

European Platform on Mobility Management



Mobilitätsmanagement: eine Definition

Definition des Mobilitätsmanagements und Kategorisierung der Mobilitätsmanagement-Maßnahmen, bestätigt durch MAX-Konsortium und EPOMM

MAX-Partner

Austrian Mobility Research, FGM-AMOR (project leader) – Austria	Mobiel 21 – Belgium
Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung, ILS – Germany	Eric N. Schreffler, Transportation Consultant – USA
Equipo de Tecnicos en Transporte y Territorio, ETT – Spain	FIT Consulting – Italy
Lyle Bailie International Limited – United Kingdom	Synergo - Switzerland
Timo Finke Consult Aachen – Germany	Traject – Belgium
Austrian Standards Institute – Austria	Trivector – Sweden

Universities

University of Piraeus Research Centre, UPCR – Greece	University of Maribor, Faculty of Civil Engineering – Slovenia
Cracow University of Technology – Poland	Aristotle University of Thessaloniki – Greece
Centre National de la Recherche Scientifique – France	Edinburgh Napier University – United Kingdom
University of Central Lancashire – United Kingdom	Otto-von-Guericke-University of Magdeburg – Germany
University of Giessen, Institute for applied and empirical social research – Germany	Vilnius Gedimas Technical University – Lithuania

Demonstrators

Agencia Municipal de Energia da Almada, AGENEAL – Portugal	City Council of Almada – Portugal
Compagnia Transporti Laziali Societa' Regionale spa, COTRAL – Italy	Kortrijk Municipality – Belgium
Tallinn Municipality – Estonia	Munich Municipality – Germany

Einführung

Dieses Dokument beinhaltet eine Definition und Kategorisierung von Mobilitätsmanagement. Diese wurden ursprünglich als Grundlage für die Arbeit des Forschungsprojekts MAX – „Successful Travel Awareness Campaigns and Mobility Management Strategies“ – entwickelt. MAX war gleichzeitig das größte Projekt im Bereich Mobilitätsmanagement (MM) des sechsten Rahmenprogramms für Forschung der EU.

Diese Begriffsbestimmung war erforderlich, um eine Grundlage für alle Teilaufgaben von MAX zu schaffen, da sich die existierenden Definitionen für die Umsetzung der projektbezogenen Ziele nicht eigneten. Die Definitionserstellung erfolgte durch das Kernteam, dem folgende Personen angehörten: Stefanie Baasch, Elke Bossaert, Christer Ljungberg, Stratos Papadimitriou, Panos Papaioannou, Karl-Heinz Posch, Tom Rye und Janina Welsch. Weitere Beiträge leisteten zudem Mitarbeiter aus dem gesamten MAX-Team

Die ausgearbeitete Definition wurde von der Europäischen Plattform für Mobilitätsmanagement bestätigt.

Inhaltsverzeichnis

Definition von Mobilitätsmanagement	3
Abgrenzung – Grenzen des Mobilitätsmanagements	3
Offener Charakter der Definition	5
Definition der MM-Maßnahmen.....	6
Definitionen der einzelnen Maßnahmen ...	10
Abkürzungsverzeichnis	14
Quellenangaben	14

Die Definition von Mobilitätsmanagement

Nachstehend die von MAX akkordierte Definition von Mobilitätsmanagement (MM):

Mobilitätsmanagement (MM) ist ein Konzept zur Förderung des nachhaltigen Verkehrs und zur Verringerung der Autonutzungs-Nachfrage, und zwar durch die Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen der Verkehrsteilnehmer. Das Mobilitätsmanagement basiert auf „sanften“ Maßnahmen, wie Information, Kommunikation, Organisation von Services sowie Koordination der Aktivitäten verschiedener Partner. „Sanfte“ Maßnahmen bewirken meist eine Effizienzsteigerung von „harten“ Infrastruktur-Maßnahmen im urbanen Bereich (wie neue Straßenbahnlinien, Straßen und Radwege). Diese MM-Maßnahmen erfordern (im Gegensatz zu „harten“ Infrastruktur-Maßnahmen) keine umfangreichen finanziellen Investitionen und können einen hohen Kosten-Nutzen-Faktor aufweisen.



Um einen Eindruck zu vermitteln, was dies in der Praxis bedeutet: In einer Stadt, in der MM umgesetzt wird,

- gäbe es Kampagnen und Marketing zur Förderung des Fußgänger- und Fahrradverkehrs und der Nutzung des öffentlichen Verkehrs (ÖV),

- können Sie eine persönliche Beratung erhalten, in der Ihnen geholfen wird, Ihre Autonutzung zu verringern,
- könnte Ihr Arbeitgeber die Kosten der ÖV-Fahrkarte tragen, um Sie so zum Verzicht auf das Auto als Verkehrsmittel zur Arbeit zu motivieren,
- könnte sich in Ihrer Straße ein Carsharing-Standplatz befinden,
- könnte es an der Schule Ihres Kindes einen Mobilitätsplan geben, über den ein sicherer Schulweg für Ihr Kind organisiert wird,
- könnten Sie zur Organisation eines Ausflugs mit dem öffentlichen Verkehr die notwendigen Informationen in der lokalen Mobilitätszentrale erhalten,
- könnten Baugenehmigungen mit bestimmten Auflagen verbunden sein, die zur Minimierung der Verkehrsauswirkungen des neuen Standorts führen: z.B. die Erarbeitung von Mobilitätsplänen für Mitarbeiter, Besucher und Lieferverkehr des Standorts oder die Reduzierung der Anzahl der geplanten Parkplätze.

Normalerweise sind MM-Maßnahmen nicht isolierte Einzelmaßnahmen. Meistens sind Sie Teil eines ganzen Maßnahmenpakets – z. B. Informationskampagnen in Kombination mit Infrastruktur- und preispolitischen Maßnahmen.

Abgrenzung – Grenzen des Mobilitätsmanagements

Obwohl die o. g. Informationen als Definition ausreichen, können sich in der vertieften Arbeit mit MM neue Fragestellungen ergeben. MAX bietet deshalb Orientierungshilfen zur genaueren

Definition und Abgrenzung des Mobilitätsmanagements.

- **Mobilitätsmanagement ist auf die Nachfrage, nicht auf das Angebot gerichtet.** Die Errichtung neuer Straßenbahnlinien, Radwege, Straßen etc. gilt folglich nicht als Komponente des Mobilitätsmanagements. Hierbei handelt es sich um Maßnahmen, die auf der Angebotsseite liegen. Das spiegelt sich z.B. in der Politik der Niederlande und Schwedens wider, wo in vielen Fällen zuerst das Potenzial des Mobilitätsmanagements eingeschätzt werden muss, bevor die Genehmigung für angebotsorientierte Maßnahmen wie Straßenbau ausgestellt wird. Auch die Tatsache, dass in den USA und einer Reihe anderer Länder Mobilitätsmanagement als Verkehrsnachfragemanagement (TDM – Travel Demand Management) bezeichnet wird, ist ein Hinweis auf die Nachfrageorientierung.
- **Infrastrukturelle Maßnahmen können Mobilitätsmanagement unterstützen.** In vielen Ländern ist Mobilitätsmanagement hauptsächlich standortbezogen. Die Maßnahmen beziehen sich auf Standorte, die Verkehr generieren, wie z.B. Betriebe, Schulen oder Touristenattraktionen. Bei solchen Standorten wie Krankenhäusern oder Business-Parks kann ein MM-Maßnahmen-Paket die Entwicklung der Infrastruktur miteinschließen (typische angebotsorientierte Maßnahmen sind z.B. Fahrradabstellplätze, Straßenbahnhaltestellen, Parkplätze und Shuttlebusse). Sie gelten als unterstützende Maßnahmen (und nicht als MM-Maßnahmen).
- **Mobilitätsmanagement muss nicht auf einen Standort beschränkt sein.** Instrumente, die im gesamten Gebiet einer Stadt, einer Region oder sogar eines Landes zum Einsatz kommen, wie *Car-Sharing*, *Car-Pooling*, Mobilitätszentralen, Informationspakete für neue Einwohner, Informationskampagnen und die Bündelung verschiedener Serviceleistungen in einem

integrierten Tariffsystem, werden ebenfalls als MM-Maßnahmen betrachtet.

- **Sogenannte „Sustainable Urban Transport Plans“ (Pläne für einen nachhaltigen städtischen Verkehr) sind per Definition nicht MM, sie sollten jedoch MM enthalten.** Mobilitätsmanagement erstreckt sich nicht auf das gesamte Spektrum der Verkehrs- und Transportplanung. Die Transportplanung wird zu einem Bestandteil des Mobilitätsmanagements, wenn sie sich auf einen bestimmten Standort bezieht, also z.B. Mobilitätspläne für Betriebe oder Schulen. Fahrbahnen für mehrfach besetzte Fahrzeuge, Staugebühren (City-Maut) für Fahrten in Staugebühr-Zonen, Parkplatzmanagement und Straßenbenutzungsgebühren sind keine MM-Maßnahmen, obwohl sie typische nachfrageorientierte Maßnahmen darstellen. Sie können allerdings auf MM-Maßnahmen unterstützend wirken. Da Parkplatzmanagement häufig ein Kernelement des standortbezogenen Mobilitätsmanagements ist, bildet es als Bestandteil eines Pakets von MM-Maßnahmen einen integralen Teil des Mobilitätsmanagements.
- **Verkehrssystemmanagement gilt nicht als Bestandteil des Mobilitätsmanagements.** Unter MM-Maßnahmen fallen jedoch die Komponenten des Verkehrsmanagements, die die Nachfrage beeinflussen und die Einstellungen der Verkehrsteilnehmer ändern, insbesondere wenn sie bewirken, dass Alternativen zum Auto attraktiver werden. Dies geschieht beispielsweise durch Echtzeitinformationen über Abfahrtszeiten von Zügen per Mobilfunk, per Internet oder durch die Benutzung von Navigationssystemen.
- **Bewusstseinsbildende Maßnahmen, Mobilitätsunterricht und Marketing im Bereich nachhaltiger Verkehrsarten gelten als Bestandteil des Mobilitätsmanagements.** Einige Theoretiker im Bereich des

Mobilitätsmanagements sind der Ansicht, dass hier deutlich zu unterscheiden ist. In der Praxis ist es jedoch fast unmöglich, hier Grenzen zu ziehen.

- **Mobilitätsmanagement umfasst Gütertransport**, wenn dieser standortbezogen ist und Maßnahmen hinsichtlich des Güterverkehrs Teil eines Mobilitätsplans sind, der sich auch auf Personen erstreckt. In jedem Fall beinhaltet MM die Gepäck-Beförderung. Bei Nichterfüllung dieser Bedingungen fällt die Organisation des Gütertransports jedoch unter die Logistik, die bereits als hoch spezialisierte Branche etabliert ist.
- **Gesetzgebung sowie preisliche Positiv- und Negativanreize gelten als Komponenten des Mobilitätsmanagements**, wenn sie konkrete MM-Maßnahmen, wie in o. g. Abgrenzung erfasst, unterstützen.

Offener Charakter der Definition

Die vorliegende Definition ist als Arbeitspapier anzusehen und wurde vom EPOMM-Vorstand geprüft und bestätigt. Da Mobilitätsmanagement ein Konzept ist, das ständig an die jeweiligen Entwicklungen angepasst werden kann, erhebt diese Definition keinen Anspruch auf Endgültigkeit und ist offen für Veränderungen.

EPOMM und das MAX-Konsortium empfehlen jedoch, bei der Arbeit mit Mobilitätsmanagement diese Definition zu verwenden.



Definition der MM-Maßnahmen

Mobilitätsmanagement besteht aus einer ganzen Reihe von Maßnahmen, wie bereits im Vorhergehenden beschrieben. Im Folgenden sollen diese Maßnahmen aufgezählt und eingeordnet werden. Zuerst werden die MM-Maßnahmen in Kurzform beschrieben. Anschließend erfolgt eine detailliertere Charakterisierung dieser Maßnahmen. Die Aufstellung stammt aus früheren EU-Studien zum Thema Mobilitätsmanagement. Eingeflossen sind außerdem eine in den USA durchgeführte Untersuchung (Meyer, 1999), die „*Toolbox for Mobility Management Measures in Companies*“ (www.mobilitymanagement.be) und die „*Victoria Transport Policy Institute's TDM Encyclopaedia*“ (www.vtpi.org).

Diese Aufstellung ist als Entwurf anzusehen, die vom EPOMM-Vorstand geprüft und bestätigt wurde. Da Mobilitätsmanagement ein flexibles Konzept ist, das ständig an die jeweiligen Entwicklungen angepasst werden kann, erhebt sie keinen Anspruch auf Endgültigkeit und ist offen für Veränderungen.

Informationsmaßnahmen

Diese Maßnahmen kommen hauptsächlich entsprechend dem Bedarf der Reisenden zum Einsatz, um (potenziellen) Reisenden Informationen und Empfehlungen unter Nutzung verschiedener Medien zur Verfügung zu stellen. Beispiele:

- Auskunft und Beratung zur Fahrt- und Reiseplanung in der lokalen Mobilitätszentrale,
- fahrtspezifische Informationen, die unter Einsatz verschiedener Technologien vor und während der Fahrt bereit gestellt werden,
- Marketing für nachhaltige Verkehrsarten, z.B. durch Inserate oder durch die Verteilung von Flyern.

Werbemaßnahmen

Diese Kategorie basiert auf der Idee, die Menschen zur selbstständigen Änderung ihrer Verhaltensweise anzuregen, was durch Veränderung des Verkehrsbewusstseins, Förderung alternativer Verkehrsmittel zum Auto sowie durch die Bereitstellung entsprechender Informationen erfolgt. Es werden also keine zusätzlichen Alternativen zur Autonutzung angeboten, sondern es wird aktiv angestrebt, das Bewusstsein für bestehende Alternativen zu stärken und dazu anzuregen, diese auch zu nutzen. Diese Maßnahmen umfassen:

- individuelle Mobilitätsberatung als Unterstützung zur Veränderung des eigenen Mobilitätsverhaltens und zur Verringerung der eigenen Autonutzung,
- Werbekampagnen und andere Aktionen (z.B. der europäische autofreie Tag), die dazu anregen sollen, zu Fuß zu gehen, Rad zu fahren oder den ÖV zu nutzen (manchmal im Zusammenhang mit Kampagnen für einen gesunden Lebensstil),
- An eine bestimmte Zielgruppe gerichtete Werbung für alternative Verkehrsmittel und für die Reduzierung bzw. Kombination von Fahrten. Das können auch Schul-Projekte von ÖV-Unternehmen sein oder Projekte, in denen die Haushalte eines bestimmten Gebiets mit Informationen (wie z.B. lokalen Reiseführern oder Einkaufsführern) versorgt werden, um die Anwohner zur Änderung ihres Mobilitätsverhaltens anzuregen.

Beispiele dafür sind die Kampagne „Mit dem Rad zur Arbeit“, die breit angelegt in Dänemark, Deutschland und in Österreich durchgeführt wird (Cycling to work campaign): www.eltis.org), sowie das Mobilitätsmanagement-Programm für Neubürger, das in München umgesetzt wird.

Maßnahmen im Bereich Organisation und Koordination

In dieser Kategorie werden verschiedene Arten von MM-Dienstleistungen in einem bestimmten Gebiet angeboten, organisiert und koordiniert, um dort Alternativen zum motorisierten Individualverkehr anzubieten.

- Organisation der Bildung von Fahrgemeinschaften durch regionale oder überregionale Carpooling-Services. Fahrer und potenzielle Mitfahrer mit gemeinsamem Fahrtziel werden zusammengebracht.
- Serviceleistungen im Bereich *Car-Sharing* sowie flexible Radverleih-Systeme. Im Rahmen dieser Dienstleistungen wird eine Alternative zum Besitz eines eigenen Autos (oder Fahrrads) angeboten, indem Autos oder andere Fahrzeuge vor Ort an einem für den Nutzer günstigen Standort gemietet werden können. Durch Voranmeldung und Mitgliedschaft in einer Art Club kann die Reservierung und Anmietung bei dieser Form des „Auto-Teilens“ sehr schnell erfolgen (in der Regel per Internet) und das Fahrzeug per Fernkommunikation zur Verfügung gestellt werden.
- Bedarfsorientierter ÖV, manchmal auch unter der Bezeichnung „Paratransit“ geführt, in Deutschland, Österreich und der Schweiz als Anrufsammeltaxi und in den Niederlanden als Treintaxi (Zubringertaxi, das Bahnhöfe anfährt) bekannt.

Bildungs- und Schulungsmaßnahmen

Diese Kategorie umfasst die Integration des Mobilitätsmanagements in das Bildungssystem sowie die Schulung von Mitarbeitern im Bereich des Mobilitätsmanagements. Beispiele:

- Schulungen für Mitarbeiter von Hotels oder Einkaufszentren, damit sie die Kunden über Mobilitätsmöglichkeiten informieren können,
- Kurse im Bereich Mobilitätsmanagement für Zielgruppen wie z.B. Mobilitätskoordinatoren oder das Personal von Mobilitätszentralen,
- Bildung im Bereich Mobilität – die Mobilität und Mobilitätsmanagement mit dem Ziel der Reduzierung der Autonutzung werden in Lehrprogramme von Schulen und anderen Bildungseinrichtungen aufgenommen.

Standortbezogene Maßnahmen

In vielen Ländern umfasst Mobilitätsmanagement hauptsächlich Maßnahmen, die sich auf konkrete verkehrserzeugende Standorte beziehen – wie beispielsweise Betriebe, Schulen, Krankenhäuser, Austragungsorte von Konzerten, Sportveranstaltungen und Messen, Verwaltungen, Freizeitanlagen etc. In diesem Fall zielt Mobilitätsmanagement darauf ab, das Mobilitätsverhalten der Nutzer dieser Orte zu beeinflussen. Zu dieser Kategorie zählen viele verschiedene Maßnahmen.

- Der schulische Mobilitätsplan ähnelt anderen standortbezogenen MM-Maßnahmen, wobei in der Regel Kinder, Eltern, Arbeitgeber und Arbeitnehmer in einem größerem Maße einbezogen werden, sowohl im Bereich der Planung als auch der Umsetzung.
- Standortbezogene Dienstleistungen und Infrastruktur – abgestimmt auf die Art des jeweiligen Standorts und der Personen, für die es das Fahrtziel ist – wie Fahrradabstellplätze, Einrichtungen für Fußgänger im Gelände, Straßenbahnhaltestellen, Parkplätze, Shuttlebusse, Firmenbusse, erweiterte Bus-Dienste, das *Park & Ride System* (Umsteigen vom Auto in öffentliche Verkehrsmittel) und/oder *Van-Pooling* (Gruppennutzung von

Kleinbussen). Eine ausführlichere Übersicht der Maßnahmen wird im folgenden Abschnitt gegeben.

Telekommunikation und flexibles Zeitmanagement

Organisationen und andere Träger können bestimmte nachfragereduzierende Maßnahmen ergreifen, indem Fahrten z.B. durch Telekommunikation und/oder die Umorganisation von Arbeit ersetzt werden. Beispiele:

- Änderung der Anzahl an Terminen für Patienten eines Krankenhauses, um eine bestimmte Behandlung durchzuführen. Diese Maßnahme wurde z.B. in der Krankenhausanlage Gelre in den Niederlanden getestet.
- Änderung der Zahl der notwendigen Behördengänge, um Verwaltungsprozeduren wie Geburtenanmeldungen oder Einträge ins Grundbuch durchzuführen.
- Einkäufe, Arbeit, soziale Kontakte sowie verschiedene Dienstleistungen können per Telefon oder Internet von zu Hause erledigt werden, ohne dass Fahrten notwendig sind. In Griechenland kann man derzeit beispielsweise eine Geburtsurkunde auf dem Postweg mit telefonischer Voranmeldung bekommen. Dazu waren vor zehn Jahren noch drei Fahrten zu einem zentralen Büro in Athen notwendig.
- Änderung der Öffnungszeiten, um das Verkehrsaufkommen in Spitzenzeiten zu reduzieren, Einführung von Gleitzeit oder Reduzierung der Arbeitstage pro Woche. Im letztgenannten Fall wird die Zahl der Arbeitsstunden pro Tag erhöht, während die Zahl der Arbeitstage pro Woche oder Monat reduziert wird. Dadurch kann die Gesamtfahrzeit reduziert werden.

Unterstützende und integrierende Maßnahmen

Obwohl sich diese Maßnahmen nicht unbedingt zur direkten Steuerung des Mobilitätsverhaltens eignen, (und damit nicht unmittelbar unter MM fallen) können sie einen wesentlichen Einfluss auf die Effektivität von MM-Maßnahmen haben. Sie können die Kosten für die Fahrten mit dem Auto oder mit anderen Verkehrsmitteln beeinflussen und auch bewirken, dass das Umfeld förderlicher für MM-Maßnahmen wird. Obwohl die Auswirkungen dieser Maßnahmen für den Endnutzer nicht unmittelbar spürbar sein müssen, können sie Einfluss auf sein Mobilitätsverhalten haben. Aus diesem Grund werden sie hier als unterstützende und integrierende Maßnahmen bezeichnet.

- Parkraummanagement (Festlegung der Preise, Genehmigungen, Einschränkungen, Ausbezahlung), durchgeführt zur Reduzierung des Angebots an Stellplätzen und/oder zur Steuerung eines eingeschränkten Angebots. Ziel ist es, die Anzahl der Personen, die mit dem Auto zum Standort fahren, zu verringern.
- In den meisten Ländern sind Baugenehmigungen für Bauvorhaben verpflichtend. In einigen Ländern kann die öffentliche Hand im Genehmigungsprozess den Bauherrn zur Implementierung von MM-Maßnahmen anregen oder die Umsetzung dieser Maßnahmen fordern. Anders gesagt können die Genehmigungen im Planungsprozess manchmal (in Abhängigkeit von Rechtssystem und der Praxis im jeweiligen Mitgliedsstaat) an bestimmte Anforderungen gegenüber dem Bauherrn, Eigentümer und/oder Mieter gebunden sein. Diese zielen darauf ab, die Verkehrsauswirkung des neuen Objekts zu minimieren, indem im Rahmen des Projekts eine oder mehrere Maßnahmen der Kategorie „standortbezogene MM-Maßnahmen“ umgesetzt werden.

- Steuerrechtliche Änderungen, um die Arbeitgeberleistungen für Fahrten attraktiver oder weniger attraktiv zu gestalten. Beispielweise bewirkt die einkommensteuerliche Einbeziehung von Stellplätzen, der vom Unternehmen als Sachleistung zur Verfügung gestellt wird, eine Minderung seiner Attraktivität für die Mitarbeiter und kann für sie Negativanreize für Fahrten zur Arbeit mit dem Auto darstellen. Höhere Kostenerstattung für Bahnfahrten als für Autofahrten bewirken, dass die Beförderung mit der Bahn attraktiver wird.
- In einigen Ländern besteht die Tradition der steuerlichen Absetzbarkeit von Fahrtkosten zur Arbeit, wobei verschiedene Lösungen in Betracht kommen; es kann festgelegt werden, dass die Kosten für den nachhaltigen Verkehr in höheren Beträgen absetzungsfähig sind als die Kosten für den nicht nachhaltigen Verkehr, oder es können z.B. die Entfernungsgrenzen geändert werden, nach deren Erreichung die Kosten steuerlich absetzbar sind, etc.
- Hypotheken und Kredite in Abhängigkeit vom Standort – niedrigere Zinsen im Falle eines Hauskaufes an einem Ort, an dem die Abhängigkeit vom Auto geringer ist.
- Staugebühren (Citymaut) (auf Straßen, die vorher gebührenfrei waren).
- Integrierte Tarifsysteme. Beispiele:
 - Integrierte Tarifsysteme für die Nutzung verschiedener öffentlicher Verkehrsmittel in einer Region wie Busse, Straßenbahnen, U-Bahn etc. mit einem Einheits-Fahrschein. (Standard in vielen EU-Ländern, selten oder unbekannt in vielen anderen Regionen).
 - Kombi-Tickets, die gleichzeitig Eintrittskarte für ein Konzert, eine Sportveranstaltung, eine Messe etc. und Fahrschein für ein öffentliches Verkehrsmittel sind (diese Vereinbarungen werden zwischen lokalen Behörden, dem Betreiber des öffentlichen Verkehrs und dem Organisator der Veranstaltung getroffen).
- Kombinationstarife und Kombi-Karten: die Beteiligung am *Carsharing* gestattet einen Preisnachlass bei Fahrten in öffentlichen Verkehrsmitteln und umgekehrt; ähnliche Ansätze gibt es bei Anrufsammeltaxis sowie beim Radverleih (z.B. Fahrräder als öffentliche Verkehrsmittel in den Niederlanden (OV-Fiets)).

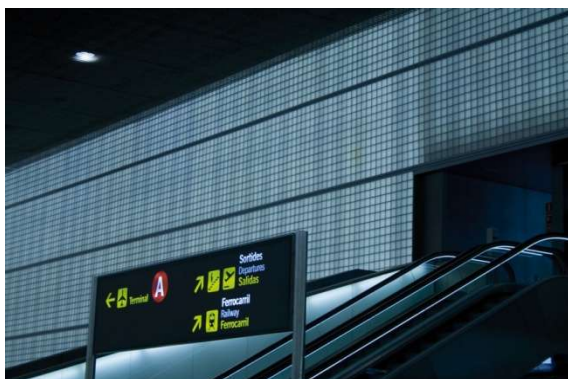
Weitergehende Definition einzelner Maßnahmen

Im vorangegangenen Abschnitt wurde die Kategorisierung der MM-Maßnahmen vorgestellt. In diesem Abschnitt werden – soweit notwendig – die bisherigen Definitionen erweitert.

Informationsmaßnahmen

Eine **Mobilitätszentrale** stellt Informationen und Dienstleistungen im Bereich der Mobilität zur Verfügung, z.B. im Fahrscheinverkauf für verschiedene öffentliche Verkehrsmittel (Busse, U-Bahn, Straßenbahn, Züge), aber auch andere Abstimmungen und Lösungen (Parkplätze, Car-Sharing, Car-Pooling). Die Mobilitätszentrale erarbeitet gelegentlich Mobilitätspläne für Verkehrserzeuger wie Schulen, Betriebe etc. aus. Wenn die Mobilitätszentrale ihren Sitz in einem Großunternehmen hat, wird es auch **Mobilitätsbüro** genannt.

Der **Mobilitätsberater** ist eine Person, die entweder Reisende persönlich individuell berät (oft in einer Mobilitätszentrale) oder Mobilitätspläne ausarbeitet. In letzterem Fall wird sie auch als Mobilitätsmanager oder Mobilitätskoordinator bezeichnet – insbesondere dann, wenn sich die Arbeit auf einen konkreten Standort bezieht.



Werbemaßnahmen

Im Rahmen **der individuellen Mobilitätsberatung** werden Personen gesucht und angesprochen, die an einer Änderung ihres Mobilitätsverhaltens interessiert sind. Dies kann am Arbeitsplatz stattfinden. Am häufigsten wird diese Methode verwendet, um die Haushalte eines gesamten Gebietes zu erreichen (insbesondere in Australien, im Programm TravelSmart). Ein Brief über die Mobilitätskampagne ergeht an alle Haushalte, anschließend erfolgt eine telefonische Kontaktaufnahme. Interessierten Personen wird eine ganze Palette von Angeboten gemacht, unter anderem die individuelle Mobilitätsberatung. Bei dieser führen die Familienmitglieder probeweise ein Tagebuch, in dem sie in der Regel ihre während einer Woche zurückgelegten Wege festhalten. Anschließend diskutieren sie diese mit dem Berater, um Wege zur Änderung ihres Mobilitätsverhaltens zu finden: durch *Carpooling*, zu Fuß gehen, Nutzung des Fahrrads, des ÖVs, durch die Kombination verschiedener Verkehrsmittel oder durch die Nutzung der Möglichkeiten neuer Informationstechnologien.

Maßnahmen im Bereich Organisation und Koordination

Als **Car-Pooling** bezeichnet man die Bildung von Fahrgemeinschaften, bei der ein Fahrer sein Privatfahrzeug einbringt (in Großbritannien wird dieses System *carsharing* genannt).

Als Car-Sharing bezeichnet man die Nutzung von Fahrzeugen gegen eine Stunden-/Tagesgebühr, bei der das Fahrzeug Eigentum eines kommerziellen Unternehmens ist. Dabei befinden sich die Fahrzeuge nicht an einem zentralen Standort, sondern an vielen Standorten innerhalb einer Stadt oder sogar mehrerer Städte. Carsharing kann auch privat mit Hilfe eines formellen Buchungssystems organisiert werden (in Großbritannien werden Carsharing-Unternehmen als Car Clubs bezeichnet; privates Carsharing innerhalb von Organisationen wird als Car-Pooling bezeichnet). Zwischen dem

System *Carsharing* und dem herkömmlichen Fahrzeugverleih (eng. *Car Rental*) bestehen einige wesentliche Unterschiede – beim *Car-Sharing* ist das Anmieten eines Fahrzeugs für eine sehr kurze Zeit möglich, es sind keine Mitarbeiter erforderlich, die das Fahrzeug zur Verfügung stellen und die Fahrzeuge befinden sich dezentral an vielen verschiedenen Standorten.

Van-Pooling liegt vor, wenn eine Gruppe von Mitarbeitern mit einem Kleinbus zur Arbeit fährt, wobei diese Personen die Kosten für das Fahrzeug und deren Nutzung unter sich aufteilen. Manchmal zahlt der Arbeitgeber einen Zuschuss für diese Regelung. Van-Pooling muss nicht unbedingt von den Firmenmitarbeitern organisiert werden, es kann auch durch Dritte erfolgen.



Standortbezogene Maßnahmen

Der **Mobilitätsplan** ist ein standortbezogener Plan mit dem Ziel das Mobilitätsverhalten von Personen, die den Weg zum und vom Standort zurücklegen zu managen und zu verändern (z.B. Mitarbeiter eines Betriebs, Kunden eines Einkaufszentrums, oder Schüler und Lehrer, die zur Schule fahren). Der Mobilitätsplan besteht meist, insbesondere bei sehr großen Standorten, aus einem ganzen Paket an Maßnahmen. Der Mobilitätsplan muss an den Bedarf des jeweiligen Standorts angepasst sein. Er wird deshalb eine Reihe von Maßnahmen aus der nachstehenden (jedoch nicht vollständigen) Liste umfassen:

- Werbung für verschiedene Möglichkeiten den Standort zu erreichen, um den Menschen die Verfügbarkeit dieser Alternativen bewusst zu machen,
- multimodale Informationen über die Erreichbarkeit des Standorts (per Internet, Beschilderung von Fußwegen etc.),
- ein *Car-Pooling*-System zur Bildung von Fahrtgemeinschaften,
- *Car-Sharing* (zur Verwendung von Firmenwagen für Dienstreisen und private Nutzung außerhalb der Dienstzeit),
- Garantie von Heimfahrten für Personen, die Fahrtgemeinschaften nutzen, damit diese bei unvorhergesehenen Fällen, z.B. bei plötzlicher Erkrankung des Kindes, nach Hause fahren können,
- Reduzierung der Anzahl der Arbeitstage pro Woche (Abarbeiten von 10 Arbeitstagen binnen 9 Tagen durch Verlängerung der Tagesarbeitszeit) oder Änderung der Arbeitsanfangszeiten und Besprechungszeiten; so können Fahrten in Spitzenzeiten vermieden, und die Arbeitszeit mit den Abfahrtszeiten des ÖVs koordiniert werden,
- Ermöglichung zeitweiser Arbeit zu Hause aber auch Erleichterungen für „home-shopping“, sodass Fahrten zum Standort überflüssig werden,
- Reorganisation und Rationalisierung von Dienstreisen und/oder Ersatz dieser durch Telekommunikation, um Dienstreisen zu reduzieren,
- Reorganisation und Rationalisierung des Lieferverkehrs, um Transportfahrten zu reduzieren,
- Änderung des Zuschusssystem für die Nutzung des eigenen Fahrzeuges bei Dienstreisen, um

umweltfreundlichere Fahrzeuge und Verkehrsmittel zu fördern (z. B. erfolgt bei längeren Dienstreisen nur die Rückerstattung der Kosten für die Bahnfahrkarte, unabhängig vom genutzten Verkehrsmittel, anstatt einer Kilometerpauschale für die mit dem Auto zurückgelegte Strecke; eine höhere Rückerstattung für einen Fahrradkilometer als für einen Autokilometer etc.) – die Umsetzung dieser Maßnahmen soll zu einer Änderung der Verkehrsmittelnutzung für Dienstreisen führen, aber auch die Anreize für das Auto als Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeit wegen eines „Zusatzverdienstes“ einschränken,

- Duschen, Umkleieräume, Schließfächer, Bügeleisen und Haartrockner für Personen, die zu Fuß zur Arbeit gehen, zur Arbeit joggen, skateboarden, inline-skaten oder Fahrrad fahren,
- sichere Fahrradabstellplätze,
- Bezuschusster oder steuerlich vergünstigter Kauf von Fahrrädern sowie Zubehör,
- Bereitstellung von Firmenrädern,
- Kostenloser Fahrradwartungsservice vor Ort zu Beginn der Fahrradsaison,
- sichere und direkte Rad- und Fußwege, die die Gebäude mit allen Eingängen des Geländes verbinden,
- Bezahlung bzw. Verhandlung mit ÖV-Unternehmen über die Bereitstellung folgender Serviceleistungen:
 - Shuttlebusse, die auf der Strecke zwischen Standort und nächstem ÖV-Knotenpunkt verkehren, oder zu einer *Park & Ride-Anlage* (es kann sich dabei um eine öffentliche Anlage handeln, die von der Stadt betrieben wird, oder um eine Anlage, die nur für die Nutzer der Organisation zugänglich ist),

- Erhöhung der Taktfrequenz bestehender Linien,
- Einrichtung komplett neuer Verbindungen zur Anbindung des Standortes an die Wohnorte der Standortnutzer,
- verbilligte Fahrscheine für Standortnutzer,
- Job-Tickets (verbilligte Zeitkarten) für Mitarbeiter,
- Schnupper-Fahrkarten, damit Personen, die in der Regel nicht mit dem ÖV fahren, diesen für eine Woche oder einen Monat testen können,
- Verkauf von ÖV-Fahrscheinen vor Ort,
- Van-Pooling – eine Gruppe von Mitarbeitern benutzt für den Weg zur Arbeit gemeinsam einem Kleinbus, der von der Firma bezuschusst werden kann,
- Prämien (Tagesprämien) für Mitarbeiter, die alternative Verkehrsmittel für den Arbeitsweg nutzen,
- Beschäftigung eines Mobilitätsberaters und Einrichtung eines Mobilitätsbüros vor Ort,
- Services (z.B. Kantine), die in Pausen das Verlassen des Standorts mit dem Auto überflüssig machen,
- Parkraummanagement am Standort (und manchmal, in Abstimmung mit den lokalen Behörden, auch außerhalb des Geländes). Weitere Details sind im Folgenden angeführt.

Parkraummanagement ist ein wichtiger und starker Hebel zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl der Standortnutzer. Wenn die Zahl der angebotenen Stellplätze niedriger ist als die Nachfrage, kann das Parkraummanagement am Standort nach folgenden Grundsätzen organisiert werden:

- Von allen oder nur von bestimmten Autofahrern können Parkgebühren pro Tag, Woche, Monat oder Jahr eingehoben werden. Die Höhe kann entweder pauschal bestimmt werden, sich nach anderen Faktoren (z.B. nach dem Gehalt des Mitarbeiters) richten oder von der Qualität und dem Standort des Stellplatzes abhängen.
- Das Parken kann rationiert werden, z. B. wenn Mitarbeiter nur an vier von fünf Tagen Anspruch auf einen Stellplatz haben.
- Als Anreiz für Fahrgemeinschaften können die besten Stellplätze für diese reserviert werden.
- Die Stellplätze können nach bestimmten Kriterien vergeben werden, z. B. nach Dienstalder oder nach dem Zeitaufwand für die jeweilige Person im Vergleich zur Anfahrt mit dem ÖV oder in Abhängigkeit von Familienbetreuungsverpflichtungen etc.
- Der Zugang zum Parkplatz kann zeitlich eingeschränkt werden, z. B. kann der Parkplatz im Einkaufszentrum bis 10:00 Uhr geschlossen bleiben, um eine Nutzung durch Pendler zu vermeiden.
- Die Mitarbeiter können eine Ausgleichszahlung für die Nichtnutzung ihrer Stellplätze erhalten (eng. *parking cash-out*).

Wenn der Standort nur über eine beschränkte Zahl von Stellplätzen verfügt und der Stellplatzbedarf deutlich höher ist, kann eine Zusammenarbeit mit den lokalen Behörden zur Organisation eines Parkraummanagements im Umfeld sinnvoll sein, damit unerwünschte Verlagerungseffekte vermieden werden.

Bei **schulischen Mobilitätsplänen** können die Eltern bei der Umsetzung der Maßnahmen helfen, z. B. bei der Organisation von Gehgemeinschaften, so genannten „Walking-Busses“ für Schulwege – die Kinder gehen gemeinsam zu Fuß zur Schule und werden dabei von mehreren Eltern begleitet. Außerdem kann die Ausarbeitung, Realisierung und

Überwachung des Plans in den Lehrplan der Schule integriert werden. Die Schüler und Eltern lernen alternative Verkehrsmittel für den Schulweg kennen, sie erfahren, worauf Mobilität beruht und beteiligen sich an Werbemaßnahmen und bewusstseinsbildenden Aktionen. Diese können Folgendes umfassen:

- Spiele um das Thema Mobilität, die im Zusammenhang mit Umfragen organisiert werden können, z. B. ein Spiel in Form eines Wettbewerbs, welches Kind die beste Idee für eine Umfrage hat,
- Beteiligung der Kinder an der Analyse des Schulumfelds, Identifizierung der Orte, wo sie sich vom Verkehr gefährdet fühlen, und anschließende Unterstützung bei der Ausarbeitung von Maßnahmen zur Begrenzung dieser Probleme,
- Mobilität als Thema für den Schulunterricht (inklusive Exkursionen),
- Radfahrtraining,
- Schülerhaltestellen, an denen Kinder, die mit dem Auto zur Schule gebracht werden, aus den Autos aussteigen dürfen,
- Parkverbot vor der Schule,
- Organisation von Fahr- oder Gehgemeinschaften für den Schulweg.



Abkürzungsverzeichnis

ÖV	Öffentlicher Verkehr, oft auch als Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) bezeichnet
MM	Mobilitätsmanagement

Quellen:

Cycling to work campaign.
http://www.eltis.org/study_sheet.phtml?study_id=1400&lang1=en (Sept 25, 2007)

Meyer, M.D. (1999). "Demand Management as an element of transportation policy: using carrots and sticks to influence travel behaviour." *Transportation Research A*, 33, 575-599.

Victoria Transport Policy Institute (2007). "TDM Encyclopaedia." <http://www.vtpi.org/tdm/index.php> (Aug 14, 2007)

Toolbox for Mobility Management Measures for Companies.
<http://www.mobilitymanagement.be/english/> (Aug 14, 2007)

