Das MobiCenter dient der Kundenbindung sowie -gewinnung.
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Das WSW-MobiCenter wurde am 28.03.1995 in der Innenstadt von Wuppertal-Elberfeld eröffnet und seit dem kontinuierlich ausgebaut. Seit Januar 1996 werden Mobilitätsberater im Außendienst eingesetzt. Im April 2000 wurde ein eigenes WSW-TelefonServiceCenter (TSC) gegründet. Im Mai 2002 wurde ein 2. MobiCenter für die persönliche Beratung in Wuppertal-Barmen eröffnet.
- **Ausstattung / Ausrüstung:**
 - Beide Räumlichkeiten der WSW-MobiCenter verfügen über einen Counterbereich, in dem mehrere Berater- und Verkaufsplätze eingerichtet sind. Die Rechner- und Softwareausstattung umfasst einen Zugang zur elektronischen Fahrplanauskunft EFA, für TopTicket (Theater- und Konzertkarten-Vertrieb) Software für Abosystemkunden sowie zum Internet. Darüber hinaus verfügt das MobiCenter Elberfeld über das DB-Verkaufssystem Kurs 90. Im MobiCenter Barmen befindet sich der DB-Fahrkartenverkauf in Vorbereitung.
 - Die Mobilitätsberater verfügen über einen Info-Bus („MobiMobil“) sowie über Beratungs-Equipment (Laptop, Drucker) mit Zugang zum Internet, elektronischer Fahrplanauskunft (EFA), Software zur Routenplanung (PKW und Fahrrad) und diversen Informationen und Softwarelösungen. Darüber hinaus verfügen sie über Messe-Equipment und diverses Präsentationsmaterial.
 - Das TelefonServiceCenter verfügt über Buchungsprogramme für Cariba!-Car-Sharing, AnrufSammelTaxi, TaxiBus, TopTicket (Theater- und Konzertkarten-Vertrieb) sowie über eine Software für Abosystemkunden.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Das Leistungsspektrum der WSW-MobiCenter (MC) sowie des TelefonServiceCenter (TSC) ist sehr umfangreich und umfasst u.a. folgende Leistungen:
 - bundesweite Fahrplanauskunft
 - Ticketberatung und -verkauf (VRR, VRR/VRS) (TSC nur Beratung)
 - Informationen zu allen öffentlichen Verkehrsmitteln (bundesweit)
 - DB-Fahrscheinverkauf und Platzreservierung (MobiCenter Elberfeld, im MobiCenter Barmen befindet sich der DB-Fahrscheinverkauf sowie die Platzreservierung in Vorbereitung)
 - Fahrtrouten und Reiseplanung ÖV / Rad / IV
 - Informationen zu Park & Ride und Bike & Ride
 - Car-Sharing (Informationen, Vertragsabschluss, Buchung)

- Tipps für Fahrradfahrer in Kooperation mit dem ADFC
- Sonderfahrtenvermittlung und Sonderverkehre (u.a. Wuppertaler Schwebbahn)
- TopTicket Theater- und Konzertkarten-Vertrieb
- Information und Buchung von AnrufSammelTaxi, TaxiBus

Leistungsspektrum der Mobilitätsberater im Außendienst:

- Betreuung eines oder mehrerer Stadtbezirke zu allen mobilitätsrelevanten Fragen
 - Beratung von Gewerbekunden, Privathaushalten, Institutionen und Vereinen
 - Akquisition von Privat und Gewerbekunden
 - Planung bzw. Durchführung von Sonderverkehren, Messen, Events und Informationsveranstaltungen
 - Projekte mit Kindergärten und Schulen (z. B. „WSW-Busschule“)
 - Kosten-Nutzenvergleich ÖV/ IV
- **Betriebskonzept / Organisation:** Mit Betriebsaufnahme 1995 bestand lediglich ein Standort in der Innenstadt von Wuppertal-Elberfeld, an dem telefonische und persönliche Beratung gebündelt waren. In dieser Ausbauphase umfasste das Team der Mobilitätszentrale 7 Mitarbeiter (6 Mitarbeiter der WSW sowie ein Mitarbeiter der DB; Ende 2001 haben die WSW selbst den Verkauf von DB-Fahrkarten übernommen). Um das Beratungsgeschäft im MobiCenter zu entmischen, wurde eine Trennung der persönlichen und telefonischen Beratung vorgenommen. Die telefonische Beratung erfolgt nun über ein WSW-eigenes Telefon-ServiceCenter, so dass sich die Mitarbeiter im MobiCenter ausschließlich auf die persönliche Beratung konzentrieren können. Die Telefonarbeitsplätze befinden sich im Verwaltungsgebäude der WSW in Wuppertal-Barmen. Aufgrund der bipolaren Struktur der Stadt Wuppertal kam im Jahr 2002 als weiterer Standort eine Mobilitätszentrale für die persönliche Beratung in der Barmer Innenstadt hinzu. Das MobiCenter ist Montag-Freitag von 9 bis 19 Uhr geöffnet, an Samstagen von 10 bis 14 Uhr. Durch Aufschaltung der Telefonleitung auf die Betriebsleitzentrale ergibt sich eine telefonische Erreichbarkeit rund um die Uhr.
Die MobiCenter sowie das Telefon-ServiceCenter verfügen insgesamt über 19 Counter, die in Abhängigkeit vom Kundenaufkommen (in den MC) bzw. von der telefonischen Frequentierung (im TSC) besetzt sind. Das Personal akquiriert sich aus besonders für ihre Aufgaben im MobiCenter/Telefon-ServiceCenter oder als Mobilitätsberater geschulten ehemaligen Fahrdienstmitarbeitern.
 - **Finanzierungsansatz/-modell:** Die Grundfinanzierung des WSW-MobiCenters wird durch Eigenmittel des Verkehrsunternehmens getragen. Dies baut auf der Erkenntnis auf, dass eine zeitgemäße Kundenberatung und -information nicht als „Nebengeschäft der Betriebsleitzentrale“ zu betreiben ist.
 - **Marketingkonzept / Kommunikation:** Anstelle des relativ formal klingenden Begriffs „Mobilitätszentrale“ wurde unter Marketinggesichtspunkten der Name „MobiCenter“ gewählt. Insbesondere mit Einführung des MobiCenters wurde eine große Marketingkampagne gestartet.
 - **Erfolgscontrolling:** Im Zuge verschiedener Befragungen und Marktstudien wurde die Bekanntheit des WSW-MobiCenters in der Wuppertaler Bevölkerung und die Nutzung des MobiCenters überprüft. Danach ist die Einrichtung mehr als der Hälfte der Wuppertaler Einwohner bekannt und bereits von je-

dem 6. Wuppertaler Bürger genutzt worden. Täglich werden pro MobiCenter ca. 600 Kundenkontakte verzeichnet. Ca. 380 Telefonate erreichen pro Tag das TelefonServiceCenter.

- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:**

- Das Verkehrsunternehmen versteht sich als umfassender Mobilitätsdienstleister; es verfolgt die Philosophie, dass die Kundenbindung und -gewinnung wahlfreier Verkehrsteilnehmer insbesondere über professionelle und verkehrsmittelübergreifende Angebote zu erreichen ist.
- Die Trägerschaft durch das Verkehrsunternehmen garantiert die Finanzierungsgrundlage. Diese ergibt sich zum einen aus dem Selbstverständnis der WSW als umfassender, „verkehrsmittelübergreifender“ Mobilitätsdienstleister, zum anderen durch die systematische Einbindung der MobiCenter in die Marketingorganisation.
- Zudem ist das Modell relativ unabhängig von kommunalpolitischen Entwicklungen. Es besteht im Gegensatz zu kommunalen Trägermodellen nur ein geringer Abstimmungsbedarf mit weiteren Partnern.

- **Umsetzungsprobleme:** Die in der Aufbauphase einer Mobilitätszentrale aus Organisation- und Kostengründen durchaus sinnvolle Kombination der persönlichen und telefonischen Beratung in einer Einheit hat sich im Dauerbetrieb nicht bewährt (Geräuschkulisse, Auflaufen von Telefonaten während Stoßzeiten, Erscheinungsbild: Personal telefoniert während Kunde auf persönliche Beratung wartet). Die Arbeit der Mobilitätsberater leistet einen wichtigen Beitrag für die Gewinnung von Neukunden des Verkehrsunternehmens (z. B. Akquirierung von Gewerbekunden) und trägt aktiv zur Präsenz des Verkehrsunternehmens mit seinem weit gefassten Informations- und Beratungsangebot in der Öffentlichkeit bei (z. B. Stand bei Messe- und Informationsveranstaltungen). Dennoch sind der „Außendiensttätigkeit“ von Mobilitätsberatern enge Grenzen gesetzt, da der Beratungsaufwand sich zumindest teilweise aus Gründen der Wirtschaftlichkeit refinanzieren sollte.

- **Weitere Maßnahmen:** Neben der Mobilitätszentrale beschäftigen die WSW Mobilitätsberater, die Informationskampagnen und Beratungen vor Ort sowie Gewerbekundenberatung und -akquisition (z. B. Firmenticket) durchführen.
- **Kontakt:** Wuppertaler Stadtwerke AG, Herr Thomas Linke, Bromberger Str. 39-41, 42281 Wuppertal, Tel: 0202/569-3771, Fax: 0202/569-80-3771, eMail: thomas.linke@wsw-online.de
- **Literatur:** Löcker, Gerhard et al.: Die Mobilitätsberatung im ÖPNV - ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements. Verband Deutscher Verkehrsunternehmen; Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (Hg.). Köln: Beka, 2001
- **Internet-Ressource:** www.wsw-online.de/kontakte/center/mobicenter_barmen

F.1.2.2 MOBILITÄTSZENTRALE HAMELN-PYRMONT

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan

- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug

- **Kurzbeschreibung:** Die Mobilitätszentrale Hameln-Pyrmont wurde als erste Mobilitätszentrale in Deutschland eingerichtet und besitzt durch ihre Lage im ländlichen Raum nach wie vor Pilotcharakter für andere Mobilitätszentralen in Deutschland.

- **Besonderheit:** Die Mobilitätszentrale Hameln-Pyrmont entstand zwischen 1990 und 1991 im Rahmen eines Forschungsprojektes der EU (Projekt „Car Pooling System Management“ im Rahmen des DRIVE-I-Programms), u.a. in Zusammenarbeit mit der Bergischen Universität Wuppertal. Die Zentrale ist bis heute Vorbild für die Entwicklung vieler Mobilitätszentralen in anderen Räumen, da sie durch ihren mehr als 10jährigen Betrieb belegt, dass der Ansatz der Mobilitätszentrale auch im ländlichen Raum organisatorisch und wirtschaftlich umsetzbar ist.

- **Zielgruppe:** ÖPNV-Bestandskunden (u.a. Nutzer differenzierter ÖPNV-Betriebsformen, die vorherige Anmeldung bzw. vorherige Informationen zur Betriebsweise erfordern wie z. B. Anruf-Sammeltaxi), Neukunden (z. B. Touristen durch Bädertourismus)

- **Träger:** Träger der Mobilitätszentrale ist die Kraftverkehrsgesellschaft Hameln mbH (KVG Hameln). Aufgrund des Aufgabenträgermodells im Landkreis Hameln-Pyrmont erfolgt die Trägerschaft in enger Zusammenarbeit mit der Verkehrsgesellschaft Hameln-Pyrmont mbH (VHP) und den Stadtwerken Bad Pyrmont (SWP).

- **Partner / Trägermodell:** Es findet eine Kooperation mit dem Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) statt, der Träger des lokalen Car-Sharing-Projekts in Hameln ist. So berät die Mobilitätszentrale über die Funktionsweise und Modalitäten der Car-Sharing-Nutzung.

- **Veranlassung / Beweggründe:** Die Idee zur Einrichtung einer Mobilitätszentrale entstand aus der wissenschaftlichen Erkenntnis heraus, dass
 - öffentlicher Verkehr ein Gesamtsystem ist, das eine unternehmensübergreifende und damit lückenlose Fahrgastinformation pre-trip erfordert, somit die rein unternehmensbezogene Informationserteilung insbesondere im ländlichen Raum mit zahlreichen Verkehrsunternehmen nicht mehr zeitgemäß ist,
 - neue Angebotsformen im öffentlichen Verkehr (flexible Betriebsformen wie z. B. Anruf-Sammeltaxi) eine umfassende und professionelle Fahrgastinformation erfordern, die durch die klassischen Auskunftsstellen der Verkehrsunternehmen nicht mehr zu leisten ist,

- eine erfolgreiche Verzahnung zwischen ÖPNV und weiteren, kollektiven Verkehrsangeboten (Car-Sharing, Car-pooling etc.) nur erfolgen kann, wenn eine zentrale Anlaufstelle für Informationssuchende zur Verfügung steht.
- **Zielsetzungen:** -
- **Initiierung:** Bottom-up
 Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Die Mobilitätszentrale startete während der Laufzeit des EU-Forschungsprojekts „Car Pooling System Management“ (DRIVE-I-Programm) im Jahre 1991.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** -
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Das Leistungsspektrum der Mobilitätszentrale umfasst folgende Punkte:
 - - Fahrplanauskunft für den Nahverkehr Hameln-Pyrmont und für den ÖPNV in angrenzenden Landkreisen
 - - Ticketberatung
 - - DB-Fahrplanauskunft
 - - Informationen zu und Buchung von Anruf-Sammeltaxi und Anruf-Linienfahrt
 - - Informationen zu „Home-Bus“ (Busse im Abendverkehr mit Haustürbedienung) und Theater-Sammeltaxi
 - - Aktuelle Informationen über Sonderverkehr und Park+Ride-Angebote
 - - Informationen zu Car-Sharing
- **Betriebskonzept / Organisation:** Die Hamelner Mobilitätszentrale ist ausschließlich telefonisch über die lokale Telefonnummer 05151/788-988 zu erreichen. Ein persönlicher Zugang zur Mobilitätszentrale ist nicht vorgesehen. Die Mobilitätszentrale ist erreichbar während der gesamten Betriebszeit des ÖPNV in der Region: Montag-Donnerstag 4.15 – 22.30 Uhr, Freitag 4.15 – 23.30 Uhr, Samstag 5.15 – 23.30 Uhr, Sonntag 7.45 – 22.30 Uhr
Bereits frühzeitig wurden die Funkleitstellen der Verkehrsunternehmen KVG Hameln und VHP in die Mobilitätszentrale integriert, was folgende Synergien mit sich brachte: (1) Die Erreichbarkeit der Mobilitätszentrale konnte in einem sonst nicht wirtschaftlichen Betriebszeitfenster ermöglicht werden. (2) Die finanziellen Auswirkungen durch Personalmehrbedarf für den Betrieb der Mobilitätszentrale konnte begrenzt werden. (3) Es besteht ein direkter Informationsaustausch zwischen Fahrgästen und Betriebsebene (z. B. bei Anschlusssicherungen).
Nachdem anfänglich die Mobilitätszentrale in den Räumen der Funkleitstelle der KVG Hameln untergebracht war, erfolgte 1994 die Verlegung an den Hamelner Bahnhof und die verstärkte Zusammenarbeit mit der DB. In dieser Phase wurde Neuland beschritten, da die Mobilitätszentrale und die DB-Auskunft unter einer Telefonnummer auch räumlich integriert wurden. Diese Kooperation konnte nach der Neuordnung der telefonischen Auskunft der DB ab 1999 nicht mehr aufrecht gehalten werden.

- **Finanzierungsansatz/-modell:** Die Mobilitätszentrale wird gemeinschaftlich durch die KVG Hameln und den Landkreis Hameln-Pyrmont finanziert. Hierbei leistet seit Ende des EU-Forschungsvorhabens der Landkreis einen pauschalen Finanzierungsbeitrag zur Abgeltung der Aufwendungen für Personal- und Betriebskosten. Durch Zusammenfassung der Mobilitätszentrale mit der Funkleitstelle der Verkehrsbetriebe ergaben sich Synergieeffekte, die die langfristige Finanzierung der Mobilitätszentrale ermöglichte.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** -
- **Erfolgscontrolling:** Monatlich gehen etwa 10.000 bis 12.000 Telefonanrufe in der Mobilitätszentrale ein, die zu 20 % auf DB-Auskünfte, 35 % Bus-Auskünfte sowie 45 % AST-Anmeldungen und -Auskünfte umfassen.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Der Erfolg der Mobilitätszentrale Hameln-Pyrmont ist zweifelsohne, dass ein Betriebs- und Finanzierungskonzept für den ländlichen Raum erarbeitet wurde, was langfristig tragfähig erscheint. Hierbei spielt die funktionale Integration von betriebsinternen Einrichtungen (Funkleitstelle) einerseits und Elementen der Fahrgastinformation (tel. Fahrplan-/Tarifauskunft des Verkehrsunternehmens) andererseits eine entscheidende Rolle. Der häufig nach Ende einer Projektförderung aus Forschungsmitteln feststellbare Kontinuitätsbruch konnte vermieden werden, so dass sich die Mobilitätszentrale erfolgreich im Dauerbetrieb etablierte.
- **Umsetzungsprobleme:** Nach einer sehr umfassenden Kooperation mit der DB in der Telefonauskunft fand die Zusammenarbeit 1999 ein Ende, da sie eine bundesweite Neuordnung ihrer telefonischen Auskunftlandschaft in zentralen Call-Centern umsetzte. Die durch diese Verzahnung der Information über Nah- und Fernverkehr erzielte Stärkung der Mobilitätszentrale ging damit wieder verloren. Dies zeigt, dass die Kooperation mit einem überregionalen Verkehrsanbieter aufgrund der nicht an den lokalen Erfordernissen ausgerichteten Unternehmenspolitik schwierig erscheint.
- **Weitere Maßnahmen:** Seit 1998 führen zwei Mobilitätsberater Vorträge und Veranstaltungen in Senioreneinrichtungen, Schulen und Betrieben durch. Ziele sind einerseits das Marketing für Mobilitätszentrale (auf den potenziellen Kunden zugehen, um Schwellenängste abzubauen) sowie das Sammeln von Anregungen der Fahrgäste durch den persönlichen Kontakt.
- **Kontakt:** Kraftverkehrsgesellschaft Hameln mbH, Bahnhofplatz 1, 31785 Hameln, Tel.: +49.(0)5151.788-900, eMail: oeffis@oeffis.de
- **Literatur:**
 - Löcker, Gerhard: Die Mobilitätszentrale. Eine neue Aufgabe und eine neue Chance für Verkehrsbetriebe. In: Der Nahverkehr 9/1992
 - Reinkober, Norbert: Mobilitätszentralen und Mobilitätsberatung. In: Straßenverkehrstechnik 7/99, 318-321
 - Löcker, Gerhard et al.: Die Mobilitätsberatung im ÖPNV - ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements. Verband Deutscher Verkehrsunternehmen; Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (Hg.). Köln: Beka, 2001
- **Internet-Ressource:** www.oeffis.de

F.1.2.3 KOMBINIERTE ÖPNV- UND TOURISMUSINFORMATION IN HAMM

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - (Mobilitätszentrale) „Sicherheits- u. Servicezentrale“
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** In der Stadt Hamm mit 190.000 Einwohnern sind Kundencenter des Verkehrsbetriebes und Touristeninformation zusammengelegt worden.
- **Besonderheit:** In das ursprünglich für eine Mobilitätszentrale geplante Gebäude wurde auf Initiative des Verkehrsvereins das Kundenzentrum des ÖV und das Büro des Verkehrsvereins räumlich zusammengeführt. Damit werden v.a. im Freizeitverkehr Potentiale zur Steigerung umweltfreundlichen Verkehrsverhaltens aktiviert.
- **Zielgruppe:** Besucher und Einwohner der Stadt Hamm
- **Träger:** Stadt Hamm, Stadtwerke Hamm, Verkehrsverein Hamm
- **Partner / Trägermodell:** -
- **Veranlassung / Beweggründe:** Auf Betreiben von Stadt und Verkehrsbetrieb sollte das veraltete 200 m entfernt gelegene bisherige Kundenzentrum des Verkehrsbetriebes durch einen Neubau in eine Sicherheits- u. Servicezentrale umgewandelt werden. Auf Initiative des Verkehrsvereins wurde das Konzept, erweitert um zu verhindern, dass Besucher für Touristikinfo und Mobilitätsinformationen zwei in 50 m Entfernung gelegene Gebäude aufsuchen müssen.
- **Zielsetzungen:** Eine Kontaktstelle für Nahverkehr und Fremdenverkehr zur Attraktivitätssteigerung der Stadt. Die „Insel“ sieht und bezeichnet sich nicht nur als Mobilitätszentrale; sondern als Sicherheits- und Servicezentrale, um durch Präsenz auf dem Bahnhofsvorplatz Sicherheit zu vermitteln. Diese Strategieänderung erfolgte vor dem anschließenden, kommunalpolitischen Wechsel im Rat.
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down

- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Im August 1999 wurde die strategische Ausrichtung „ÖV+Touristik“ statt „intermodale Mobilitätszentrale“ beschlossen. Im August 2000 erfolgte dann die Eröffnung mit einem „Bahnhofsfest“.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Mitarbeiter des Verkehrsbetriebes und des Verkehrsvereins beraten an Telefon und Schalter. Zwischen 11 und 18 Uhr 4 Mitarbeiter tätig, sonst 2 Mitarbeiter.
 - Fahrplanauskunftssoftware
 - Verkaufsprogramm für Fahrkarten der Verkehrsgemeinschaft
 - Zugriff auf Hotelreservierungsserver
 - Zugriff auf Ticketserver für Veranstaltungen
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Im Bereich ÖPNV: u.a. Fahrplanauskünfte und Fahrkartenverkauf Nahverkehr, Fundsachen, Koordinierung/Buchung Anrufsammeltaxen, Erhöhtes Beförderungsentgelt
Im Bereich Touristik: u.a. Informationen zur Stadt, zu Messen und Festen, Kultur, Vermittlung von Hotelzimmern, Theater- und Konzertkarten bundesweit
gemeinsame Beschwerdeannahme
zudem: Vermittlung von Sicherheitsempfinden durch Präsenz auf dem Bahnhofsvorplatz
Car-Sharing ist in Hamm derzeit nicht existent, soll aber bei Vorhandensein in die Angebotspalette integriert werden.
- **Betriebskonzept / Organisation:** Alle Mitarbeiter der Insel bearbeiten grundsätzlich alle Standardfragen auf ÖV und Touristik; spezielle Fragen werden von den jeweils dafür geschulten Mitarbeitern beantwortet. Die Insel ist wochentags von 7 - 20 Uhr und samstags von 9 - 14:30 Uhr geöffnet.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Die Finanzierung des Baus erfolgte durch die Stadt Hamm als Eigentümer. Aufteilung der Betriebskosten zu gleichen Teilen auf Stadtwerke und Verkehrsverein auf Basis einer lockeren, kooperativen Form mit einfachen, schriftlichen Abmachungen. Beide Partner sparen Betriebskosten und haben einen attraktiven Standort gewonnen. Die Ausgaben des Verkehrsvereins für die Insel werden zu 40 % von der Stadt bezuschusst; der Rest wird über Verkaufserlöse erwirtschaftet.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Konsequente, einheitliche Vermarktung des Begriffs „Insel“ als Ansprechpartner in allen Fragen Nahverkehr und Touristik. Jedes Jahr wird ein „Insel“- bzw. „Bahnhofsfest“ durchgeführt.
- **Erfolgscontrolling:** Bisher wird nur eine tägliche Erfassung der Kundenkontakte im ÖPNV sortiert nach den Beratungs-/Verkaufsinhalten durchgeführt.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Günstig für die Entwicklung war die Konstellation, dass der Oberbürgermeister im Vorstand des Verkehrsvereins ist und dass insgesamt „kurze“ (Verwaltungs-)Wege in Hamm vorliegen.
Die Realisierung von Ersparnissen bei den Betriebskosten für Verkehrsverein und Verkehrsbetrieb bei gleichzeitig attraktiverem Standort und Kundenangebot wurde und wird von allen Beteiligten als Gewinn gesehen.

- **Umsetzungsprobleme:** nicht bekannt; bisher erfolgte die Zusammenarbeit zwischen den Verkehrsbetrieben und dem Verkehrsverein „ohne Reibungsverluste“
- **Weitere Maßnahmen:** Weitere Mobilitätsmanagement-spezifische Instrumente (z. B. Mobilitätsmanager) auf städtischer Seite sind in Hamm nicht vorhanden.
- **Kontakt:** Verkehrsverein der Stadt Hamm, Geschäftsführer Herr Hilse, Tel.: 02381 / 3777 - 11, eMail: h.hilse@verkehrsverein-hamm.de, Insel-Hotline: 01803 / 504030
- **Literatur:** -
- **Internet-Ressource:** www.insel-hamm.de, www.stadtwerke-hamm.de, www.verkehrsverein-hamm.de/

F.1.2.4 MOBILITÄTSBERATUNG IM RHEIN-MAIN-VERKEHRSVERBUND

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan

- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug

- **Kurzbeschreibung:** Der Rhein-Main-Verkehrsverbund hat einen verbundweiten Ansatz zur Mobilitätsberatung etabliert, der auf einer dezentralen Struktur von Mobilitätszentralen vor Ort aufbaut. Die größte Mobilitätszentrale im Verbundraum ist die Verkehrsinsel in Frankfurt.

- **Besonderheit:** Der Ansatz besitzt als verbundweite Strategie zur flächendeckenden Einrichtung von Mobilitätszentralen einen Top-Down-Aspekt.

- **Zielgruppe:** ÖPNV-Bestands- und Neukunden

- **Träger:** Träger der örtlichen Mobilitätszentralen sind die lokalen Aufgabenträger im RMV bzw. deren Verkehrsunternehmen. Der RMV ist Träger der verbundweiten telefonischen Auskunftsaktivitäten, die zentral unter einer 180er Telefonnummer bereit gestellt wird. Darüber hinaus stellt der RMV eine Internet-basierte Datenbasis zu allen Verkehrsmitteln der Region bereit.

- **Partner / Trägermodell:** Aufgrund der Aufgabenteilung zwischen persönlicher Präsenz vor Ort und telefonischer Beauskunftung ergibt sich ein komplexes Gefüge von Partnerschaften zwischen Verbundgesellschaft RMV, lokalen Aufgabenträgern, Verkehrsunternehmen und Landeseinrichtungen (Verkehrsdatenverbund).

- **Veranlassung / Beweggründe:** Die Idee der RMV-Mobilitätsberatung basiert auf der Idee der Bereitstellung eines qualitativ hochwertigen und vergleichbaren erweiterten ÖPNV-Informationsangebotes in allen Teilräumen des Verbundgebietes. Durch den Top-Down-Ansatz des RMV und die gleichzeitige Entlastung der lokalen Aufgabenträger von der telefonischen Beauskunftung soll dies erreicht werden.

- **Zielsetzungen:** Konkrete Zielsetzungen im Sinne einer quantitativen Erfassung hinsichtlich des Erfolgs besteht nicht.

- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down

- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Die RMV-Mobilitätsberatung startete Ende der 90er Jahre mit der Einrichtung der ersten Mobilitätszentralen. Die erste und bedeutendste Mobilitätszentrale ist die "Verkehrsinself" in zentraler Lage an der Frankfurter Hauptwache.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Die Daten für die Beauskunftung werden durch eine 4-köpfige Redaktion des RMV in eine Datenbank eingepflegt und über das Internet den örtlichen Mobilitätszentralen, der telefonischen Auskunft des RMV sowie der Telefonauskunft der Verkehrsunternehmen sowie auf der Webseite des RMV zur Verfügung gestellt.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Die RMV-Daten umfassen folgende Informationsbereiche:
 - - Öffentlichen Verkehr (Fahrpläne, Flugpläne, Fahrpreise, P&R usw.),
 - - Individualverkehr (Aktuelle Verkehrslage, Parkhäuser, Car-Sharing usw.),
 - - Freizeit&Touristik (Ausflugsziele, Hotels/Pensionen, Öffentl. Einrichtungen usw.),
 - - Veranstaltungen (Heute in Rhein-Main, Kultur, Sport usw.),
 - - Serviceangebote (Sortiment&Angebote, Fahrpreise, Ansprechpartner usw.),
 - - Aktuelle Infos (An- und Abfahrtszeiten Hbf., An- und Abflugzeiten usw.),
- **Betriebskonzept / Organisation:** Das Betriebskonzept basiert auf einer Aufgabenteilung und dem Zusammenspiel zwischen Verbundgesellschaft (Datenbereitstellung, telefonische Beauskunftung) und den lokalen Aufgabenträgern (Einrichtung, Betrieb und Finanzierung der regionalen Mobilitätszentralen).
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Für die Datenpflege und die Telefonhotline trägt der RMV die personelle und finanzielle Verantwortung, während die lokalen Aufgabenträger die persönliche Beratung betreiben.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** -
- **Erfolgscontrolling:** -
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Der Erfolg der RMV-Mobilitätsberatung ist zweifelsohne, dass ein Zusammenwirken zwischen regionalem und lokalen Aufgabenträgern in einer gemeinsamen Strategie umgesetzt werden konnte.
 - Durch die verbundweite Bereitstellung von "Content" für die Mobilitätsberatung ist ein enormer Synergieeffekt erzielt worden ist. Zudem unterstützt die zentrale Bereitstellung von Informationen im Internet die Selbstbedienung der Fahrgäste.
- **Umsetzungsprobleme:** -
- **Weitere Maßnahmen:** -

- **Kontakt:** Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH, Alte Bleiche 5, 65719 Hofheim a. Ts., Tel.: (0 61 92) 294-0, Fax: (06192) 294-900, eMail: pressestelle@rmv.de
- **Literatur:**
 - Braun, Gerhard: Mobilitätszentralen im Rhein-Main-Verkehrsverbund. In: Müller, Guido, et al.: Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen. ILS 178. Dortmund: Inst. für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, 2001 (ISBN 3-8176-6178-9)
 - Puzicha, Jörg; Allekotte, Dorothee; Noé, Walter: Verkehrsinsel Frankfurt. In: Der Nahverkehr 1-2/98
 - Ludwig, Rita; Maleika, Andreas; Bien, Walter: Mobilitätsberatung aus Kundensicht. Befragungsergebnisse zur Verkehrsinsel in Frankfurt. In: Der Nahverkehr 12/98
 - Löcker, Gerhard et al.: Die Mobilitätsberatung im ÖPNV - ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements. Verband Deutscher Verkehrsunternehmen; Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (Hg.). Köln: Beka, 2001
- **Internet-Ressource:** www.rmv.de

F.1.2.5 NETZWERK VON ÖPNV-SERVICEZENTRALEN IN WESTFALEN

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** In 6 eher ländlich strukturierten Kreisen Westfalens (Kreise Borken, Coesfeld, Soest, Steinfurt, Unna und Warendorf) wurden kreisweite Servicezentralen für den öffentlichen Nahverkehr aufgebaut, die annähernd das Leistungsspektrum von Mobilitätszentralen aufweisen.
- **Besonderheit:** In den Großstädten Münster und Hamm bestehen darüber hinaus vollwertige Mobilitätszentralen. Mit der Einrichtung der Servicezentralen wurde in den umliegenden Kreisen ein sachgerecht an die örtliche Problemlage angepasster und wirtschaftlich tragfähiger Einstieg in die Mobilitätsberatung im ländlichen Raum gewählt. Dies ermöglichte eine schnelle Realisierung des Projekts, so dass heute im gesamten Münsterland und nördlichen Ruhr-Lippe-Bereich flächendeckend ein Netzwerk von Mobilitätszentralen realisiert ist.
- **Zielgruppe:** Zielgruppe sind ÖPNV-Nutzer und potenzielle Neukunden im ÖPNV.
- **Träger:** Jede Servicezentrale wird durch den jeweiligen Kreis sowie das kommunale Regionalverkehrsunternehmen Westfälische Verkehrsgesellschaft bzw. deren Tochterunternehmen (Regionalverkehr Münsterland GmbH, Regionalverkehr Ruhr-Lippe GmbH, Verkehrsgesellschaft Kreis Unna mbH) gemeinschaftlich getragen. Die Steuerung des operativen Geschäfts liegt beim jeweiligen Verkehrsunternehmen der WVG-Gruppe. Lediglich im Kreis Warendorf sind neben dem Kreis alle Verkehrsunternehmen, die im Kreis Bedeutung haben, als Träger an der Einrichtung beteiligt. Die Steuerung obliegt der RVM.
- **Partner / Trägermodell:** Die Servicezentrale wird darüber hinaus durch alle im jeweiligen Verkehrsraum tätigen Verkehrsunternehmen durch Informationsbereitstellung und -austausch unterstützt.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Die Kreise sind als Aufgabenträger im ÖPNV sowie aus verkehrspolitischen Gründen vorrangig an einer bestmöglichen Information der Bevölkerung über die bestehenden Verkehrsangebote im ÖPNV interessiert. Für das Verkehrsunternehmen steht im Vordergrund: (1) Etablierung des Unternehmens vor Ort als Mobilitätsdienstleister, d.h. gegenüber der Bevölkerung/dem Aufgabenträger, (2) Verbesserung und Aufweitung der Fahrplan- und Produktauskunft (z. B. persönliche Zugänglichkeit, einheitliche Rufnummer usw., professionelle telefonische Auskunftserteilung, zeitgemäße Räumlichkeiten/Umfeld für den Zeitkartenverkauf) mit möglichst geringem Mittelaufwand und ohne Einsatz zusätzlicher Eigenmittel. Eine verkehrs-

träger übergreifende Ansprache der Fahrgäste steht im Vordergrund. Die Fahrgäste sprechen eine Stelle an, die sich um alle Fragen rund um Bus und Bahn im Kreisgebiet kümmert.

- **Zielsetzungen:** Quantitative bzw. andere konkrete Ziele des Projekts sind nicht bekannt.
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Die ersten Servicezentralen wurde 1998 in den Kreisen Borken, Coesfeld, Soest und Unna eröffnet, 2001 folgte die Servicezentrale im Kreis Steinfurt und 2002 die Zentrale im Kreis Warendorf. Eine weitere Servicezentrale im Hochsauerlandkreis ist in Planung, die Eröffnung wird für Ende 2003 anvisiert.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Aufgrund der relativ ausgedehnten Öffnungszeiten verfügt jede Servicezentrale über eine Mitarbeiterzahl für etwa 6-8 Stellen, die die Besetzung der Zentrale im Schichtdienst sicherstellen. Um einen flexiblen Personaleinsatz zu gewährleisten, setzen sich diese aus einem Mix aus Vollzeit- und Teilzeitkräften sowie Aushilfskräften zusammen. Alle Zentralen verfügen über eine moderne Telefonanlage mit Call-Center-Technologie, die die Arbeitsplatzverwaltung unterstützt (z. B. Warteschleifenorganisation, Anruf-Weiterschaltung auf andere Zentralen, direkte Aufschaltung von Bildschirmmasken auf den Arbeitsplatzrechner entsprechend der angewählten Rufnummer (Fahrplanauskunft, Buchung bedarfsorientierter TaxiBus-Verkehre, Beschwerdeannahme). Die beschriebenen Aufgaben werden durch die Nutzung von EDV-Programmen unterstützt. Alle Zentralen verfügen zudem über einen Counterbereich für die persönliche Beratung und sind an lagegünstigen Standorten (z. B. an Bahnhöfen, in der Kernstadt) angeordnet.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Beim Konzept und derzeitigem Ausbaustand der Servicezentralen stehen eindeutig Information und Beratung über Fahrpläne und Tarife im öffentlichen Nahverkehr sowie der Ticketverkauf im Vordergrund. Bei Verbindungsanfragen können alle im NRW-Datenbestand enthaltenen Nahverkehrsverbindungen der "Schlaun Nummer" über efa beauskunftet werden. Durch Kooperation mit der DB in der Mehrzahl der Servicezentralen (Vertrieb durch DB-eigenes Personal oder Agenturvertrag) besteht Zugang zum DB-Verkaufssystem Kurs 90 (bzw. START Amadeus) mit Fahrplanauskunft, Fahrscheinverkauf und Platzreservierungen. Darüber hinaus bündeln die Servicezentralen weitere ÖPNV-Serviceleistungen unter einer Adresse, die bislang z. B. bei den Leitstellen der Verkehrsunternehmen an für den Fahrgast wenig attraktiven und schwer zugänglichen Orten angesiedelt waren (z. B. Bestellung von bedarfsorientierten TaxiBus-Verkehren, Fundsachen, Beschwerdemanagement, Voranmeldung von Gruppenfahrten). In der Servicezentrale im Kreis Unna hat bereits die Integration des Ruhrgebiets Touristik-Systems stattgefunden (RTG). Die Servicezentrale fungiert als regionale Koordinierung- und Auskunftsstelle der Ruhrgebiets Touristik. Eine zukünftige Erweiterung der Servicepalette um Car-Sharing, Beratung von Großkunden oder Fahrgemeinschaftenvermittlung etc. ist bei Bedarf möglich.
- **Betriebskonzept / Organisation:** Jede Servicezentrale verfügt über einen Counterbereich für das persönliche Beratungsgeschäft und ist telefonisch über NRW-weit einheitliche Service-Nummern zu erreichen. In der Servicezentrale sind die Kundenbereiche räumlich getrennt organisiert. Es gibt das Backoffice mit dem Call-Center und das Frontoffice mit dem Counter. Die telefonische Erreichbarkeit der Zentrale ist in der Regel Montags bis Freitags von 7 - 20 Uhr, Samstags 6 - 14 Uhr. Außerhalb dieser Zeiten werden die Anrufe (bis auf TaxiBus-Anrufe) auf die NRW-Hotline (Call-Center) aufgeschaltet und von dort beauskunftet. Die persönliche Erreichbarkeit der Service-

zentralen orientiert sich an den örtlichen Öffnungszeiten des Einzelhandels.

Durch Kooperationen mit der DB und die Einbeziehung der Servicezentrale in das Bahnhofsgebäude unter gleichzeitiger Auflösung des Reisezentrums der DB (z. B. (Servicezentrale „Vincent“ in Ibbenbüren, Kreis Steinfurt) ergeben sich wesentlich längere Öffnungszeiten in Anlehnung an die Nachfrage und die ehemaligen Öffnungszeiten des DB-Reisezentrums.

Über die kreisweiten Zentralen hinaus bestehen Planungen, sog. lokale „Satelliten“ der Servicezentralen in allen kreisangehörigen Städten und Gemeinden aufzubauen. Diese sichern die persönliche Zugänglichkeit der Zentralen vor Ort und können durch die Kooperation mit bestehenden Einrichtungen (z. B. Stadtbuss-Büros, Bürgerbüros, Touristikbüros) mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand umgesetzt werden („mobil info lokal“ im Kreis Soest).

- **Finanzierungsansatz/-modell:** Den Servicezentralen liegt ein partnerschaftliches Finanzierungsmodell zugrunde. Der Finanzierungsbeitrag der WVG-Gruppe bzw. anderer Verkehrsunternehmen wie der DB beziehen sich im Wesentlichen auf die Einbringung von Personalressourcen, die auch bislang im Vertriebsbereich des Verkehrsunternehmens eingesetzt waren. Aus dem „Landesprogramm für Sicherheit und Service im ÖPNV“ des Landes Nordrhein-Westfalen wurde eine Personalförderung gewährt, in deren Rahmen ca. 20 Personen durch ein Umschulungsprogramm zur „Service-Fachkraft im ÖPNV“ für ihren neuen Arbeitsplatz in den Servicezentralen qualifiziert werden konnten. Zusätzlich wurden an einigen Standorten auch Mitarbeiter/innen über Schwerbehindertenförderung mitfinanziert. Innerhalb der zunächst auf 5 Jahre befristeten Laufzeit haben sich die betreffenden Kreise bereit erklärt, die ungedeckten Kosten der Zentralen zu finanzieren. Eine Folgefinanzierung ab 2005 muss mittelfristig entwickelt werden, die auch konzeptionelle Optimierungen beinhalten kann.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Die Vermarktung der Servicezentralen erfolgt individuell, d.h. für jede Servicezentrale wurde ein eigenständiges Corporate Design entwickelt und in einem Namenswettbewerb ein Name mit lokalem Bezug ermittelt. Dies trägt entscheidend zur lokalen bzw. regionalen Identität der Servicezentrale bei. Darüber hinaus erstreckt sich die permanente Öffentlichkeitsarbeit auf die im ÖPNV üblichen Werbemedien (Fahrplanbuch, Aushangplakate/Flyer in Bussen und öffentlichen Einrichtungen sowie als Außenwerbung auf Bussen). Zusätzlich hat jede Servicezentrale einen eigenen Internetauftritt, der Basisinformationen über das Beratungsangebot vermittelt und dynamische Bausteine der Fahrgastinformation enthält.
- **Erfolgscontrolling:** Durch eine permanente Protokollierung der Anruf-Aktivitäten durch Aufschreibungen und durch die Telefon-/Computeranlage ergeben sich aussagekräftige Nutzungsstatistiken für jede Servicezentrale. Die Anzahl der durchschnittlichen werktäglichen Kundenkontakte variiert - auch aufgrund der unterschiedlichen Lagegunst der Standorte und der Angebotspalette - zwischen ca. 250 und 600. Ebenso variiert die Aufteilung zwischen telefonischen und persönlichen Kundenkontakten zwischen den Standorten.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Das Projekt steht in Wechselwirkung zum Projekt "Schlaue Nummer für Bus und Bahn", der landesweiten Fahrplanauskunft für Nordrhein-Westfalen. Die Servicezentrale garantiert den lokalen Bezug zur Region und die persönliche Erreichbarkeit (Erkennbarkeit der Einrichtung) sowie das Angebot am Tag, während die "Schlaue Nummer" die Verfügbarkeit rund um die Uhr und den zentralen Zugang über landesweit einheitliche Telefonnummern ermöglicht. Das Netzwerk der Servicezentralen war durch die Nutzung der „Schlaunen Nummer“ 0 180 3/50 40 30 die Keimzelle der Vereinheitlichung der Fahrplanauskunft in NRW. Weiterer Erfolgsfaktor ist die Partnerschaft zwischen den jeweiligen Kreisen als Aufgabenträger des ÖPNV und dem kommunalen, kreiseigenen Verkehrsunternehmen. Das im Münsterland / Nördlicher Ruhr-Lippe-Bereich gewählte Konzept mit Begrenzung der Aktivitäten auf den ÖPNV zeichnet sich durch eine sehr pra-

xisnahe Vorgehensweise aus. Demzufolge konnte das Konzept relativ zügig umgesetzt werden und seinen Erfolg durch einen erfolgreichen Betrieb nachweisen.

- **Umsetzungsprobleme:** Aufgrund der fehlenden finanziellen Unterstützung der anderen Verkehrsunternehmen (außer im Kreis Warendorf) lag/liegt die Hauptlast beim Kreis und den Unternehmen der WVG-Gruppe.
- **Weitere Maßnahmen:** -
- **Kontakt:** Westfälische Verkehrsgesellschaft mbH (WVG), Krögerweg 11, 48155 Münster, Tel.: +49.(0)251.6270-0, Fax: +49.(0)251.6270-222
- **Literatur:**
 - Schulte, Reinhard: Informationsoffensive im ÖPNV - In Westfalen entsteht eine Netzwerk von ÖPNV-Servicezentralen. In: Der Nahverkehr 5/1999
 - Schulte, Reinhard; Rissiek, Thomas; Schmidt, Kirstin: Die Schlaue Nummer in NRW. ÖPNV-Information: einheitlich erreichbar, dezentral verantwortet. In: Der Nahverkehr 4/2002
 - Löcker, Gerhard et al.: Die Mobilitätsberatung im ÖPNV - ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements. Verband Deutscher Verkehrsunternehmen; Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (Hg.). Köln: Beka, 2001
- **Internet-Ressource:** www.mobimax.de (Kreis Borken), www.fragundfah.de (Kreis Coesfeld), www.mobilinfo-online.de (Kreis Soest), www.vincent-online.de (Kreis Steinfurt), www.fahrtwind-online.de (Kreis Unna), www.kreis.verkehr-service.de (Kreis Warendorf)

F.1.3 Betriebliches MM

F.1.3.1 AKTION „MIT DEM RAD ZUR ARBEIT“

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
 - Sonstige: Aktionsbezogene Ansprechpartner
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** Bei der 2003 zum dritten Mal stattfindenden Aktion sollen Mitarbeiter auf freiwilliger Basis einen Monat lang mindestens 50% der Arbeitswege mit dem Rad zurückzulegen. Gleichzeitig wird der fahrradfreundlichste Betrieb Bayerns gesucht.
- **Besonderheit:** Die Aktion entfaltet mit sehr wenig Aufwand eine große Breitenwirkung. Sie hat daher vom BMVBW, der AG „fahrradfreundliche Städte NRW“ und der Zweirad-Industrie die Auszeichnung „best for bike 2002“ als fahrradfreundlichste Entscheidung des Jahres erhalten.
- **Zielgruppe:** Arbeitnehmer und Geschäftsleitungen in bayerischen Betrieben und Verwaltungen
- **Träger:** Die Aktion wird getragen vom ADFC und der AOK in Bayern
- **Partner / Trägermodell:** Unterstützer sind: bayerisches Gesundheitsministerium (Schirmherrschaft), Vereinigung der bayerischen Wirtschaft (vbw) und der DGB. Des weiteren beteiligen sich im Jahr 2003 die Regio Bayern der Bahn AG, der Bayerische Rundfunk sowie der „Bleib Gesund-Shop“.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Für die AOK steht vor allem der Aspekt der Bewegungsförderung im Vordergrund. Der ADFC sieht zudem in der Aktion eine aus seiner Sicht erforderliche Stärkung des Radverkehrs durch eine Imagesteigerung des Radverkehrs unter Berufstätigen. Arbeitnehmer und Arbeitgeber sehen Kostenvorteile für Pendler und eine Entspannung der Parkplatzsituation.
- **Zielsetzungen:** Ziel ist es, mehr Arbeitnehmer für eine regelmäßige Benutzung des Fahrrades zu gewinnen. Es sind jedoch keine absoluten Zielwerte genannt; diese müssten ggf. betriebsspezifisch benannt werden.

- **Initiierung:** Bottom-up
 Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Erstmals wurde die Aktion im Juni 2001 durchgeführt. Sie wird seitdem jährlich fortgeführt.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Bestehende Büros der Partner
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Inhalt der Aktion ist die Marketingkampagne, die Durchführung der Anmeldung durch die AOK, die Auswahl und Prämierung des fahrradfreundlichsten Betriebes und die Ziehung der Gewinner aus den teilnehmenden Personen.
- **Betriebskonzept / Organisation:** Teilnehmen können an der Aktion (und der Verlosung) Teams von je vier Mitarbeitern, die an mindestens 50 % der Arbeitstage im Aktionsmonat das Rad auf dem Weg zur Arbeit nutzen. Jedes Teammitglied markiert im „Aktionskalender“ die Arbeitstage, an denen der ganze Arbeitsweg (oder ein Teil des Weges als Bike&Ride) mit dem Rad zurückgelegt wird.
 - Voraussetzung für die Teilnahme am Wettbewerb um den fahrradfreundlichsten Betrieb ist, dass mindestens drei fahrradfreundliche Einrichtungen im Betrieb vorhanden sind. Zum Beispiel eine ausreichende Fahrradabstellanlage mit Überdachung und Beleuchtung, Umkleieräume, Duschen oder eine andere Möglichkeit zum Frischmachen.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Marketing-Etat der beteiligten Träger
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Mit dem Rad zur Arbeit lebt vom „Aktionscharakter“. Dieser wird über Anschreiben, Plakate, Pressemitteilungen und eine Homepage beworben.
 - Es werden Gewinne für die teilnehmenden Mitarbeiter und für den „fahrradfreundlichsten Betrieb“ ausgeschrieben.
- **Erfolgscontrolling:** Im Jahr 2002 haben 2.316 Teams in 912 Unternehmen aus 31 Städten teilgenommen.
 - Im Jahr 2003 soll eine Befragung von Teilnehmern und Nicht-Teilnehmern stattfinden.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Umweltfreundliches Verhalten auf freiwilliger Basis wird belohnt. Die Unternehmen werden durch die regelmäßige Teilnahme von Mitarbeitern und den Aushang von Plakaten an ihre Mitverantwortung zur Radverkehrsförderung erinnert.
- **Umsetzungsprobleme:** Häufig ist das Interesse auf Arbeitgeberseite noch eher gering; die Initiative geht in den Betrieben in der Regel von Arbeitnehmern aus und wird von Arbeitgebern eher „geduldet“ als gefördert.
- **Weitere Maßnahmen:** Hinweise für den Kauf von Fahrrädern durch den ADFC
- **Kontakt:**
 - Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club (ADFC), Landesverband Bayern, Armin Falkenhain, Landwehrstr. 16, 80336 München, Tel.: (089) 55 35 75, Fax: (089) 55 02 458, eMail: kontakt@adfc-bayern.de

- AOK Bayern, Zentrum Marketing und Vertrieb, Rudolf Ehrnsberger, Frauentorgraben 49, 90443 Nürnberg, Tel.: 0911/218-450, eMail: rudolf.ehrnsberger@nuernberg.by.aok.de
- **Literatur:** -
- **Internet-Ressource:** www.adfc-bayern.de, www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de, www.best-for-bike.de

F.1.3.2 M21 - NEUE TELEMATIKGESTÜTZTE MOBILITÄTSDIENSTLEISTUNGEN IM VERKEHR

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan

- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug

- **Kurzbeschreibung:** Entwicklung und Feldtest eines telematikgestützten Mobilitätsmanagementpaketes beim „Mercedes-Benz Technologie-Center“ in Sindelfingen mit 9.000 Mitarbeitern.
- **Besonderheit:** Das Projekt M21 zeichnet sich durch eine hohe Automatisierung der Vermittlungsprozesse für Fahrgemeinschaften aus, unter gleichzeitiger Berücksichtigung eines intensiven Marketings und persönlichen sowie telefonischen Beratungsdienstleistungen.
- **Zielgruppe:** Die interne Zielgruppe im Betrieb sind Mitarbeiter des Betriebes bzw. der Berufspendelverkehr
 - Externe Zielgruppen des Services sind alle Unternehmen mit Berufspendlern.
- **Träger:** Die Pilotphase des Projektes (1999-2001) wurde als public-private-Partnership“ finanziert. Die 20 Mio. Entwicklungskosten wurden dabei zu gleichen Teilen getragen vom Land Baden-Württemberg, Daimler-Chrysler sowie privatwirtschaftlichen Partnern. Ziel ist der Aufbau eines wirtschaftlichen Betriebs innerhalb der DaimlerChrysler Services Mobility Management GmbH.
- **Partner / Trägermodell:** Es sind im laufenden Betrieb keine weiteren Partner involviert.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Zur Erreichung einer nachhaltigeren Verkehrsabwicklung strebt das Land Baden-Württemberg den verstärkten Einsatz von Mobilitätsmanagement an. Dabei sollen über M21 neue, privatwirtschaftliche Angebote bei Verkehrsinformations- und Mobilitätsdiensten zur Förderung einer veränderten Verkehrsmittelwahl initiiert werden.
 - DaimlerChrysler will sein Profil als innovativer Mobilitätsdienstleister stärken (u.a. auch Konsortialführer im Projekt mobilist).
 - Die privaten Firmen suchen neue Betätigungsfelder durch die Weckung individueller Nachfrage nach Mobilitätsangeboten.

- **Zielsetzungen:** Vor allem die Beteiligung am zentralen Dienst „dynamischer Mitfahrerservice“ sollte durch Marketingmaßnahmen die Beteiligung sukzessive gesteigert werden. Vom Start im September 1999 bis zum Juli 2000 wurden 320 Teilnehmer gewonnen. Inzwischen sind 1300 Mitarbeiter in die M21-Dienste integriert.
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Die Pilotphase lief von Herbst 1999 bis zum Dezember 2001. 2002 Übernahme des Dienstes M21 durch die DaimlerChrysler Services Mobility Management GmbH in Berlin und Aufbau eines wirtschaftlichen Vertriebs von M21 als Firmenmitfahrzentrale
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Im Rahmen des Projektes sind Softwareprodukte entwickelt worden, die über ein Mobilitätsbüro („Mobilitätszentrale“) organisiert werden.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Im Vordergrund stehen telematikgestützte Mobilitätsdienstleistungen
 - „dynamische“ Firmenfahrgemeinschaftsbörse mit einem Zugang über Internet und Intranet: Automatische, stündliche Disposition und Benachrichtigung via eMail, SMS, Fax od. Telefon. Dynamisch im Sinne von kurzfristigen Buchungsmöglichkeiten bis eine Stunde vor gewünschter Abfahrtszeit sowie täglich erneut als Einzelauftrag
 - Verkehrsinformationen im Internetportal
 - Die im Probetrieb durchgeführten Dienste
 - Koordination von Fahrgemeinschaften für bereits unterwegs befindliche Pkw (Routenempfehlungen via Navigationsgeräte; automatisierte Anrufe bei Mitfahrern kurz vor Ankunft des Fahrers)
 - Koordination der Vermietung von gewerblichen Leihfahrzeugen und Privat-Pkw
 - Teleshopping (für Lebensmittel) mit Anlieferung an Schließfächer am „Werkstor“
 - wurden nicht in den Dauerbetrieb übernommen.
- **Betriebskonzept / Organisation:** In der Testphase standen täglich von 8 - 18 Uhr vier Personale per eMail und telefonisch als Ansprechpartner zur Verfügung.
 - Im laufenden Betrieb wird die Hotline von 8 - 18 Uhr über ein externes (geschultes) Call-Center abgedeckt.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Intern stehen neben dem Internetportal persönliche Ansprechpartner zur Verfügung, die als „unverzichtbares Qualitätsmerkmal“ gelten.
 - Es findet eine kontinuierliche Information über Infobriefe, Flugblattaktionen, Artikel und Aktionen statt.
 - Externe Vertriebstätigkeiten wurden 2003 aufgenommen.

- **Erfolgscontrolling:** Bei der Entwicklung der Teilnehmerzahlen des Fahrgemeinschaftsdienstes lassen sich deutlich Sprünge erkennen, die auf erfolgte Werbemaßnahmen zurückgeführt werden können.
 - Die Teilnehmer wurden während der Pilotphase zu den Diensten und dem begleitenden Services befragt.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Maßgeblich für die Initiierung war die Beteiligung und das Interesse wichtiger strategischer Partner (Land, Großunternehmen, Dienstleister).
 - Im Betrieb war die kontinuierliche Akzeptanzuntersuchung zu den Services ein wesentliches Element für deren Verbesserung. Vor allem bei der Ermittlung der Parameter zur Disposition von Fahrgemeinschaften wurden wichtige Stellschrauben optimiert.
- **Umsetzungsprobleme:** Im Jahr 2002 wurde der Dienst so angepasst, dass er als Produkt auf dem freien Markt Anklang findet; Punkte, in denen das System gehakt hat, wurden während dieser Zeit ausgeräumt.
- **Weitere Maßnahmen:** Sind nicht bekannt. Bei der Konzeption von M21 konnte auf Erfahrungen u.a. aus dem Projekt STORM zurückgegriffen werden (regionales Verkehrsmanagement in der Region Stuttgart, 1991-1995).
- **Kontakt:** Constanze Fath, DaimlerChrysler Services - Mobility Management, Eichhornstr. 3, 10875 Berlin, Tel.: 030/2554 –1403; constanze.c.fath@daimlerchrysler.com
- **Literatur:** Holzwarth, Jürgen; Biesinger, Alfred; Funke, Torsten 2000: M21 - Einführung neuer Telematik gestützter Mobilitätsdienstleistungen für den Berufsverkehr im Ballungsraum. In: Straßenverkehrstechnik 44 (2000) Nr. 10
- **Internet-Ressource:** www.m21zentrale.de/public/info/aktuelles.jsp, www.uvm.baden-wuerttemberg.de/uvm/home/index.asp?b=7

F.1.3.3 BAUSPARKASSE SCHWÄBISCH HALL

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan

- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug

- **Kurzbeschreibung:** Zur Vermeidung von erforderlichen Infrastrukturinvestitionen in neue Parkflächen für Mitarbeiter vereinbarte die Bausparkasse Schwäbisch Hall als größter Arbeitgeber in der Region mit den örtlichen Verkehrsunternehmen im Landkreis die pauschale Nutzung des ÖPNV durch ihre Mitarbeiter mit dem Firmenausweis.

- **Besonderheit:** Das Vorgehen der Bausparkasse kann als "Geburtsstunde" des betrieblichen Mobilitätsmanagements in Deutschland betrachtet werden, da vergleichbares Engagement eines Arbeitgebers hinsichtlich der Organisation der Arbeitswege bislang kaum anzutreffen war.

- **Zielgruppe:** Ca. 3.200 Mitarbeiter der Bausparkasse Schwäbisch Hall am Standort Schwäbisch Hall

- **Träger:** Träger des Vorhabens ist die Geschäftsführung der Bausparkasse Schwäbisch Hall sowie die Arbeitnehmervertretung.

- **Partner / Trägermodell:** Partner sind die ÖPNV-Managementgesellschaft „KreisVerkehr“, die Stadtbus Schwäbisch Hall sowie weitere Verkehrsunternehmen im Landkreis.

- **Veranlassung / Beweggründe:** Im Rahmen einer Umweltinitiative wurde das Ziel angestrebt, die ÖPNV-Nutzung für die Mitarbeiter so einfach wie möglich zu gestalten. Nicht "mit dem Zündschlüssel in die Garage", sondern mit dem Dienstausweis zur Haltestelle sollte eine echte Reisealternative zum Arbeitsplatz werden. Hintergrund des Engagements ist die ansonsten erforderliche Ausweitung der Mitarbeiterparkplätze am Firmenstandort, um den Parkdruck zu bewältigen, da durch verschiedene Effekte bedingt (u.a. Wiedervereinigung) die Anzahl der Mitarbeiter der Bausparkasse Anfang der 90er Jahre deutlich stieg.

- **Zielsetzungen:** Zielsetzungen im Sinne konkret verfolgter Ergebniszahlen sind nicht bekannt.

- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down

- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Anfang der 90er Jahre wurde eine erste Vereinbarung mit den Verkehrsunternehmen zur pauschalen Nutzung des ÖPNV mit dem Firmenausweis getroffen. Ab Juli 1995 erfolgte die Beschränkung der Parkberechtigungen auf den firmeneigenen Parkplätzen, was verstärkt sog. "Push-Effekte" auslöste.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** -
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Konsequenz der Aktivitäten ist die konsequente Weiterentwicklung des ÖPNV-Angebotes im Kreisgebiet bei gleichzeitiger Bewirtschaftung der unternehmenseigenen Parkplätze.
- **Betriebskonzept / Organisation:** Durch eingangs umgesetzte Verbesserungen im Busverkehr verdoppelte sich die Zahl der ÖPNV-Nutzer auf zunächst rund 1.000 täglich. Das war etwa ein Drittel der Belegschaft. Im weiteren Procedere wurden ab 1995 auch die Parkberechtigungen auf den Mitarbeiterparkplätzen in Absprache mit dem Betriebsrat einer abgestuften Regelung unterworfen:
 - Wer im näheren Umfeld der Hauptverwaltung (bis zu zehn Minuten Fußweg) wohnt, besitzt keine Parkberechtigung.
 - Wer in einer zumutbaren Entfernung zu einer der im 10-Minuten-Takt verkehrenden Buslinien wohnt, darf 25-mal im Jahr auf dem Firmengelände parken.
 - Wer in Orten mit weniger frequenter, aber zumutbarer Busverbindung wohnt, darf 50-mal im Jahr auf dem Firmengelände parken.
 - Alle anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten auf Antrag eine Dauerparkerlaubnis.
 - In Sonderfällen gibt es Ausnahmen.
 - Parkt jemand unberechtigt oder verstößt gegen sonstige Parkregeln, ist ein betriebliches "Bußgeld" in Höhe von zehn DEM fällig. "Bußgelder" werden am Jahresende karitativen Einrichtungen zugeleitet.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Während in der Vergangenheit die Bausparkasse der ÖPNV-Managementgesellschaft einen monatlichen Pauschalbetrag als Entgelt für die Beförderung seiner Mitarbeiter im Busverkehr leistete, wurde das Verfahren Anfang 2003 aus steuerlichen Gründen auf ein klassisches Job-Ticket umgestellt. Nach wie vor bleiben die Grundzüge der Regelung hierdurch unverändert erhalten. Zusammengenommen finanziert die Bausparkasse mit einem jährlichen Volumen von ca. 0,75 Mio. EUR die ÖPNV-Fahrten ihrer Mitarbeiter zum Arbeitsplatz und ist somit zu einem bedeutenden Finanzierungsfaktor für den ÖPNV in der Stadt Schwäbisch Hall geworden.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** -
- **Erfolgscontrolling:** Heute fahren durchschnittlich 1.300 der rund 3.200 Beschäftigten täglich mit dem ÖPNV zum Arbeitsplatz.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Die Bausparkasse Schwäbisch Hall gehörte sicherlich zu den Vorreitern des betrieblichen Mobilitätsmanagements in Deutschland. Der Ansatz zeigt, dass eine "Win-win-Situation" (sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber genießen Vorteile der umgesetzten Maßnahmen) realisierbar ist. Aufgrund der Initiative erweiterten die Verkehrsunternehmen das Angebot, was letztlich nicht nur den Mitarbeitern der Bausparkasse zugute kam, sondern allen Bürgern und ÖPNV-Nutzern.

- **Umsetzungsprobleme:** -
- **Weitere Maßnahmen:** -
- **Kontakt:** Bausparkasse Schwäbisch Hall, Betriebsrat, Telefon: 0791-46 2830, Fax: 07 91-46 2201, eMail: br@schwaebisch-hall.de
- **Literatur:**
 - ACE Auto Club Europa (Hg.): Hin und Her - Ein Ratgeber für den Weg zur Arbeit. Berlin: Selbstverlag, 2000 (ISBN 3-7663-3242-2)
 - IG Metall: „metall Ratgeber“ Berufspendler. Beilage des Monatsmagazins „metall“, Heft 10/Okttober 2000
 - Schäfer-Breede, Klaus: Mobilitätsmanagement in Betrieb und Verwaltung: Dokumentation vorbildlicher Beispiele für Berufsverkehr, Geschäfts-/Dienstreisen und Transport in Deutschland. Verkehrsclub Deutschland (Hg.). Bonn: Verkehrsclub Deutschland, 1996
- **Internet-Ressource:** -

F.1.3.4 PARQUE TECNOLOGICO DE ANDALUCIA IN MALAGA (E)

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** PTA Málaga ist ein stark wachsender Technologiepark 15 km außerhalb des Stadtzentrums mit über 4000 Beschäftigten. Von der zentralen Verwaltung des Technologieparks wird MM für alle Betriebe und alle Beschäftigten angeboten.
- **Besonderheit:** Als Besonderheit ist das zentrale MM Angebot durch die Verwaltung des Technologieparks zu sehen.
- **Zielgruppe:** Zielgruppe sind die Unternehmen des Technologieparks, deren Beschäftigte sowie die Studenten, die von der Universität kommend Praktika in den Unternehmen machen.
- **Träger:** Die zentrale Verwaltung des Technologieparks.
- **Partner / Trägermodell:** -
- **Veranlassung / Beweggründe:** Die einzige Straße vom Stadtzentrum zum Technologiepark ist insbesondere während des Berufsverkehrs stark belastet, so dass es immer wieder zu Staus und so zu Verspätungen der Mitarbeiter kam. Zusätzliche verkehrliche Belastung der Straße ist durch die auf halber Strecke liegende Universität mit ihren 40.000 Studenten gegeben.
- **Zielsetzungen:** Verbesserung der verkehrlichen Situation zu/vom Technologiepark.
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Das Projekt war eine Praxisanwendung des EU-Projekts MOST. Laufzeit 2000-2002.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** 1 Mobilitätskoordinator. Der Parkverwaltung sind die eMailadressen aller Mitarbeiter bekannt. Hierdurch können diese ohne großen Aufwand direkt angesprochen werden.

- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Zu Beginn der Bearbeitungszeit wurde eine Befragung der Mitarbeiter nach deren verkehrlichen Erfordernissen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigten ein starkes Interesse der Mitarbeiter an einer besseren Busanbindung des Technologieparks (zu diesem Zeitpunkt fuhr eine Buslinie den Haupteingang des Technologieparks an) sowie an einer Fahrgemeinschaftsvermittlung. Entsprechend wurden in Verhandlung mit dem lokalen ÖPNV-Anbieter zwei neue Buslinien zwischen dem Stadtzentrum und PTA eingeführt. Außerdem werden alle Linien durch den Technologiepark geführt. Zusätzlich bestanden am Ende der Laufzeit des MOST-Projekts Planungen, die im Technologiepark vorhandenen Parkplätze zu bewirtschaften (max. Parkzeit: 90 min). Außerdem wurden Verhandlungen zur Erstellung einer Fahrgemeinschaftsvermittlungs-Software geführt. Die Beschäftigten und Studenten werden über die Aktivitäten mittels Flyer, der Website des Parks sowie direkt versandten eMails informiert. Neue Firmen erhalten ein Startpaket mit allen Informationen zu den MM Aktivitäten.
- **Betriebskonzept / Organisation:** Der Mobilitätskoordinator verhandelt und implementiert Maßnahmen und kommuniziert diese direkt mit den Arbeitnehmern der Firmen und über die Website des Technologieparks. Zusätzlich führt er regelmäßig Befragungen zum Verkehrsverhalten der Arbeitnehmer durch.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Das Projekt wurde im Rahmen des EU-Projektes MOST gestartet und aus den Projektmitteln finanziert. Über die weitere Finanzierung nach MOST ist nichts bekannt.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Die Beschäftigten und Studenten werden über die Aktivitäten mittels Flyer, der Website des Parks sowie direkt versandten eMails informiert. Neue Firmen erhalten ein Startpaket mit allen Informationen zu den MM Aktivitäten.
- **Erfolgscontrolling:** Im Rahmen des MOST-Projektes wurde ein Leitfaden für die Bewertung von Mobilitätsmanagement-Ansätzen entwickelt und in der Praxis getestet. Dieser Leitfaden liegt der Beurteilung zu Grunde. Vor der Einführung von Maßnahmen wurde das aktuelle Verkehrsverhalten der Mitarbeiter erhoben. Dieses wurde mit dem nach der Verbesserung des ÖPNV-Angebots und der Informationen verglichen.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Ein entscheidender Baustein zum Erfolg war die offensive Informationsverbreitung unter den Angestellten. Auffällig war in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass im Rahmen einer Befragung der Arbeitnehmer nach Einführung von MM-Maßnahmen über 45 % angaben, ihre Kenntnis der Maßnahmen aus der Vorher-Befragung zu haben. Die zu Beginn durchgeführte Befragung nach den Verkehrsproblemen auf dem Weg zur Arbeit und nach ihren Anforderungen bezüglich Verbesserungen der verkehrlichen Situation kann als ein wichtiger Grundstein für die Akzeptanz und Nutzung der daraufhin eingeführten Maßnahmen gesehen werden.
- **Umsetzungsprobleme:** Aufgrund der ersten Erhebung sollte ein rechnergestütztes Fahrgemeinschaftsvermittlungssystem für die Mitarbeiter eingeführt werden. Der mit der Erstellung beauftragte Universität ist es bislang nicht gelungen, das gewünschte System bereitzustellen.
- **Weitere Maßnahmen:** -
- **Kontakt:** Sonia Palomo Das Neves, PTA Andalucía, C/ María Curie 35, 29590 Campanillas (Málaga)
- **Literatur:** MOST Konsortium (2003), "MOST Final Report"
- **Internet-Ressource:** mo.st, www.pta.es/ES/Most/bienve.html

F.1.3.5 MODELLVERSUCH "SANFTE MOBILITÄTSPARTNERSCHAFT" (A)

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan

- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug

- **Kurzbeschreibung:** Am Beispiel von 5 Modellbetrieben (AVL List GmbH, Graz; Landeskrankenhaus Tulln; Vorarlberger Medienhaus, Schwarzach; Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien; Umweltbundesamt GmbH, Wien) mit großem Verkehrsaufkommen wurden exemplarisch Maßnahmen des standortbezogenen Mobilitätsmanagements in einer 2jährigen Pilotphase erprobt und umgesetzt.

- **Besonderheit:** -

- **Zielgruppe:** Zielgruppe des Projekts waren primär die Beschäftigten der 5 Modellbetriebe, in zweiter Linie weitere Unternehmen, die die Erkenntnisse und im Projekt erarbeiteten Praxishilfen als Best-Practice-Erkenntnisse für eigene Konzepte nutzen konnten.

- **Träger:** Das Projekt wurde durch das Österreichische Umweltministerium (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, BMLFUW) und die Wirtschaftskammer Österreich initiiert und gefördert.

- **Partner / Trägermodell:** Neben den Initiatoren waren die jeweiligen Modellbetriebe selbst als Träger der Maßnahmen vor Ort in das Projekt eingebunden. Sie wurden im Rahmen des Modellprojekts durch eine externe fachliche Beratung bei ihren Aktivitäten unterstützt. Der Gesamtkoordination und wissenschaftliche Begleitforschung des Projekts oblag die inhaltliche Konzeption des Pilotprojektes, die Dokumentation der Ergebnisse sowie die Zusammenstellung von Arbeitshilfen für andere interessierte Unternehmen.

- **Veranlassung / Beweggründe:** Die Initiierung des Modellversuchs durch das BMLFUW / Wirtschaftskammer Österreich geht auf die Erkenntnis zurück, dass die umweltfreundliche Abwicklung des Berufsverkehrs von hoher Bedeutung zur Erreichung von landesweiten Umweltzielen (z. B. Reduzierung des CO₂-Ausstoßes) ist, Effekte in der Neuordnung des Berufsverkehrs aber nur in einer „sanften Partnerschaft“ zwischen wirtschaftlichen Interessen (Vorteile für Betrieb und Mitarbeiter) und Umweltaspekten (Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs) erzielt werden kann.

- **Zielsetzungen:** Ziel des Projektes war einerseits der Nachweis, dass betriebliches Mobilitätsmanagement zu Vorteilen für Betrieb und Mitarbeiter (Win-Win-Situation) und der Umwelt führt sowie andererseits die Zusammenstellung von Arbeitshilfen und die Dokumentation der Ergebnisse für andere inte-

ressierte Unternehmen. Ganz konkrete Ziele wurden lokal in den jeweiligen Modellbetrieben festgelegt, um interne verkehrliche Unternehmensziele zu unterstützen (z. B. Reduzierung des Pkw-Anteils um x %-Punkte zur Entspannung der Parkraumsituation).

- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Das Modellvorhaben wurde 1997 mit einer 2jährigen Laufzeit gestartet. Da das betriebliche Mobilitätsmanagement in der Österreichischen Verkehrspolitik einen hohen Stellenwert einnimmt, wurden aufbauend auf dem Modellprojekt in der Folgezeit weitere Aktivitäten zur Verbreitung der Projektergebnisse durch regionale Konferenzen/Seminare umgesetzt sowie ein Förderprogramm für Maßnahmen des betrieblichen Mobilitätsmanagements aufgestellt (2002) Im Rahmen dieser Förderung können Betriebe sich erstmals betriebliche Verkehrsmaßnahmen bis 30% der umweltrelevanten Investitionskosten fördern lassen (Nähere Details unter www.mobilitaetsmanagement.at). Weiterhin werden interessierten Betrieben kostenlose Informationsmaterialien zur Verfügung gestellt bzw. von der Wirtschaftskammer Österreich kostenlose Erstberatungen angeboten.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** -
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Für jeden Betrieb wurde eine maßgeschneidertes Maßnahmenbündel entsprechend der lokalen Erfordernisse und Problemstellungen erarbeitet. Die jeweils implementierten Maßnahmenbündel umfassten u.a.
 - Einrichtung überdachter Fahrradabstellanlagen,
 - „Radlerfrühstück“
 - Beschaffung von Dienst-Kfz und Ersatz der Nutzung von privaten Pkw für Dienstwege
 - Einführung von Parkraummanagement
 - Bevorzugtes Parken für Fahrgemeinschaften
 - ÖPNV-Infopaket für alle Mitarbeiter
 - Fahrgemeinschaftenbörse
 - Durchführung von sog. „Mobilitätstagen“ in Betrieben (dienten zur Information und Bewusstseinsbildung)
- **Betriebskonzept / Organisation:** Obwohl die lokalen Problemlagen und Ausgangsvoraussetzungen für jeden Betrieb verschieden waren, wurde eine einheitliche Vorgehensweise bei der Aufstellung eines maßgeschneiderten Maßnahmenkonzept und seiner Umsetzung verfolgt:
 - Phase „informieren“ (Modul 1: “Motivation”, Modul 2: “Einbeziehung der Mitarbeiter”)
 - Phase „analysieren“ (Modul 3: “Erhebung und Analyse des IST-Zustandes”, Modul 4: “Abschätzung der Verlagerungspotentiale”)
 - Phase „planen“ (Modul 5: “Zielfestlegung”, Modul 6: “Ausarbeitung der Maßnahmenbündel”)
 - Phase „umsetzen“ (Modul 7: “Umsetzung der Maßnahmen”, Modul 8: “Evaluierung”)
 - Phase „betreuen“ (Modul 9: “Dauerhafte Implementierung”, Modul 10: “Projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit”)

- **Finanzierungsansatz/-modell:** Das Modellprojekt wurde aus Mitteln des BMLFUW finanziert. Hierzu zählte die Gesamtkoordination und Begleitforschung sowie externe fachliche Beratung der Betriebe vor Ort. Die Kosten der Maßnahmen wurden durch die Betriebe selbst finanziert.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Für den Erfolg des Modellprojekts waren zwei Kommunikationsebenen erforderlich: (1) Einerseits wurden die Mitarbeiter der Modellbetriebe im Rahmen der Phase „informieren“ über das jeweilige Modellprojekt vorab informiert und direkt an seiner Umsetzung und Mitgestaltung beteiligt. Zusätzlich wurde für jeden Betrieb eine projekt begleitende Öffentlichkeitsarbeit mit interner (d.h. im Betrieb) und externer Wirkung (d.h. Öffentlichkeit außerhalb des Betriebs) über den Stand des Modellprojekts im Betrieb vorgesehen. (2) Um die Ergebnisse des Modellvorhabens einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen, wurde ein Leitfaden und mehrere Factsheets zum betrieblichen Mobilitätsmanagement aufgestellt, mehrere regionale Seminare/Konferenzen durchgeführt und eine Internetseite (www.mobilitaetsmanagement.at) aufgebaut.
- **Erfolgscontrolling:** Die Überprüfung des Maßnahmen Erfolgs wurde als wesentlicher Bestandteil des Modellvorhabens implementiert. So gehörte die Evaluierung von Maßnahmen als Modul zum Vorgehen bei allen Pilotanwendungen dazu. Der Leitfaden zeigt die Instrumente zum vereinfachten Erfolgscontrolling auf. In den Modellbetrieben wurde eine Vielzahl von Maßnahmen umgesetzt, die
 - zu Kosteneinsparungen für den Betrieb und die Mitarbeiter beigetragen haben,
 - zur Transportrationalisierung und Optimierung der Logistik und des Fuhrparks führten,
 - den Pkw-Anteil bei den Arbeitswegen zum Teil deutlich reduziert haben (Vorarlberger Medienhaus: 15 % Reduktion des Pkw-Anteils),
 - eine Steigerung des ÖV-Anteils bewirkt haben,
 - zu starken Zuwächsen beim Radverkehr geführt haben,
 - wesentlich zu den CO₂-Reduktionen beigetragen haben (bis zu 30%),
 - den Modellbetrieben einen Imagegewinn brachten,
 - von der Belegschaft sehr positiv bewertet wurden,
 - eine stärkere Sensibilisierung der Mitarbeiter und der Geschäftsführung zur Lösung von Umwelt- und Verkehrsproblemen erzeugt haben.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:**
 - Information und Motivation: Mitarbeiter und Verantwortliche eines Betriebes sollen zunächst in Informationsveranstaltungen über die Ziele eines betrieblichen Mobilitätskonzeptes informiert und zum Handeln motiviert werden. Bei der Durchführung der Informationsveranstaltung soll darauf geachtet werden, dass auch Vertreter der Geschäftsführung und der Personalvertretung an dem geplanten Termin teilnehmen können, um somit den „Stellenwert“ des Vorhabens zu unterstreichen.
 - Bildung von „Mobilitätsgruppen“: Die Größe der Mobilitätsgruppen in den einzelnen Modellbetrieben variierte zwischen 5 und 15 Personen. In der Praxis zeigte sich, dass eine Aufteilung in kleinere problem- bzw. verkehrsmittelbezogene Gruppen (wie z. B. „Rad-Gruppe“, „ÖV-Gruppe“, „Pkw-Gruppe“, etc.) sinnvoll ist.

- Gebietskörperschaften und Verkehrsunternehmen in Planungsprozess einbinden: Da viele Maßnahmen (wie z. B. die Errichtung von neuen Fuß- und Radwegen, Taktverdichtung im ÖV) nicht in den Zuständigkeitsbereich des einzelnen Betriebes fallen, ist es besonders wichtig, rechtzeitig die dafür zuständigen Stellen (Gemeinde, Land, Bund, Verkehrsunternehmen etc.) von den beabsichtigten Maßnahmen zu informieren und in den Planungsprozess einzubinden.
- Phasen "hoher" Motivation müssen genutzt, Frustrationen und Rückschläge gemeinsam überwunden werden. Weiterhin muss darauf geachtet werden, dass die "Motivation" und das "Wir packen's an und ziehen an einem Strang"-Gefühl innerhalb der Mobilitätsgruppe während der gesamten Projektphase erhalten bleibt.
- **Umsetzungsprobleme:**
 - „Motivation“ der Geschäftsführung: In einem Betrieb gab es zwar eine sehr engagierte Mobilitätsgruppe, jedoch war anfangs die Geschäftsführung der Projektidee gegenüber sehr „zurückhaltend“.
 - Parkraummanagement: Am schwierigsten gestalteten sich die Umsetzung von Maßnahmen im Bereich Parkraummanagement, da man dabei einerseits das persönliche Verhalten vieler Mitarbeiter direkt beeinflusst und andererseits auch die betrieblichen Hierarchien „angreift“ (z. B. Direktor und Geschäftsführung haben einen garantierten Stellplatz, Mitarbeiter jedoch nicht).
 - Betriebe sehen nicht die Notwendigkeit, betriebliches Mobilitätsmanagement anzuwenden, der „Leidensdruck“ ist nicht so groß: Wichtig ist, dass den Betrieben der ökonomische Nutzen eines solchen Vorhabens gezeigt wird. Durch Maßnahmen des Mobilitätsmanagements können bspw. Standorte und Baulichkeiten optimiert, Betriebsflächen und Fahrzeuge effizienter genutzt, der Fuhrpark auf umweltverträglichere Technologien umgestellt und Transportvorgänge rationalisiert werden.
- **Weitere Maßnahmen:** -
- **Kontakt:**
 - Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Abt. Verkehr, Mobilität, Siedlungswesen, Lärm, Dipl.-Ing. Robert Thaler, Telefon: +43.1.51522- 1209, Fax: +43.1.51522-7208, eMail: robert.thaler@bmlfuw.gv.at
 - Wirtschaftskammer Österreich, Dipl.-Ing. Dr. Stefan Ebner, Telefon: +43.1.50105-3303, Fax: +43.1.50105-269, eMail: stefan.ebner@wko.at
 - HERRY Consult GmbH, Gesamtkoordination, fachliche und organisatorische Betreuung des Modellvorhabens, Dr. Max Herry/Dipl.-Ing. Markus Schuster, Telefon: +43.1.5041258, Fax: +43.1.5043536, eMail: office@herry.at, www.herry.at
- **Literatur:** Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (Österreich): Betriebliches Mobilitätsmanagement: Leitfaden für Betriebe. Erfahrungen des Modellvorhabens "Sanfte Mobilitätspartnerschaft". Wien: Selbstverlag, 2000 (Neuaufgabe 2002)
- **Internet-Ressource:** www.mobilitaetsmanagement.at

F.1.4 MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

F.1.4.1 „MOBILITÄTSPLÄNE FÜR SCHULEN“ IN LIMBURG (B)

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** 4 stufiges Projekt zum MM an Schulen mit folgenden Aktivitäten: autofreie Schultage, Organisation von Radfahrgemeinschaften („fietspoolen“), Erstellung von Schulmobilitätsplänen, Verabschiedung von Schulverträgen
- **Besonderheit:**
 - Das Beispiel der Provinz Limburg zeigt eine erfolgreiche Initiative für schulisches MM, die zentral für alle Schulen in den 8 Gemeinden organisiert wird.
 - In der Provinz Limburg wird in Absprache mit allen Beteiligten flächendeckend vorgegangen. Hierfür sind zahlreiche neue Stellen geschaffen worden. Mobilitätspläne für Schulen sind Bestandteil eines Gesamtansatzes.
- **Zielgruppe:** für die praktische Umsetzung: Schüler (4-12 Jahre), deren Eltern, Lehrer und Schulverwaltung / für den Leitfaden: Eltern und Lehrer
- **Träger:** Regionalverwaltung und Kommunen
- **Partner / Trägermodell:** Übergeordnet: 8 Städte und Gemeinden (mit ca. 50 Schulen), Regionalverwaltung, Planungsbüro (u.a. gefördert durch die Europäische Union, EU-Projekt MOST)
örtlich: jeweilige Kommune, Elternvertretung, Schülervertretung, Polizei ggf. andere Partner
- **Veranlassung / Beweggründe:** Steigerung der Verkehrssicherheit, Erziehung zu umweltfreundlicher Mobilität
- **Zielsetzungen:** Steigerung der Anteile des Umweltverbundes am Modal Split im Schülerverkehr

- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** „Mobility covenants“ (Mobilitätsverpflichtungen auf kommunaler Ebene) existieren in Flandern seit 1996. Erste Umsetzungen an Schulen haben 2000 begonnen.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** In der Regionalverwaltung Flandern sind 20 neue Stellen errichtet worden. Ausstattung vor Ort ist nur minimal erforderlich.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:**
 - Alle Schulen erhalten Leitfäden und Flyer sowie die Möglichkeit zum persönlichen Nachfragen bezüglich den folgenden, auf die Änderung des Modal-Splits zugunsten des Umweltverbundes abzielenden, Maßnahmenpaketen:
 - Information und Beratung zur Verkehrsmittelwahl der Schüler und Eltern, sowie Information aller Gemeinden über das Projekt selbst
 - Die beteiligten Schulen organisieren die Mobilitätserziehung für ihre Schüler.
 - Durchführung von Bewusstseinskampagnen für umweltfreundliche Verkehrsmittel (z. B. das Projekt 'Sicher und umweltfreundlich zur Schule')
 - Organisation umweltfreundlichen Verkehrs (z.B: Fahrradgemeinschaften oder Fußgängergemeinschaften)
 - Kostenloses Wochenticket für den Bus
- **Betriebskonzept / Organisation:**
 - Zentrale Koordination (Planungsbüro, Regionalverwaltung), Umsetzung durch Planungsbüro und Lehrer in den Schulen
 - Einstieg über autofreien Schultag (Marketing), Mobilitätsspiel für Schüler
 - Organisation von Fahrradpools
 - Erstellung eines Schulverkehrsplan (Awareness-Maßnahmen, Mobilitätserziehung, infrastrukturelle Flankierung)
 - Unterzeichnung einer Verpflichtungserklärung durch die Partner
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Einstieg über Pilotprojekt (Erstellung von Basismaterialien wie Spiele, Infomaterial etc.), z. B. EU-Förderung, danach Nutzung von Synergieeffekten, Unterstützung durch Regionalverwaltung (Koordination)
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Autofreier Schultag bzw. autofreie Schulwoche als Einstieg
- **Erfolgscontrolling:**
 - Erhebungen vorher, während der Laufzeit (z. B. autofreie Woche) sowie nach Durchführung der Maßnahmen bezüglich der Verkehrsmittelwahl (Befragung der Schüler) sowie Erhebung bei den Eltern nach Durchführung aller Maßnahmen zu Umsetzung und Ablauf der Projekte. Die Erhebung wurde über einen Zeitraum von 2 Jahren durchgeführt.

- Während der „autofreien“ Wochen an den einzelnen Schulen konnten z.T. erhebliche Veränderungen der Verkehrsmittelwahl erreicht werden (z. B. Reduzierung des MIV-Anteils von 64% auf 16% in Hasselt). Im Nachher-Status sind die Veränderungen je nach Schule unterschiedlich. Teilweise konnten bis zu 19% Reduktion des MIV-Anteils erreicht werden, in anderen Schulen wurden nur geringe Veränderungen festgestellt.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:**
 - „Mobility covenant“ zur Zusammenführung von Planungsinstrumenten und fragmentierten Entscheidungsstrukturen, Grundlage für Vereinbarungen mit dem privaten Bereich und Verkehrsunternehmen.
 - Koordination durch Regionalverwaltung (Ausstattung mit personellen Ressourcen)
 - Schrittweises Vorgehen und Unterstützung aller Schritte durch professionell aufbereitete Materialien (Planungsbüro) für alle teilnehmenden Schulen
- **Umsetzungsprobleme:** Zur Zeit nicht bekannt
- **Weitere Maßnahmen:**
 - Verbesserungen im ÖPNV
 - Restriktive Parkraumpolitik
 - Mobilitätspläne für Industrie und Gewerbestandorte
 - Beteiligung der Öffentlichkeit
- **Kontakt:** Langzaam Verkeer, J.P. Minckelerstraat 43 A, B-3000 Leuven, Tel.: +32 16239464, Fax: +32 16290210
- **Literatur:**
 - MOST-Konsortium (2003), „MOST Final Report“
 - Kemming, H. „Bewegung in Europa“ in Verkehrszeichen 3/2002
- **Internet-Ressource:** www.nemo.at/examples/one_example.phtml?id=129, mo.st

F.1.4.2 VERKEHRSSICHERHEITSARBEIT IN BRÜHL

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater / Mobilitätsbeauftragter
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan

- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug

- **Kurzbeschreibung:** Der Mobilitätsbeauftragte in der Stadt Brühl koordiniert die Verkehrssicherheitsarbeit für Kinder und verbindet sie mit Mobilitätsmanagementmaßnahmen vor allem an Schulen.
- **Besonderheit:** Personalstelle in relativ kleiner Kommune für schulisches Mobilitätsmanagement
- **Zielgruppe:** Die Zielgruppen im schulischen MM sind Schüler, Eltern und Lehrer.
- **Träger:** Die Stelle des Mobilitätsbeauftragten wird von der Stadt Brühl finanziert.
- **Partner / Trägermodell:** Die Verkehrssicherheitsarbeit wird von der Polizei und dem Kinderschutzbund Brühl personell unterstützt.
 - Kooperationspartner des Mobilitätsbeauftragten sind Schulen, Kinderschutzbund, der Einzelhandel, örtliche Unternehmen und der regionale Verkehrsbetrieb.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Auslöser für die verstärkte Kindersicherheitsarbeit und die Gründung einer Kinderunfallkommission war die im Vergleich zur kreisweiten Unfallstatistik überdurchschnittlich hohe Zahl von Verkehrsunfällen mit Kinderbeteiligung in der Stadt Brühl.
- **Zielsetzungen:** Verringerung der Zahl der Kinderunfälle
 - Sicherung einer kontinuierlichen Mobilitätserziehung
 - Sicherung des Austausches verschiedenen Institutionen (Schulen, Kindergärten, Polizei, ADFC, ADAC und Verkehrsunternehmen)
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down

- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Die Stelle des Mobilitätsbeauftragten wurde 1995 eingerichtet.
 - Seit 1997 wird die Arbeit organisiert in einer „Kinderunfallkommission“ abgestimmt.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Für das schulische MM steht folgende Ausstattung bereit:
 - „Fahrradcontainer“, der Kinderfahrräder, Roller und Fahrradhelme beinhaltet
 - Unterrichtsmaterial zur Verkehrserziehung
 - **Inhalte / Leistungsspektrum:** Bestandteile der Arbeit der Kinderunfallkommission sind:
 - Erhebungen von Unfalldaten durch die Polizei
 - Erstellung einer Steckkarte durch die Stadt
 - Feststellung der Kinderunfallhäufungsstellen
 - Erstellung von Unfalldiagrammen durch die Polizei
 - Ortstermin (mit Polizei, Stadt, Baulast DKSB
 - Beseitigung unfallbegünstigender Faktoren
 - Begleitende Maßnahmen im schulischen MM sind:
 - Fahrradausbildung / Fahrradsicherheitscheck
 - Schulwegpläne
 - verstärkte Verkehrsüberwachung vor Schulen
- **Betriebskonzept / Organisation:** Der Mobilitätsbeauftragte ist im Fachbereich „Stadtentwicklung“ der Stadt Brühl angesiedelt. Seine Tätigkeiten sind in einer Dienstanweisung geregelt.
 - Der Mobilitätsbeauftragte koordiniert u.a. die Sitzungen der Unfallkommission.
 - Darüber hinaus bestehen Arbeitskreise für Grundschulen sowie für die Sekundarstufen I/II, die sich mit Verkehrssicherheit beschäftigen. An diesen nehmen Vertreter der Schulen, des Kinderschutzbundes, der Polizei und der Stadtverwaltung teil.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Alle Kosten die nicht zur Polizeiarbeit gehören, werden von der Stadt Brühl getragen.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Verteilung von Broschüren
 - Präsenz auf Festen und Veranstaltungen
 - Aktionen in verkehrsberuhigten Bereichen und Tempo 30-Zonen,
 - Verkehrssicherheitstage, Umweltverbundfest

- **Erfolgscontrolling:** Seit 1999 ist die Zahl der verunglückten Kinder um über 50 % zurückgegangen: Nach 39 Verunglückten im Jahre 1999, 28 im Jahr 2000 waren es 2001 nur noch 15 Verunglückte.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** koordinierte, dauerhafte Zusammenarbeit aller wesentlichen Beteiligten der lokal mit Verkehrssicherheit betrauten Fachleute
- **Umsetzungsprobleme:** nicht bekannt
- **Weitere Maßnahmen:** Die Bearbeitung einzelner Projekte wird bei Bedarf vom Mobilitätsbeauftragten übernommen. Hierzu zählten in der Vergangenheit die Entwicklung eines Stadtbus-Systems und die Koordinierung bestehender Angebote wie z. B. Car-Sharing und Fahrradzustelldienste.
- **Kontakt:** Stadt Brühl, Dezernat für Umwelt und Stadtentwicklung, Mobilitätsbeauftragter Theo Jansen, Uhlstraße 3, 50319 Brühl, Tel.: 02232/79-488, Fax: 02232/79-489
- **Literatur:** Britta Hesse, 2002: „Mobilitätsmanagement für Schulen“, Diplomarbeit am Lehrstuhl für Stadtbauwesen und Stadtverkehr der RWTH Aachen
- **Internet-Ressource:** www.bruehl.de/stadt_bruehl/verkehr, www.kpb-bergheim.de/dienst/kpb/gs3/aktuell/Tagungsunterlagen.pdf, www.difu.de/cgi/stadtoekologie/frames.cgi?, www.difu.de/stadtoekologie/praxis/mobilitaet/bruehl.shtml

F.1.4.3 PROJEKT „MOBIKIDS“ IN MÜNCHEN

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan

- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug

- **Kurzbeschreibung:** Im Rahmen des Forschungsprojekts Mobinet wurde ein Projekt zum schulischen Mobilitätsmanagement an der Grundschule „Rotbutschule“ in München-Untergiesing durchgeführt. Es beinhaltet Konzeption, praktische Umsetzung und Wirkungskontrolle.

- **Besonderheit:** Mobikids zeigt, welche Effekte mit geringem finanziellen Aufwand erzielt werden (Verkehrsreduktion an der Schule) bei einer aktiven Mitarbeit von Schule und Eltern möglich ist. Es ist best-Practice für ein umfassendes Vorgehen an Grundschulen, das sehr stark auf die Bedürfnisse von Kindern eingeht.

- **Zielgruppe:** Angesprochen werden vor allem Schüler und Eltern, Lehrer am Rande.

- **Träger:** Die Koordination lag im Rahmen der Projektlaufzeit von „MOBINET“ beim Fachgebiet Verkehrstechnik und Verkehrsplanung der TU München und der SSP Consult. Wesentliche Arbeiten beim Beteiligungsverfahren leistete KOMMA.PLAN, München
 - Eine langfristige Trägerschaft auf Seiten der Schulverwaltung o.ä. ist bisher nicht gefunden.

- **Partner / Trägermodell:** - Integration der Mobilitätserziehung in den Unterricht durch die Schule
 - - Ausgestaltung der Mobilitätserziehung und Fahrradparcours durch ADFC
 - - Einüben von sicherem Verhalten im Bus durch ein Verkehrsunternehmen
 - - Ein Trambahnbesuch wurde bei den Stadtwerken München durchgeführt.
 - - Eltern zur Begleitung von Fußgruppen und im Schulbus
 - - Expertengespräche wurden geführt mit der Kinderbeauftragten der Stadt München, der Unfallkasse München (Geralversicherer der münchener Schulen), der Verkehrswacht München und dem ADAC
 - - Die Finanzierung einzelner Projekte (z. B. Leuchtwesten) erfolgte durch Sponsoren (u.a. BMW Group).

- **Veranlassung / Beweggründe:** Alle Beteiligten versprechen sich durch ihren Anteil eine Erhöhung der Verkehrssicherheit und damit eine Imagesteigerung. Einige Beteiligte erwarten eine nachhaltige Beeinflussung der Mobilität hin zu einer situationsangepassten Verkehrsmittelwahl von Schülern und Eltern.
- **Zielsetzungen:** Der Anteil der Bringdienste im Schülerverkehr soll deutlich reduziert werden, um das Verkehrsaufkommen zu und vor Schulen zu senken.
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Die Idee zum Projekt entstand durch Untersuchungen zum Schulverkehrsaufkommen durch das Planungsreferat im Jahr 1998. Als „Mobikids“ wurde das Pilotprojekt von Mai 2000 bis Oktober 2001 an einer Schule betreut.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Sonderausstattung ist kaum erforderlich. Materialien zu Fahrradparcours und Mobilitätserziehung wurden durch den ADFC gestellt.
 - „Sonderpersonal“ war nur für die Projektkoordinierung erforderlich.
- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Über die in *Partner und Trägermodell* vorgestellten Punkte hinausgehend vor allem eine umfassende Untersuchung des verkehrlichen Umfeldes und verkehrlicher Maßnahmen. Erstellung und Koordinierung von Gehgemeinschaften („Ameisen“)
- **Betriebskonzept / Organisation:** Es handelt sich um einen Teil eines Pilotprojektes, das mit Mitteln des bmb+f finanziert wurde. Die Dauerbetreuung soll durch die jeweilige Schule erfolgen.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** s. o., im übrigen sind kaum finanzielle Mittel erforderlich.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Die Kommunikation stellte ein wesentliches Element dar. Hierzu wurden u.a. Elternabende, -anschriften und Fragebögen für Eltern und Kinder entwickelt
- **Erfolgscontrolling:** Die Erhebung zur Verkehrsmittelwahl wurde im Okt. 2000 in der dritten Jahrgangsstufe und zur Nachkontrolle im Okt. 2001 in der vierten Stufe durchgeführt. Dabei stieg der Anteil des Radverkehrs von rd. 5% auf rd. 20% an. Gleichzeitig ging der Anteil des Bringverkehrs von 28% auf 21% und der Anteil des zu Fuß-Kommens von 38% auf 32% zurück.
 - Die Befragungen haben ergeben, dass von den Kindern in den Klassen 1 und 2 vor allem die Geh-Gemeinschaften („Walking-Bus“) mit bis zu 10 Kindern und einem Begleiter als attraktivste Form angesehen werden, in der dritten Stufe die (betreuten) Radfahrgemeinschaften und in der vierten Stufe das alleinige Radfahren.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Wesentlicher Erfolgsfaktor und Auswahlkriterium für die gewählte Schule war das Interesse von Schulleitung und Eltern an dem Thema. Dieses muss durch stetige Kommunikation und Motivation unterstützt werden.

- **Umsetzungsprobleme:** Probleme für den weiteren Verlauf bereitet die fehlende Zuständigkeit innerhalb der Stadtverwaltung für das Thema schulisches Mobilitätsmanagement.
- **Weitere Maßnahmen:** Über die Gemeinschaftsaktion „Sicher zu Schule – Sicher nach Hause“ von Verkehrswacht, Unfallkasse, Schul- und Kreisverwaltungsreferat, Polizei und BMW wurden 20 Eltern zur Absicherung von gefährlichen Verkehrspunkten im Schulumfeld bezahlt. Es wurde ein Schulwegplan herausgegeben und die Kinder stellten den Eltern „Zeugnisse“ zu deren Verhalten als Autofahrer aus.
- **Kontakt:**
 - SSP-Consult: Martin Schreiner, Tel.: 089 - 143 155 23, schreiner@muc.ssp-consult.de
 - KOMMA.PLAN, Kerstin Langer, Tel.: 089 - 909 36 818, langner@kommaplan.de
 - Rotbuchenschule: Rektorin Elisabeth Klar, Tel.: 089 - 690 43 07
- **Literatur:** Alexander Kreipl: Endbericht Mobikids. Fachgebiet Verkehrstechnik und Verkehrsplanung, TU München, 2002
- **Internet-Ressource:** www.mobinet.de/maga/archiv/oktober/ma_theme_okt.htm

F.1.4.4 MOBILITÄTS- UND VERKEHRSERZIEHUNG IN HAMBURG

- **Eingesetzte Instrumente:**
 - Mobilitätsmanager
 - Mobilitätszentrale
 - Mobilitätsberater
 - Mobilitätsbüro
 - Mobilitätskoordinator
 - Mobilitätsplan
- **Raumbezug:**
 - Ballungsraum (Großstadt)
 - Ländlicher Raum (Landkreis, Klein- oder Mittelstadt)
 - Standort-Bezug
- **Kurzbeschreibung:** In Hamburg wird der selbstständige Umgang von Schülern mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln durch eine altergestufte Mobilitäts-erziehung gefördert. Dabei kommen Mobilitätsberater und Unterrichtsmaterialien zu den Themen Mobilität, Verkehr und Umwelt zum Einsatz.
- **Besonderheit:** Es findet eine systematische Unterstützung der schulischen Mobilitäts- und Verkehrserziehung statt.
- **Zielgruppe:** Schüler von der 1. bis zur 13. Klasse
- **Träger:** HVV-Schulberatung, Amt für Schule und Institut für Lehrerfortbildung (IfL), Verkehrspolizei
- **Partner / Trägermodell:** Es existiert keine Gemeinschaftsfinanzierung; jeder trägt seinen Anteil.
- **Veranlassung / Beweggründe:** Für den Verkehrsverbund steht im Vordergrund, die Schüler als Kunden längerfristig an sich zu binden. Für das Amt für Schule und Lehrerfortbildung und die Verkehrspolizei sind die Senkung der hohen Unfallzahlen von Kindern im Straßenverkehr sehr bedeutsame Beweggründe. Im Amt für Schule ist zudem die Förderung einer nachhaltigen Mobilität von Kindern und Jugendlichen ein wesentlicher Grund.
- **Zielsetzungen:** Ziel des Vorgehens ist die langfristige Senkung des gesamten Autoverkehrs in Hamburg im Sinne der Agenda 21.
- **Initiierung:**
 - Bottom-up
 - Top-down
- **Betriebsaufnahme/-dauer:** Als eines der Vorläufer des heutigen Ansatzes veranstaltet der Verein Hamburger Polizeiverkehrslehrer seit 1966 einen Verkehrssicherheitswettbewerb für die Hamburger Schüler. Seit 1990 findet unter Mitarbeit der HVV-Schulberatung die Mobilitäts- und Verkehrserziehung an den Hamburger Schulen statt.
- **Ausstattung / Ausrüstung:** Für die Fortbildungen vor Ort, auf Lehrerkonferenzen und Elternabenden wird vom Amt für Schule und Lehrerfortbildung (IfL) ein Referent gestellt und auf der Seite des HVVs sind für die Schulberatung und Projekte drei Mitarbeiter vorhanden.

Dazu kommen 80 Polizeiverkehrslehrer, die mit den Schul- und Kindergartenkindern sichere Verhaltensweisen im Straßenverkehr einüben. Als Material kommen v.a. die selbst erstellten und bereits zum dritten Mal überarbeiteten Unterrichtsbroschüren zum Einsatz.

- **Inhalte / Leistungsspektrum:** Die Mobilitäts- und Verkehrserziehung der Schüler der Hamburger Schulen findet in verschiedenen Unterrichtsfächern (Erdkunde, Politik, Gemeinschaftskunde, Naturwissenschaften, Religion/Ethik) statt. Dazu wurden für jede Alterstufe der Schüler Unterrichtsmaterialien zu den Themen Mobilität, Verkehr und Umwelt erstellt.
Für die Lehrer und Eltern wurden Fortbildungen in Schulen, auf Lehrerkonferenzen, Elternabenden und einmal in der Woche im Institut für Lehrerfortbildung von der HVV-Schulberatung und dem Amt für Schule organisiert. Das Amt für Schule und der HVV arbeiten zusätzlich bei öffentlichen Projekten und Vorhaben der Mobilitäts- und Verkehrserziehung mit.
- **Betriebskonzept / Organisation:** Die Mobilitäts- und Verkehrserziehung findet laufend durch die Polizei und die Lehrer statt. Die Mobilitätsberater im HVV stehen für spezielle Rückfragen, spezielle Programmstellungen und Fortbildung von Lehrern und Eltern zur Verfügung.
- **Finanzierungsansatz/-modell:** Das Amt für Schule, der HVV und die Verkehrspolizei haben je einen eigenen Etat für die schulische Mobilitätserziehung.
- **Marketingkonzept / Kommunikation:** Projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit wird durch das Amt für Schule und den HVV durchgeführt, z. B. Aktionen wie Verteilung von Faltblättern zum Thema „Schulweg ohne Auto ist schön!“ oder „40.000 Schultüten für Autofahrer in Hamburg“. Der Verband der Hamburger Polizeiverkehrslehrer führt jährlich einen Verkehrssicherheitswettbewerb durch.
- **Erfolgscontrolling:** Derzeit wird kein flächendeckender „Erfolgsindex“ der Mobilitätserziehung erhoben.
- **Erfolgsfaktoren / Voraussetzungen:** Bereitschaft zur Kooperation der Träger, hohe Relevanz und persönlicher Einsatz für das Thema Verkehrssicherheit und nachhaltige Mobilität im Amt für Schule
- **Umsetzungsprobleme:** Derzeit nicht bekannt
- **Weitere Maßnahmen:** -
- **Kontakt:**
 - HVV-Schulberatung bei der Pinneberger Verkehrsgesellschaft mbH, Steinstraße 12, 20095 Hamburg, Dr. Andreas Huber, Tel.: 040-83 994 274, Fax: 040-32525759, huber@hvv-schulberatung.info
 - Mobilitäts- und Verkehrserziehung, Amt für Schule und Institut für Lehrerfortbildung (IfL), Hamburger Straße 31, 22083 Hamburg, Gunter Bleyer, Tel.: 040-42863-3707 Fax: 040-42863-3509, Gunter.bleyer@bbs.hamburg.de
- **Literatur:**
 - Bleyer, Gunter: Mobilitätserziehung in Hamburg. In: VCD Grenzfairkehr, Informationen aus dem VCD-Kreisverband Aachen – Düren, Nr. 02 Dezember 2000

- Bleyer, Renate; Bleyer, Gunter: Unterrichtsmaterialien für die Mobilitäts- und Verkehrserziehung, 3. Auflage Hamburg 1999: Kind und Umwelt im Verkehr (Mit dem Fahrrad – ist doch klar!, Fahrrad und Umwelt, Wir fahren mit dem HVV, Mofa-Projekt: Verkehr und Umwelt, Mobil mit Bus und Bahn, Verkehrspolitik in Hamburg)
- **Internet-Ressource:** www.hamburg.de/fhh/behoerden/behoerde_fuer_inneres/verkehr/verkehrserziehung.htm, www.hamburger-bildungsserver.de/verkehrserz/, www.hvv.de/seiten/content/4_6_index.htm

F.2 Literatur

Die folgende Literaturliste umfasst eine **Auswahl an Titeln zum Mobilitätsmanagement** und gliedert sich nach den vier zuvor eingeführten Handlungsfeldern. Sie orientiert sich nicht an der Frage der Vollständigkeit, sondern versucht vielmehr, die für den Überblick relevanten Schriften zu einzelnen Handlungsfeldern zugänglich zu machen.

F.2.1 Bezug auf das gesamte Themenfeld MM

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Fiedler, Joachim	Mobilitätsmanagement als Chance - Planungs- und Umsetzungsprozesse beschleunigen.	In: Der Nahverkehr 1-2/02, 23	Der Artikel bezieht sich auf die Schrift „Hoppe et al.: Mobilitätsmanagement zur Bewältigung kommunaler Verkehrsprobleme.“ und stellt die Bedeutung der „kommunizierenden Planung“ im MM heraus.
Finke, Timo	MOST - Monitoring and Evaluation Toolkit.	Prepared for: The MOST Consortium, Aachen: 2003, mo.st/public/reports/The_final_MOST-MET.zip	Der Leitfaden zur Wirkungsermittlung von MM-Maßnahmen wurde im Rahmen des MOST-Projekts entwickelt und in der Praxis erprobt.
Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e.V., Arbeitsausschuss "Öffentlicher Verkehr", Arbeitskreis "Mobilitätsmanagement"	Mobilitätsmanagement - einer neuer Ansatz zur umweltschonenden Bewältigung der Verkehrsprobleme.	Arbeitspapier 38. Köln: Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen, 1995	Das Arbeitspapier fasst die grundlegenden Arbeiten des AK 1.6.11 der FGSV zu Definition und Anwendungsfeldern des MM zusammen.
Hoppe, Rolf et al.	Mobilitätsmanagement zur Bewältigung kommunaler Verkehrsprobleme.	Umweltbundesamt (Hg.). Berlin: Selbstverlag, 2001	Die Schrift basiert auf den Arbeiten des Arbeitskreises „Mobilitätsmanagement“ der FGSV.
Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen; Institut für Stadtbauwesen der RWTH Aachen	Mobilitätsmanagement: Handbuch.	Dortmund: Inst. für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, 2000 (ISBN 3-8176-1097-1)	Das Handbuch basiert auf den Arbeiten der EU-Projekte MOSAIC und MOMENTUM. Es widmet sich der Erläuterung der Begrifflichkeiten des MM und zeigt Strategien der schrittweisen Umsetzung auf.
Jones, Peter; Zuallaert, Jos	Back to the future: 10 years of Mobility Management.	Vortragsmanuskripte der ECOMM 2002 in Gent (15-17.05.02). In: ECOMM 2002-CD-Rom, www.epomm.org/ecomm2002/presentations/	Der Vortrag setzt sich kritisch mit dem Stand des Mobilitätsmanagements auseinander und versucht eine neue Definition des Begriffs zu bilden.
MOSAIC-Konsortium; MOMENTUM-Konsortium	Mobility Management. The European Approach.	Institut für Stadtbauwesen der RWTH Aachen (Hg.). Aachen: 1999	Die CD-ROM enthält eine animierte Darstellung des durch die beiden Konsortien entwickelten MM-Konzepts und die Abschlussberichte beider Projekte als PDF-Datei.
MOST-Konsortium	MOST Final Report.	Forschungsgesellschaft Mobilität (Hg.), Graz: 2003, http://mo.st/public/reports/most_final_report.pdf	Der Abschlussbericht des Forschungsprojekts stellt die Ergebnisse des EU-Forschungsprojekts MOST zusammen.
Schad, Helmut; Riedle, Hubert	Neue integrierte Mobilitätsdienstleistungen. Hohes Kundenpotential in Agglomerationsräumen.	In: Der Nahverkehr 7-8/99, 8-12	Der Artikel schätzt das Potenzial für sog. "Mobil-Pakete" (z. B. ÖPNV-Monatsticket kombiniert mit Car-Sharing-Angebot) in Deutschland ab.

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Thiesies, Michael	Mobilitätsmanagement - Handlungsstrategie zur Verwirklichung umweltschonender Verkehrskonzepte	Schriftenreihe für Verkehr und Technik 86. Bielefeld: Erich Schmidt, 1998.	Die Dissertation an der Universität Wuppertal baut auf dem MM-Ansatz des AK 1.6.11 der FGSV auf und entwickelt diesen weiter.
Thiesies, Michael	Mobilitätsmanagement.	In: Kolks, Wilhelm, und Joachim Fiedler (Hg.): Verkehrswesen in der kommunalen Praxis 1. Berlin: Erich Schmidt, 1997, 295-304	Der Beitrag stellt umfassend den Ansatz des Mobilitätsmanagements aufbauend auf der Dissertation des Autors zusammen.
Vetter, Jürgen	Auf dem Wege nach Delphi – Eine Delphi-Expertenbefragung zu Rahmenbedingungen für Mobilitätsmanagement in Deutschland.	In: Zeitschrift für Verkehrswissenschaft, 73. Jahrgang, Heft 4/2002	Die Bedeutung einzelner Rahmenbedingungen für die Verbreitung von Mobilitätsmanagement wurde in Expertenbefragungen ermittelt.

F.2.2 Kommunales MM mit Schwerpunkt Organisation und Koordination

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Determeyer, Ralf; Baden-Württemberg / Ministerium für Umwelt und Verkehr	Kommunales Mobilitätsmanagement und Mobilitätsberatung. Beispiele aus dem Modellprojekt "mobiles Schopfheim".	Stuttgart:1997	Der Bericht stellt die Erfahrungen mit der praktischen Umsetzung weicher Maßnahmen im Modellprojekt „Mobiles Schopfheim“ dar.
Determeyer, Ralf; Fisch, Thorsten; Meinecke, Gaby; Schad, Helmut; Trost, Peter	Modellversuch "mobiles Schopfheim" - Veränderung von mobilitätsbezogenen Einstellungen und Verhalten.	In: Verkehrszeichen 4/95, 20-25	Der Artikel gibt einen Zwischenbericht über den Stand der Entwicklung des Baden-Württembergischen Modellprojektes
Deutscher Städte- und Gemeindebund (Hg.)	Hinweise des DStGB zum Mobilitätsmanagement.	Deutscher Städte- und Gemeindebund (Hg.), Mai 1994	-
Faltlhauser, Oliver; Schreiner, Martin	München auf dem Weg zu einem integrierten Mobilitätsmanagement.	In: Internationales Verkehrswesen (53) 9/2001	Der Artikel beschreibt den Informations- und Beratungs-Ansatz im Forschungsprojekt "Mobi-net".
Fiedler, Joachim et al.	Mobilitätsmanagement. Anwendungsbeispiele aus verschiedenen Handlungsfeldern des Verkehrswesens und des Städtebaus. Checklistenammlung.	www.umweltbundesamt.de/uba-info-daten/daten/momcheck/index.htm	Die Checklistenammlung dient als Ergänzung der vom Umweltbundesamt herausgegebenen Schrift "Mobilitätsmanagement zur Bewältigung kommunaler Verkehrsprobleme" (2001).
Grauer, Michael; Caspar, Sigried; Sabbah, Christine	Aktives Mobilitätsmanagement auf kommunaler Ebene. Modellhafte Entwicklung von Organisationsformen und erste Realisierungsschritte am Beispiel Tübingens.	In: Der Nahverkehr 7-8/2002	Der Artikel gibt einen Praxisbericht über das Tätigkeitsfeld eines Mobilitätsmanagers.

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Hamann, Rainer R.	Mobilitätsmanagement - ein kritische Bestandsaufnahme.	In: Verkehr und Technik 2001 Heft 5	Der Artikel basiert auf der Erfahrung des Autors als Mitglied des FGSV-AK „Mobilitätsmanagement“ und als Mobilitätsbeauftragter des Kreises Borken.
Plate, Elke; Steinberg, Gernot; Haase, Michael	Förderung des Rad- und Fußverkehrs. Ein Leitfaden für die kommunale Praxis in kleineren und mittleren Kommunen.	Planersocietät Frehn, Geyer, Plate & Partner und ISUP GmbH (Hg.). Dortmund / Dresden, Juli 2000	Der Leitfaden zeigt Maßnahmen und Strategieansätze zur Förderung des Rad- und Fußverkehrs auf und demonstriert durch Praxisbeispiele wie eine kommunale Gesamt-Strategie in diesem Bereich aussehen kann.
Bratzel, Stefan	Leitfaden Kommunales Mobilitätsmanagement. Konzepte - Strategien - Beispiele zur Förderung umwelt- und stadtverträglicher Mobilität.	S.T.E.R.N. Gesellschaft der behutsamen Stadterneuerung mbH (Hg.). Berlin: Selbstverlag, 1998	Das Handbuch basiert auf dem Forschungsprojekt "Mobilitätsmanagement im Moabiter Westen"

F.2.3 Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Aurich, Heli; Konietzka, Lothar	Mobilitätsmanagement, Mobilitätszentrale, Mobilitätsberatung.	In: Internationales Verkehrswesen (52) 5/2000, 203-206	Der Artikel fasst die Ergebnisse des Forschungsprojekts "Aufgabenstellung und Einsatzmöglichkeiten eines Mobilitätsberaters" zusammen.
Beckmann, Klaus J.; Finke, Timo	Die Chancen der Nutzung des Internets für Mobilitätszentralen.	In: Stadt-Region-Land, Heft 67, S. 41 ff.	Der Beitrag beschreibt die Chancen der Mobilitätsberatung und -beauskunftung, die neu durch die Verbreitung des Internets entstanden sind und schlägt eine Grobarchitektur für „virtuelle Mobilitätszentralen“ vor.
Bihn, Friedhelm; Klewe, Heinz	MobilitätsService in Regie von Verkehrsunternehmen. Öffentliche Verkehrsbetriebe auf dem Weg vom 'Lohnkutscher' zum Mobilitätsdienstleister.	ILS-Schriften 107. Dortmund: Inst. für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, 1997	Die Schrift analysiert die Ziele sowie Finanzierungsformen von Mobilitätsberatungsangeboten in der Trägerschaft von Verkehrsunternehmen und stellt mögliche Leistungsspektren vor.
Binnenbruck, Horst-Hermann; Hoffmann, Peter; Krug, Stephan	Mobilitätsmanagement im Personen- und Güterverkehr - Praktische Erfahrungen in Wuppertal im Rahmen des europäischen Forschungsprojektes MOSAIC.	In: Der Nahverkehr 9/98, 19-24	Der Artikel stellt die im Rahmen des MOSAIC-Projekts erzielten Erkenntnisse zu den Pilotanwendungen in Wuppertal dar.
Ferril, Susanne; Preißl, Robert; Uranitsch, Gudrun	Mobilitätsberatung - Internationale Erfahrungen mit einem neuen Berufsbild.	Loseblattsammlung. In: Apel, Dieter u.a.: Handbuch der kommunalen Verkehrsplanung. Bonn: Economica, 1992, 13. Ergänzungslieferung 1996, 3.4.19.2 (ISBN 3-87081-112-9)	Der Beitrag zeigt die Entwicklung eines Ausbildungsprogramms für Mobilitätsberater in Österreich auf und gibt einen Überblick über aktuelle Bestrebungen in anderen Ländern.

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Finke, Timo; Krug, Stephan; Meinhard, Dirk; Witte, Andreas	Erfolgsfaktoren für das Mobilitätsmanagement - Erkenntnisse, Empfehlungen und Hilfen für die Praxis aus dem Forschungsprojekt MOSAIC.	In: Der Nahverkehr 9/99, 7-11	Der auf dem EU-Forschungsprojekt basierende Artikel leitet konkrete Erfolgsvoraussetzungen für MM-Applikationen ab und stellt erarbeitete Informationsmedien des Projekts vor.
Gruber, Stefan, et al.	Mobilitätsberater-Handbuch.	Verkehrsclub Österreich (Hg.). Wien: 1996	Die sehr ausführliche Handreichung für Mobilitätsberater vermittelt Grundlagen der Mobilität, Planungsrecht, Handlungsfelder und Vorgehensweisen bei der Umsetzung
Hahn, Wulf	Konzept einer Mobilitätsberatung für den Landkreis Marburg-Biedenkopf - ein Schlüssel zum Erfolg für den ÖPNV im ländlichen Raum?	In: Verkehr und Technik 8/98, 321-327	Der Artikel stellt ein konkretes Planungs- und Umsetzungskonzept für einen ländlichen Kreis in Mittelhessen dar.
Hoffmann, Peter	Vom Verkehrsbetrieb zum Mobilitätsdienstleister.	In: Der Nahverkehr 5/97, 73-75	Der Artikel stellt die Bemühungen der Wuppertaler Stadtwerke im Bezug auf MM dar und betont die strategisch-politische Notwendigkeit des MM-Engagements von VU, um einer reinen "Carrier"-Funktion zu entgehen.
Hoppe, Rolf; Jutzler, Christian	Dezentrales Mobilitätsnetz statt einer Mobilitätszentrale.	In: Der Nahverkehr 9/2000; 52-55	Der Artikel stellt das Konzept der dezentralen Mobilitätsberatung im Ennepe-Ruhr-Kreis vor (Vernetzung und Aufrüstung vorhandener Verkaufsstellen und kommunale Anlaufstellen).
Kinder, Ulrich; Schäfer-Breede, Klaus	MobilitätsService in Regie von Verkehrsbetrieben - neue Kunden und neue Märkte für den ÖPNV.	Untersuchung im Auftrag des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen. Bremen: Selbstverlag, 1995	Die Studie, bearbeitet durch BVÖ im Auftrag des ILS, zeigt Chancen und Wege zur Umsetzung von MM-Konzepten durch Verkehrsunternehmen auf.
Löcker, Gerhard	Die Mobilitätszentrale. Eine neue Aufgabe und eine neue Chance für Verkehrsbetriebe.	In: Der Nahverkehr 9/92, 20-26	Der Artikel erläutert das Konzept der Mobilitätszentrale Hameln und stellt die Möglichkeiten dar, die sich aus der Verknüpfung von Mobilitätszentrale und Koordinierungsstelle für Fahrgemeinschaften ergeben.
Löcker, Gerhard; Reinkober, Norbert	Zu neuen Ufern - Die Hamelner Mobilitätszentrale.	In: Stadt und Gemeinde 8/91, 301-304	Der Artikel erläutert das Konzept und die Funktionsweise der Mobilitätszentrale in Hameln.
Ludwig, Rita; Maleika, Andreas; Bien, Walter	Mobilitätsberatung aus Kundensicht. Erfahrungsergebnisse zur Verkehrsinsel in Frankfurt.	In: Der Nahverkehr 12/98, 44-48	Der Artikel stellt die Ergebnisse einer Kundenbefragung in der Verkehrsinsel Frankfurt dar.
Müller, Guido	Betriebliches Mobilitätsmanagement. Status quo einer Innovation in Deutschland und Europa unter besonderer Berücksichtigung der Kooperation von Unternehmen und Kommune.	Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (Hg.) im Auftrag der Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft. Dortmund. Selbstverlag, 2001. www.ils.nrw.de/publik/pdf/betrieb-mobimangement.pdf	Die Schrift gibt einen Überblick des Status quo in Deutschland sowie über ausländische Beispiele und thematisiert die besondere Rolle der Kommunen bei der Initiierung von betrieblichem Mobilitätsmanagement.

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Müller, Guido, et al.	Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen.	ILS 178. Dortmund: Inst. für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, 2001 (ISBN 3-8176-6178-9)	Die Broschüre fasst verschiedene Diskussionsbeiträge zu Qualitätsstandards und Kundenanforderungen von Mobilitätszentralen zusammen und enthält eine Übersicht aller Standorte in Deutschland.
Müller, Guido; Rabe, Sebastian; Stierand, Philipp et al.	Standards für Mobilitätszentralen. Schlussbericht im Rahmen des Projektes "Standards für den Öffentlichen Verkehr - Instrument zur Steigerung der Effizienz und Sicherung der Qualität".	Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Forschungsbereich Verkehr (Hg.), www.ils.nrw.de/publik/pdf/mobi-standard.pdf	Die im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen erstellte Studie stellt die Frage nach einer Standardisierung der Dienstleistungspalette von Mobilitätszentralen.
Puznicha, Jörg; Allekotte, Dorothee; Noé, Walter	Verkehrinsel Frankfurt. Eine Mobilitätszentrale neuen Typs.	In: Der Nahverkehr 1-2/99, 30-36	Der Artikel erläutert das Konzept der Frankfurter Mobilitätszentrale mit Trennung zwischen telefonischer und persönlicher Auskunft.
Reinkober, Norbert	Fahrgemeinschaften und Mobilitätszentrale: Bestandteile eines zukunftsorientierten öffentlichen Personennahverkehrs.	Schriftenreihe für Verkehr und Technik 81. Bielefeld: Erich Schmidt, 1994.	Die Dissertation an der Universität Wuppertal wertet die mit der Mobilitätszentrale in Hameln gesammelten Erfahrungen aus und stellt Grundzüge für zukünftige Anwendungsfälle vor.
Reinkober, Norbert	Mobilitätszentralen und Mobilitätsberatung.	In: Straßenverkehrstechnik 7/99, 318-321	Der Artikel basiert auf einem Vortrag des Autors und stellt Grundzüge von Mobilitätszentralen und Mobilitätsberatung dar.
Schulte, Reinhard; Rissiek, Thomas; Schmidt, Kirsten	Die „Schlaue Nummer“ in NRW. ÖPNV-Information: einheitlich, erreichbar, dezentral verantwortet.	In: Der Nahverkehr 4/2002	Der Artikel erläutert das Projekt der „Schlaunen Nummer“ in NRW und zeigt die Einbettung des Ansatzes in die Mobilitätsberatung auf.
Thiemann-Linden, Jörg	Mobilitätszentralen im ÖPNV-Wettbewerb.	In: Verkehrszeichen 1/2003	Der Artikel diskutiert die Zukunft von Mobilitätszentralen, die von Verkehrsunternehmen getragen werden, vor dem Hintergrund der europäischen Neuordnung des ÖPNV-Marktes.
VerkehrsentwicklungsplanerInnen-Netzwerk e.V. (VEP-Netzwerk), Gesellschaft für Politische Bildung e.V. (Hg.)	Wie können Mobilitätszentralen langfristig finanziert werden?	Dokumentation zum Seminar „Mobilitätszentralen als Beitrag zum umweltschonenden Verkehr - sind sie langfristig finanzierbar?“, 13.-15. Dezember 2002 in der Akademie Frankenwarte Würzburg, www.mzm-online.de/pro131202.htm	Die Tagungsdokumentation stellt die aktuelle Diskussion um die Problematik der Finanzierung von Mobilitätszentralen u.a. vor dem Hintergrund des Wettbewerbsdrucks im ÖPNV dar.

F.2.4 Betriebliches MM

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
ACE Auto Club Europa (Hg.)	Hin und Her - Ein Ratgeber für den Weg zur Arbeit.	Berlin: Selbstverlag, 2000 (ISBN 3-7663-3242-2)	Der Ratgeber zeigt anhand von Beispielen verschiedene Möglichkeiten des betrieblichen Mobilitätsmanagements auf.
Arbeitsgemeinschaft „Umweltfreundlich zum Betrieb“; Stadt Freiburg im Breisgau (Hg.)	Umwelt-Verkehrsprogramme in Betrieben.	Freiburg: 2000	Die Broschüre stellt Aktivitäten und Erfolge einzelner Betriebe dar, die sich über die betriebsübergreifende Arbeitsgemeinschaft von IG Metall-Mitgliedern austauschen.
Bruns, Hans-Ludwig; Vennefrohne, Klaus; Welk, Lars	Mobilitätsmanagement in der betrieblichen Praxis.	Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege (Hg.), Zentrale Präventionsdienste, Bereich "Gesundheits- und Mobilitätsmanagement". Ratgeber Gesundheitsmanagement 2, www.bgw-online.de/downloads/2091/RGM2.pdf	Die Broschüre stellt in Form eines Praxis-Leitfadens die wichtigsten Schritte zur Einführung von Maßnahmen des betrieblichen Mobilitätsmanagement in Unternehmen vor.
Herry, Max; Schuster, Markus; Thaler, Robert	Betriebliches Mobilitätsmanagement: Leitfaden für Betriebe. Erfahrungen des Modellvorhabens "Sanfte Mobilitätspartnerschaft.	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Österreich (Hg.). Wien: Selbstverlag, 2000	Der Ergebnisbericht des gleichnamigen Modellprojektes in Österreich bietet in Form eines übersichtlich gegliederten Leitfadens Unterstützung bei der Umsetzung betrieblicher Mobilitätsmanagement-Vorhaben.
Holzer, Christian	Leitfaden - Betriebliche Mobilitätsberatung.	S.T.E.R.N. Gesellschaft der behutsamen Stadterneuerung mbH (Hg.). Berlin: Selbstverlag, 1998	Das Handbuch basiert auf dem Forschungsprojekt "Mobilitätsmanagement im Moabiter Westen", stellt MM-Projekte vor und gibt praktische Hinweise zur Umsetzung.
Hoppe, Frank; Müller Steinfahrt, Ulrich; Essert, Markus; Klaus, Peter; Liberda, Elisabeth	Arbeitnehmerorientierte Mobilitätsgestaltung im Großraum Nürnberg.	Studie des Fraunhofer-Instituts im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung. Nürnberg: 2001	Die Studie umfasst eine sehr umfassende Beispielsammlung von Anwendungsfällen des betrieblichen MM.
Kalwitzki, Klaus-Peter	Umdenken im Berufsverkehr - ein weiteres Projekt der betrieblichen Mobilitätsberatung.	In: Verkehrszeichen 1/98, 18-19	Der Artikel stellt das 1994 gestartete Projekt "Umdenken im Berufsverkehr" des DVR und der Berufsgenossenschaften vor, das 8 Unternehmen (ca. 10.000 Beschäftigte) untersuchte.
Löcker, Gerhard et al.	Die Mobilitätsberatung im ÖPNV - ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements	Verband Deutscher Verkehrsunternehmen; Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (Hg.). Köln: Beka, 2001	Die Broschüre beschreibt Beispiele des Dienstleistungsspektrums von Mobilitätszentralen und gibt Umsetzungshinweise.
Schäfer-Brede, Klaus	Mobilitätsberatung für Unternehmen - Marktstudie zum Beratungs- und Servicebedarf auf dem Weg zum "Betriebsverkehrsplan"	Erstellt von Büro für Verkehrsökologie, Bremen, im Auftrag des VCD, Bonn, Februar 1996, www.move-bremen.org/Frames/mobibera.html	Die Studie zeigt die anhand einer Befragung ermittelten Umsetzungshemmnisse und Potentiale für betriebliches MM auf.

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Schäfer-Breede, Klaus	Mobilitätsmanagement in Betrieb und Verwaltung: Dokumentation vorbildlicher Beispiele für Berufsverkehr, Geschäfts-/Dienstreisen und Transport in Deutschland.	Hg. VCD. Bonn: Verkehrsclub Deutschland, 1996	Die Broschüre stellt als Beispielsammlung Projekte des betrieblichen Mobilitätsmanagements zusammen.
Sybille Römmelt; Andrea Schulze; Waltraud Kustermann; Georg Karg	Bestandsaufnahme der Mobilitätsberatung in Deutschland.	Weihenstephaner Beiträge aus den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften 11. TU München-Weihenstephan, 2000, www.weihenstephan.de/wdh/Res/mobilitaetsberatung.pdf	Die auf einer Studienarbeit beruhende Befragung von Mobilitätszentralen gibt einen Überblick über Nachfrageumfänge und angebotene Dienstleistungen.

F.2.5 MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

Autor	Titel	Quelle	Kurzbeschreibung
Bäumer, Doris, et al.	U.Move - Jugend und Mobilität. Mobilitätsforschung zur Entwicklung zielgruppenspezifischer intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche.	ILS-Schriften 150. Dortmund: Inst. für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, 1999 (ISBN 3-8176-6150-9)	Die Publikation dokumentiert die Ergebnisse eines Forschungsprojekts im Rahmen der Initiative „Mobilität besser verstehen“.
Kohler, Sandra; Hensel, Anja; Kustermann, Waltraud; Karg, Georg	Maßnahmen der Mobilitätserziehung.	In: Zeitschrift für Verkehrswissenschaft, Heft 3/01	Der Artikel legt eine theoretische Begründung zur Mobilitätserziehung dar und beschreibt das konzeptionelles Vorgehen der Mobilitätserziehung
Konferenz der Kultusminister (KMK)	Empfehlung der Konferenz der Kultusminister zur Verkehrserziehung in der Schule. Bekanntmachung vom 28. Juli 1994.	www.bildung.hessen.de/abereich/erzieh/verkehr/	Der gültige KMK-Beschluss definiert Verkehrserziehung als "Sicherheits-, Sozial-, Umwelt- und Gesundheitserziehung"
Verkehrsclub Österreich/VCÖ (Hg.)	Mobilitätsmanagement für Schulen - Wege zur Schule neu organisieren.	Reihe Wissenschaft & Verkehr 1/2001. Wien: Selbstverlag, 2001	Die Schrift richtet sich insbesondere an Praktiker, die einen Überblick über die Thematik des schulischen MM gewinnen wollen.
Witte, Andreas	Mobilitätsmanagement für Freizeit-Großeinrichtungen.	In: Forschungsgesellschaft Mobilität (Hg.): 4. Europäische Konferenz über Mobilitätsmanagement (ECOMM 2000). Mobilitätsmanagement - Grenzen überschreiten und Regionen erschließen. Bregenz, 17.-19. Mai 2000. Tagungsband. Graz/Schwarzach: Medienhaus Vorarlberg, 2000. 187-191	Der Beitrag zeigt den Umbruch in der Freizeitindustrie auf (z. B. Großkinos, Großarenen) und stellt Handlungsansätze des Mobilitätsmanagements für Freizeiteinrichtungen dar.

F.3 Weitere Informationsquellen

F.3.1 Verbände und Plattformen

F.3.1.1 ARBEITSKREIS „MOBILITÄTSMANAGEMENT“ DER FGSV

Der Arbeitskreis „Mobilitätsmanagement“ (AK 1.6.11) im Arbeitsausschuss Öffentlicher Verkehr (AA 1.6) der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e.V. (FGSV) befasst sich seit Anfang der 90er Jahre mit der Thematik Mobilitätsmanagement. Die Arbeiten mündeten 1995 in das Arbeitspapier 38 der FGSV „Mobilitätsmanagement - ein neuer Ansatz zur umweltschonenden Bewältigung der Verkehrsprobleme“. Diese Schrift wurde 2001 aktualisiert und in Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt fortgeschrieben. Eine Checklisten-sammlung enthält Beispiele zur Anwendung des Mobilitätsmanagements.

- Umweltbundesamt (Hg.): Mobilitätsmanagement zur Bewältigung kommunaler Verkehrsprobleme / Bearbeiter: R. Hoppe. Berlin: Umweltbundesamt, 2001.
- Umweltbundesamt (Hg.): Mobilitätsmanagement. Anwendungsbeispiele aus verschiedenen Handlungsfeldern des Verkehrswesens und des Städtebaus:

Checklistensammlung. Stand: 19.11.2001. Internetdownload:
www.umweltbundesamt.de/uba-info-daten/daten/momcheck/index.htm

- Leitung: Dr. Norbert Reinkober, Verkehrsverbund Rhein-Sieg (Vors.), Dr. Helga Kraft-Kettermann, Stadt Münster, Theo Jansen, Stadt Brühl

F.3.1.2 UNTERAUSSCHUSS „MOBILITÄTSMANAGEMENT“ DES VDV-KRAFTVERKEHRSAUSSCHUSSES

Der Ausschuss befasst sich mit dem Thema Mobilitätsmanagement aus der Sicht der Verkehrsunternehmen. Dabei stehen insbesondere Mobilitätszentralen in der Trägerschaft von Verkehrsunternehmen im Vordergrund. Im Jahr 2001 erarbeitete der Ausschuss den unten erwähnten Leitfaden.

- Löcker, Gerhard et al.: Die Mobilitätsberatung im ÖPNV - ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements. Herausgegeben vom Verband Deutscher Verkehrsunternehmen und dem Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen. Köln: Beka, 2001.
- Leitung: Gerhard Löcker, Hannover

F.3.1.3 FÖRDERKREIS FÜR MOBILITÄTSZENTRALEN UND MOBILITÄTSMANAGEMENT (MzM)

Der MzM wurde 1997 gegründet, um der in den Ländern Sachsen, Thüringen, Sachsen-Anhalt noch schwach ausgeprägten Diskussion zum Thema Mobilitätszentralen einen neuen Impuls zu verleihen. Der Förderkreis umfasst sowohl Vertreter aus Verbänden (VCD, ADFC, Bahnkundenverband) als auch Mitarbeiter in Verkehrsbetrieben, in der öffentlichen Verwaltung oder in Planungsbüros. In der Zwischenzeit hat sich der Arbeitsschwerpunkt des Förderkreises über die Region ausgedehnt. Ziele des MzM sind der Erfahrungsaustausch und Know-How-Transfer zwischen seinen Mitgliedern sowie weiteren interessierten Personen und Institutionen. Hierzu veranstaltet der Kreis regelmäßige Veranstaltungen.

- Internet: www.mzm-online.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalt: Darstellung der Ziele und Inhalte der Vereinigung, Protokolle von Veranstaltungen sowie Download von Veranstaltungsvorträgen

F.3.1.4 TRANSFERSTELLE FÜR MOBILITÄTSMANAGEMENT (ILS)

Beim Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW ist das Projekt „Transferstelle Mobilitätsmanagement“ aus der Erkenntnis heraus ins Leben gerufen worden, dass neben der Erforschung und Entwicklung neuer Konzepte auch deren Verbreitung wichtig ist.

- Internet: www.mobilitaetsmanagement.nrw.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Beschreibung des Projekts der „Transferstelle Mobilitätsmanagement“ (Seiten im Aufbau)

F.3.1.5 EUROPEAN PLATFORM ON MOBILITY MANAGEMENT (EPOMM)

Die European Platform on Mobility Management (Europäische Plattform für Mobilitätsmanagement) ist eine durch die Europäische Kommission initiierte internationale Partnerschaft verschiedener Interessengruppen (v.a. nationale und regionale Behörden) mit dem Ziel, Mobilitätsmanagement in Europa zu fördern und weiterzuentwickeln. Jährlich findet die ECOMM (European Conference on Mobility Management / Europäische Konferenz für Mobilitätsmanagement) statt (vgl. Internetseite der EPOMM).

- Internet: www.epomm.org
- Sprache: Englisch
- Inhalte: Termine der Plattform, Sammlung von MM-Anwendungsbeispielen, Erläuterungen zum theoretischen Hintergrund des Mobilitätsmanagements, Tagungsdokumentationen der ECOMM

F.3.1.6 NEMO.AT - NETZWERK FÜR MOBILITÄTSMANAGEMENT (ÖSTERREICH)

NEMO ist der österreichische Beitrag zur EPOMM. Ziel von NEMO ist es, ein Netzwerk für Mobilitätsmanagement in Österreich aufzubauen. Besondere Berücksichtigung finden bereits bestehende lokale und regionale Initiativen.

- Internet: www.ne-mo.at
- Sprache: Deutsch
- Inhalt: vergleichbarer Inhalt wie EPOMM in Deutsch. Auf den Seiten findet sich u.a. eine Beschreibung des MM-Konzepts

F.3.1.7 TRAVELWISE (GROßBRITANNIEN)

“TravelWise” ist der britische Beitrag zur EPOMM. Die Internetseite stellt Neuigkeiten und Kampagnen aus Großbritannien sowie dem übrigen Europa vor und gibt Hinweise für Schulen und Firmen zum Mobilitätsmanagement.

- Internet: www.travelwise.org.uk
- Sprache: Englisch
- Inhalte: Erläuterungen zu Mobilitätsplänen für Firmen und zu Schulwegesicherheit und -gestaltung

F.3.1.8 EUROPaweite Woche für Nachhaltige Mobilität und Europaweiter Aktionstag "In die Stadt - ohne mein Auto!"

Ein Konsortium bestehend aus mehreren europäischen Nichtregierungsorganisationen (u.a. ACCESS, Energie-Cités, ADEME, Klima-Bündnis) koordiniert die jährliche Europaweite Woche für nachhaltige Mobilität. Kommunen können sich am europaweiten Aktionstag "In die Stadt - ohne mein Auto!", der im Jahr 2003 am 22. September stattfindet und in die Europäische Woche für nachhaltige Mobilität eingebettet ist, beteiligen.

- Internet: www.klimabuendnis.org (Deutsch) / www.22september.org (Englisch)
- Sprache: Deutsch bzw. Englisch
- Inhalte: Darstellung der europaweiten Kampagne "In die Stadt - ohne mein Auto!", Bereitstellung von Unterlagen und Hilfen für teilnehmende Kommunen bzw. Organisationen

F.3.1.9 ONLINE TDM ENCYCLOPEDIA

Der amerikanische Begriff „Transportation Demand Management (TDM)“ lässt sich vereinfachend mit Mobilitätsmanagement übersetzen. Dieses vom Victoria Transport Policy Institute (Victoria, Kanada) aufgebaute Lexikon ist eine umfassende Informationsquelle zu Mobilitätsmanagement-Maßnahmen und -lösungen sowie Evaluationstechniken

- Internet: www.vtpi.org/tdm/
- Sprache: Englisch
- Inhalte: Umfangreiches TDM-Nachschlagewerk im Internet

F.3.2 Forschungsprojekte

F.3.2.1 FORSCHUNGSPROJEKT MOSAIC

Das im Rahmen des 4. Rahmenprogramms von der Europäischen Kommission geförderte Projekt MOSAIC (Mobility Strategy Applications in the Community / Anwendung von Mobilitätsstrategien in der Gemeinschaft) befasste sich mit der Konzeptentwicklung von Organisationsmodellen des Mobilitätsmanagements und trug damit entscheidend zur europäischen Verbreitung und Harmonisierung des Mobilitätsmanagements im Personen- und Güterverkehr bei. In Zusammenarbeit mit dem parallel durchgeführten Projekt MOMENTUM wurden die Konzepte abgestimmt.

- Internet. www.ivv-aachen.de/mosaic
- Sprache: Deutsch
- Inhalt: Erläuterung des Mobilitätsmanagement-Ansatzes, Darstellung der MOSAIC-Projektergebnisse

F.3.2.2 FORSCHUNGSPROJEKT MOMENTUM

Das im Rahmen des 4. Rahmenprogramms von der Europäischen Kommission geförderte Projekt MOMENTUM (Mobility Management for the Urban Environment / Mobilitätsmanagement in städtisch geprägten Räumen) hat parallel zum Forschungsprojekt MOSAIC verschiedene Anwendungsbeispiele des Mobilitätsmanagement in Europa analysiert. In Zusammenarbeit mit dem parallel durchgeführten Projekt MOSAIC wurden die Konzepte abgestimmt.

- Internet: europa.eu.int/comm/transport/extra/momentumia.html
- Sprache: Englisch
- Inhalt: Darstellung der MOMENTUM-Projektergebnisse

F.3.2.3 FORSCHUNGSPROJEKT MOST

Das von der Europäischen Kommission geförderte Forschungs- und Entwicklungsprojekt MOST (Mobility Management Strategies for the next decades / Mobilitätsmanagement-Strategien für die nächsten Jahrzehnte) baut auf den Erkenntnissen der Projekte MOSAIC und MOMENTUM auf und befasst sich mit der Entwicklung neuer und der Evaluierung bereits realisierter Mobilitätsmanagementstrategien.

- Internet: mo.st
- Sprache: Englisch
- Inhalte: Darstellung der Demonstrationsprojekte, Download von Forschungsberichten

F.3.3 Betriebliches MM

F.3.3.1 "TOOLBOX" FÜR MOBILITÄTSMANAGEMENT IN FIRMEN

Die „Toolbox“ (Werkzeugkiste) ist das Ergebnis eines EU-Forschungsprojektes zum betrieblichen Mobilitätsmanagement im Rahmen des SAVE II-Programms. Sie gibt Hilfen für Firmen, die einen Mobilitätsplan aufzustellen möchten und unterstützt die Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel für den Weg zum Betrieb anhand konkreter praktischer Umsetzungsbeispiele.

- Internet: www.mobilitymangement.be
- Sprache: u.a. Deutsch
- Inhalt: Beispiele, Übersicht möglicher standortbezogener Lösungen, Entscheidungshilfen

F.3.3.2 FORSCHUNGSPROJEKT MOVE (BREMEN)

Das Forschungs- und Entwicklungsprojekt MOVE (Mobilitätsverbund-Service für Arbeitnehmerverkehr), das von der Europäischen Kommission im Rahmen des Life-Programms gefördert wurde. Es befasste sich maßgeblich mit Dienstleistungen des betrieblichen Mobilitätsmanagement (v.a. Fahrgemeinschaftenvermittlung).

- Internet: www.move-bremen.org/index_d.html
- Sprache: Deutsch
- Inhalt: Projektergebnisse, Computerprogramm für die Vermittlung von Fahrgemeinschaften

F.3.3.3 MOBILITÄTSMANAGEMENTPROGRAMME IN UNTERNEHMEN (MINISTERIUM FÜR UMWELT UND VERKEHR BW)

Die vom Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg eingerichtete Internetpräsentation richtet sich an Unternehmens- sowie Arbeitnehmervertreter und vermittelt anhand einer übersichtlichen Beispielsammlung einen Überblick zum Thema.

- Internet: www.uvm.baden-wuerttemberg.de/uvm/abt3/mobil/index.htm
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Handlungsfelder des betrieblichen Mobilitätsmanagements, Beispiele aus Baden-Württemberg, Checkliste

F.3.3.4 WWW.MOBILITAETSMANAGEMENT.AT

Im Modellvorhaben „Sanfte Mobilitätspartnerschaft“, das vom Österreichischen Umweltministerium initiiert wurde, konnte konkret aufgezeigt werden, dass standortbezogenes Mobilitätsmanagement in Betrieben einen wichtigen Beitrag zur Lösung örtlicher Verkehrsprobleme und zur Reduzierung der negativen Auswirkungen des Verkehrs auf die Umwelt leistet. Auf der Grundlage dieser Erfahrungen wurde in Österreich eine „Förderschiene Betriebliches Mobilitätsmanagement“ eingerichtet, aus der heraus Mobilitätsmanagement-Maßnahmen in Betrieben gefördert werden können.

- Internet: www.mobilitaetsmanagement.at
- Sprache: Deutsch
- Inhalt: Ergebnisse des Modellvorhabens „Sanfte Mobilitätspartnerschaft“, Erläuterungen zur Förderung von betrieblichen MM-Aktivitäten

F.3.3.5 WWW.CLEVER-PENDELN.DE

clever-pendeln.de ist eine Initiative des ACE Auto Club Europa und des Deutsche Gewerkschaftsbund DGB. Die Initiative will die unterschiedlichen Akteure im betrieblichen Mobilitätsmanagement vernetzen. Ziel ist es, gute Beispiele bekannter zu machen und den Erfahrungsaustausch rund ums Thema Mobilitätsmanagement zu fördern.

- Internet: www.clever-pendeln.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Informationsportal für das betriebliche Mobilitätsmanagement

F.3.3.6 „MIT DEM RAD ZUR ARBEIT“

„Mit dem Rad zur Arbeit“ ist eine Aktion zur Förderung der Radnutzung im Berufsverkehr in Bayern. Durch Aktionswochen, Auslobung von Preisen („Fahrradfreundlicher Betrieb“) und Gewinnspielen wird die Radnutzung durch die Mitarbeiter bzw. die Radverkehrsförderung durch die Unternehmen gefördert. Die Aktion wird getragen vom Bayer. Staatsministerium für Gesundheit, Ernährung und Verbraucherschutz, dem DGB Bayern, der Vereinigung der Bayrischen Wirtschaft, der AOK Bayern und dem ADFC Landesverband Bayern.

- Internet: www.mit-dem-Rad-zur-Arbeit.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Beschreibung der Aktion, Teilnahmebedingungen etc.

F.3.3.7 BUNDESDEUTSCHER ARBEITSKREIS FÜR UMWELTBEWUSSTES MANAGEMENT E.V. (B.A.U.M. E.V.)

B.A.U.M. e.V. ist eine überparteiliche Umweltinitiative der Wirtschaft. Der Verein unterstützt seine Mitglieder in allen Fragen des unternehmerischen Umweltschutzes. Hierzu zählt auch die Umsetzung von betrieblichem Mobilitätsmanagement. B.A.U.M. hat u.a. als Kooperationspartner den Bundeskongress "Mit dem Fahrrad zur Arbeit" unterstützt

(www.wirtschaft-in-bewegung.de, www.wirtschaftinbewegung.com).

- Internet: www.BAUMev.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Allgemeine Informationen zum Verein und seinen Aktivitäten

F.3.4 MM für spezielle Zielgruppen und Standorte

F.3.4.1 WWW.LERNWERKSTADT.DE - INTERNETPORTAL ZUR VERKEHRSERZIEHUNG UND MOBILITÄTSBILDUNG

Das Internetportal richtet sich an Erzieher, Lehrer, Eltern bzw. Fachleute in der Verkehrserziehungsarbeit. Die Initiative wird von Deutschen Verkehrswacht, von Volkswagen sowie vom Ernst-Klett-Grundschulbuchverlag getragen. Verschiedene Expertenvorträge zum Stand der Verkehrserziehung stehen zum Download zur Verfügung.

- Internet: www.lernwerkstadt.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Informationen für Erzieher, Lehrer, Eltern bzw. Fachleute zur modernen Verkehrserziehung

F.3.4.2 CURRICULUM MOBILITÄT DES NIEDERSÄCHSISCHEN LANDESINSTITUT FÜR SCHULENTWICKLUNG UND BILDUNG

Das Niedersächsische Landesinstitut für Schulentwicklung und Bildung (NLI) hat in Zusammenarbeit mit Lehrkräften ein Curriculum entwickelt, das die Inhalte bisheriger Verkehrserziehung integriert sowie Lerninhalte der „Mobilität“ in die Rahmenrichtlinien ausgewählter Fächer zu integrieren

- Internet: www.curriculum-mobilitaet.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Curriculum für die Mobilitätserziehung an Schulen

F.3.4.3 HVV-SCHULBERATUNG BEI DER PINNEBERGER VERKEHRSGESELLSCHAFT

Seit 1990 leistet die Schulberatung des Hamburger Verkehrsverbundes in Zusammenarbeit mit dem Amt für Schule und dem Institut für Lehrerfortbildung (IfL) einen Beitrag zur schulischen Mobilitätserziehung, die den ÖPNV als eine sinnvolle und umweltgerechte Alternative zum Auto versteht.

- Internet: www.hvv.de (Rubrik „HVV-Spezial“)
- Sprache: Deutsch

- Inhalte: Beschreibung und Download der Unterrichtsprogramme für verschiedene Altersgruppen

F.3.4.4 EU-FORSCHUNGSPROJEKT PROVIDER

Im EU-Projekt PROVIDER wird eine Internet-Plattform für Mobilitätsmanagement an Schulen aufgebaut. Verschiedene Arbeitshilfen zum Thema sowie der Austausch zwischen europäischen Schulen sollen möglichst viele Schulen motivieren, aktiv zu werden und Mobilitätsmanagement in der Praxis umzusetzen.

- Internet: www.schoolway.net
- Sprache: u.a. Deutsch
- Inhalte: Arbeits- und Umsetzungshilfen wie Fragebögen, Tool, Unterrichtsmaterialien, Spiele

F.3.4.5 INFORMATIONSDNETZWERK "WOHNEN PLUS MOBILITÄT"

Die Internetseite verfolgt die Verknüpfung von Einzelaspekten an der Schnittstelle zwischen Wohnungswesen und Verkehr. Innovativen Ideen soll damit zur Umsetzung und Verbreitung verholfen werden.

- Internet: www.wohnen-plus-mobilitaet.nrw.de
- Sprache: Deutsch
- Inhalte: Forschungserkenntnisse, Maßnahmenbeispiele