

2. Nachfrage beeinflussen durch Wahlmöglichkeiten und Anreize: Kommunales und betriebliches Mobilitätsmanagement

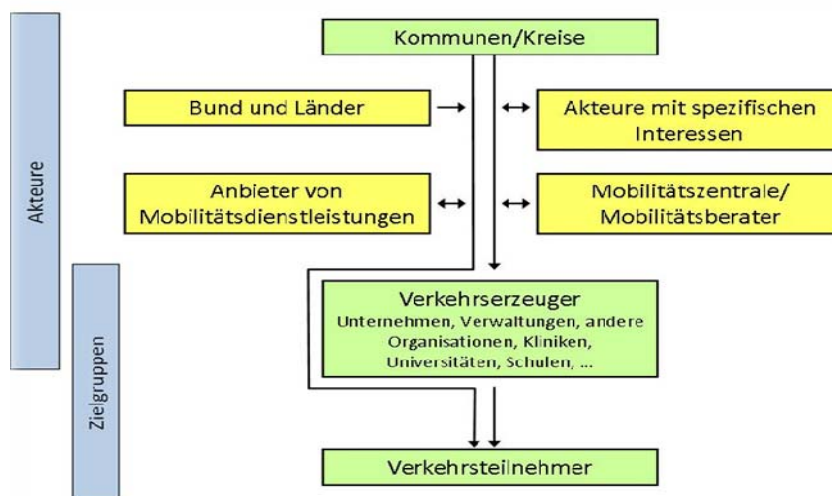
Dr. Herbert Kemming

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung gGmbH

2.1. Definition des Mobilitätsmanagements (MM)

- MM ist ein **Ansatz zur Beeinflussung der Verkehrsnachfrage** durch Information und Beratung, die Organisation verkehrsmittelübergreifender Angebote, durch Anreize und Motivierung.
- MM bietet Verkehrsteilnehmern/innen **Optionen und Wahlmöglichkeiten für (freiwillige) Verhaltensänderungen** im Verkehr.
- Ziel ist eine möglichst effiziente, sichere, sozial- und umweltverträgliche Organisation des Verkehrs.
- MM ermöglicht die Verfolgung einzelwirtschaftlicher und gemeinwirtschaftlicher Interessen: **Win-Win-Situation**.
- MM bedarf der **Eigeninitiative und Kooperation vieler Akteure**: Kommunen, Betriebe, Schulen, Kammern, Verkehrsunternehmen usw.
- Integration **von Maßnahmen** wirksamer als Einzelmaßnahmen.
- MM kann eine **Vielzahl von Zielsetzungen** (Verkehr, Umwelt, Gesundheit etc.) integrieren.

2.2. Akteure und Zielgruppen des Mobilitätsmanagements



Quelle: eigene Darstellung

2.3. Kommunen als zentrale Akteure des Mobilitätsmanagements

- **Kommunen** sind **zentrale Akteure** im MM, da die Belastungen durch den Verkehr für die Lebens- und Standortqualität vor Ort am stärksten fühlbar sind und hier massiver Handlungsdruck besteht.
- Traditionelle Instrumente wie der Bau neuer Infrastruktur stoßen angesichts der Haushaltssituation und aus Platzgründen an ihre Grenzen.
- Kommunen haben ideale Bedingungen, z. B. über ihre Kenntnis der Probleme vor Ort und ihren Zugang zu Akteuren kooperative Lösungen anzustoßen und zu verstetigen.
- Kommunen können MM mit anderen Maßnahmen verknüpfen: Siedlungs- und Verkehrsplanung, Parkraumpolitik, Bildungs- und Gesundheitspolitik etc.
- Fördernder Rahmenbedingungen haben für die weitere Verbreitung des MM große Bedeutung. **Bund und Länder sind hier gefragt.**
- Zielgruppen der Kommunen sind (andere) Verkehrserzeuger und Verkehrsteilnehmer, insbesondere Bürgerinnen und Bürger sowie Beschäftigte.

2.4. Handlungsfelder des Mobilitätsmanagements

2.4.1. Kommunales Mobilitätsmanagement

Ansatzpunkte der Kommunen

- Kommune als Betrieb sowie zentraler Akteur lokaler Politik und Planung
 - An eigenen Standorten: betriebliches MM vor allem mit den Zielgruppen Beschäftigte und Kunden/Bürger
 - Integration des MM in die Planung, vor allem in die Siedlungs- und Verkehrsplanung: MM braucht „Fundament“
 - Angebote für Verkehrsteilnehmer bzw. Bürgerinnen und Bürger
- Kommune als Berater, Motivator und Unterstützer von Verkehrserzeugern bei der Entwicklung und Umsetzung von MM
 - Betriebe
 - Schulen
 - ...

Beispiel: Mobilitätsmanagement München

2.4.2. Regionales Mobilitätsmanagement

Verkehr findet angesichts der Regionalisierung der Lebens- und Handlungsräume regional statt. Isolierte Maßnahmen für Standorte oder auch von Kommunen haben daher nur eine begrenzte Reichweite. Dringend erforderliche Systemeffekte verlangen nach räumlicher Bündelung von MM-Maßnahmen.

Beispiel: Mobilitätsmanagement in RheinMain

2.4.3. Integration des Mobilitätsmanagements in die Planung

Ansatzpunkte

- Strategische Ebene der gesamtstädtischen Planung (z. B. Verkehrsentwicklungsplanung; Masterplan)
 - MM kein Belang der Bauleitplanung.
 - Aber gemeindliche Konzepte können Verkehrsbelang (z. B. Reduzierung des Verkehrs) und Umweltbelange (z. B. Klimaschutz) unterstützen, wozu MM beitragen kann.
- Ebene der konkreten Flächenentwicklung (Bauleitplanung, Baugenehmigung)
 - Festsetzung von MM im B-Plan nicht möglich.
 - aber: „Verkehrsflächen mit besonderer Zweckbestimmung“ wie z. B. Radabstellanlagen oder (zukünftig) Car-Sharing Stellplätze im öffentlichen Straßenraum.
 - Städtebaulicher Vertrag: MM könnte öffentliches Interesse darstellen, um die in §1 BauGB genannten Belange zu beachten und um Ziele im Zusammenhang sonstiger städtebaulicher Planungen zu fördern und zu sichern.
 - Bauordnung: Stellplatzfrage
 - Ablösebeträge und ihre Verwendung
- Kriterienkataloge vieler Landesbauordnungen lassen MM-Maßnahmen zur Stellplatzreduzierung zu (ÖV-Bonus, „besondere Maßnahmen“, Jobticket, Pkw-, Fahrradpool, Car-Sharing-Stellplatz).
- Unbestimmte Begriffe eröffnen Möglichkeiten.
- Praxisbeispiele fehlen noch.
- Ausdrückliche Erwähnung von MM in den Regelungen wäre hilfreich.
- Umweltplanung
 - Luftreinhalteplanung: MM als langfristige Handlungsmöglichkeit, z. B. Aachen, Köln, München, Ruhrgebiet.
 - Lärminderungsplanung: langfristiges Handlungsfeld ist Vermeidung und Verlagerung von Verkehr, z. B. Lärminderungsplan Norderstedt.

2.4.4. Betriebliches Mobilitätsmanagement

Ansatzpunkte

- Neuansiedlung, Umstrukturierung, Betriebserweiterung
- Parkdruck mindern, Erreichbarkeit verbessern
- Gesundheit, Fitness, Zufriedenheit der Mitarbeiter
- Umweltaspekte/ Zertifizierung (z. B. Öko-Audit, ÖKOPROFIT)

Nutzen für den Betrieb

- Kostenersparnisse: weniger Parkraum, höhere Produktivität
- Bessere Erreichbarkeit: weniger Verspätungen durch Staus, Zeitgewinne, leichtere Mitarbeiterrekrutierung
- Höhere Mitarbeitermotivation: Service, Gesundheit, Umwelt
- Umweltvorteile und Imagegewinn

Maßnahmenfelder

- Pkw-Verkehr
 - Stellplatzmanagement
 - Fahrgemeinschaften
 - Car-Sharing
- Alternativen zum Pkw
 - Öffentlicher Verkehr
 - Fahrrad
 - Zu Fuß
- Information
 - Mobilitätsberatung
 - Fahrplan-/Verbindungsinformationen
- Indirekte Maßnahmen
 - Flexible Arbeitszeiten
 - Telearbeit
 - Umzugsberatung

Beispiel: Infineon Technologies Dresden

2.5. Mobilitätsmanagement im europäischen Vergleich

- **Entwickeltes MM:** Niederlande, Großbritannien, Schweden, Schweiz
- **Dynamik im MM** bzw. einzelne entwickelte Handlungsfelder: Belgien (insbes. Flandern), Österreich, Italien, Frankreich
- Wo steht **Deutschland**?
 - vielfältige, ausbaufähige Initiativen insbes. auf lokaler Ebene von Kommunen, Betrieben, Schulen, Verkehrsunternehmen etc.
 - „vorzeigbarer“ Stand bei nachhaltiger Verkehrspolitik, z. B. beim Öffentlichen Verkehr, Radverkehr oder beim Car-Sharing

2.5.1. Europäisches Ausland: Beispiel Niederlande

- Vorreiter in Europa; seit 1990 aktiv. Schwerpunkt zunächst bei betrieblicher Mobilitätsplanung.
- MM ist integraler Bestandteil der regionalen Netzplanung (Verkehrswegeplanung). Zur Sicherstellung von Kosteneffizienz und zur **Vermeidung einer Priorität für den Infrastrukturausbau** werden 6 Stufen durchlaufen:
 - räumliche Planung
 - Preise für Mobilität
 - Mobilitätsmanagement
 - Optimierung des Öffentlichen Verkehrs
 - Verkehrsmanagement
 - neue Infrastruktur
- Public-Private-Partnership-Ansatz: gemeinsame Verantwortung
 - Der Staat erwartet von Betrieben, dass sie Verantwortung für ihre Erreichbarkeit übernehmen.
 - Er erwartet von Kommunen, dass sie alle Instrumente (z. B. Baugenehmigungen) nutzen, um Vereinbarungen mit Betrieben zur Umsetzung des MM zu schließen.
 - Die Hauptzuständigkeit liegt angesichts der Dezentralisierungspolitik auf regionaler und lokaler Ebene.
- Vielzahl von Informationsplattformen und Unterstützungsorganisationen, Beteiligung an internationalen Projekten; EPOMM – European Platform on Mobility Management als Entwicklungs- und Informationsinstrument.
- Hohes Nutzen-Kosten-Verhältnis des MM in den NL nachgewiesen.

Gute Beispiele und Aktivitäten im MM

- **Betriebe:** professionelle Unterstützung bei der Umsetzung von MM für Betriebe mit Mobilitätsproblemen.
- **Krankenhäuser:** Mobilitätsprobleme sind hier die Regel.
Bronovo-Krankenhaus (The Hague): Autopendler zahlen Parkgebühren, Weitergabe an Bus- und Fahrradnutzer
- **Autobahninstandhaltung** und MM
Autobahnring Amsterdam im Sommer 2006: Teilschließung der Autobahn. Flankierende Maßnahmen: kostenloses Jobticket für 30.000 Beschäftigte der beteiligten Unternehmen, Kampagne, persönliche Beratung, Shuttle-Busse, kostenlose ÖV-Räder etc. Dauerhafte Erhöhung des ÖV-Modal-Split.

2.5.2. Europäisches Ausland: Beispiel Großbritannien

- Großbritannien bzw. England kann im Mobilitätsmanagement momentan in Europa als führend angesehen werden.
- Schwerpunkte sind Mobilitätspläne für Schulen und Betriebe; Schulen werden jeweils mit bis zu 15.000 Euro gefördert. Im Jahr 2010 soll für jede Schule ein Mobilitätsplan vorliegen.
- An Bedeutung gewinnen
 - persönliche Mobilitätsberatung, Kampagnen, ÖV-Informationen
 - Telearbeit, Telekonferenzen und Homeshopping
 - Fahrgemeinschaften und Car-Sharing
- Pilotvorhaben dreier Städte in England, die breit angelegte MM-Maßnahmen umsetzen (Extra-Finanzierung je ca. 1 Mio. Euro pro Jahr in einem Zeitraum von sieben Jahren). Weitere Demonstrationsvorhaben in Schottland und London geplant.
- Integration des MM in die Planung (Richtlinie PPG 13)
 - Integration von Siedlungs- und Verkehrsplanung, u. a. die Ansiedlung großer Verkehrserzeuger am ÖPNV
 - Einbeziehung von Mobilitätsplänen in den Prozess der Baugenehmigung, insbes. beim Handel, Wohnen und bei Betrieben
 - Entscheidende Bedeutung haben Maximum-Parking-Standards für bestimmte Nutzungen
- Eine zunehmende Rolle spielen die nationalen Straßenbehörden, die Mobilitätspläne für neue Siedlungsgebiete zur Minimierung zusätzlichen Verkehrs (und zusätzlicher Infrastruktur) fordern.
- Nationale Gesundheitsbehörde hat Empfehlungen für die Mobilität an Krankenhäusern herausgegeben.
- Methodisch „saubere“ Evaluation spielt große Rolle. Effekte des MM teilweise beachtlich.

2.5.3. Deutschland

- Verglichen mit den Vorreiterländern in Europa bleibt eine Bewertung des Entwicklungsstandes des MM ambivalent.
- Vielfältige Aktivitäten insbes. auf lokaler Ebene zeigen einen fortgeschrittenen Entwicklungsstand. Wichtig waren hierfür staatliche F&E-Förderung und die Initiative innovativer Akteure wie Unternehmen, Verwaltungen, Schulen etc.
- Bei F&E haben insbesondere das Programm Mobilität in Ballungsräumen des BMBF und Projekte aus dem FoPS-Programm des BMVBS die Wissensbasis für den Einsatz von MM verbessert.
- Die bisher weitgehende Abstinenz von Bund und Ländern bei der Schaffung günstiger Rahmenbedingungen lässt vermutlich erhebliche Wirkungspotentiale noch ungenutzt.
- Wichtigste und aussichtsreiche Neuerung: **Aktionsprogramm Mobilitätsmanagement**, das im Rahmen des Klimaschutzprogramms der Bundesregierung von der Deutschen Energie-Agentur dena durchgeführt wird und mit einem zu entwickelnden Masterplan Mobilitätsmanagement in eine langfristige Strategie münden soll.

2.5.4. Weiterentwicklung des Mobilitätsmanagements auf europäischer Ebene

Die europäische Forschung, insbesondere finanziert aus den Forschungsrahmenplänen, hat den zentralen Beitrag zur Entwicklung und Verbreitung des Mobilitätsmanagements in Europa geleistet. Das aktuelle Projekt **MAX – Successful Travel Awareness Campaigns and Mobility Management Strategies** wird die Grundlage für eine weitere Verbreitung des MM legen, u. a. durch

- Empfehlungen für die erfolgreiche Durchführung von **Kampagnen**.
- Die Entwicklung und den erfolgreichen Test eines **neuen psychologischen Verhaltensmodells**, das Verhaltensänderungen aufgrund „weicher“ Maßnahmen erklärt und unterschiedliche Handlungsstrategien empirisch testet.
- Die Entwicklung eines standardisierten Evaluationsverfahrens, das Prozesse und Wirkungen einbezieht und **das Standardmodell in Europa für die Evaluation von MM-Maßnahmen** werden soll. Damit evaluierte Maßnahmen bilden den empirischen Grundstock einer Datenbank, die ex-ante-Abschätzung der Wirkungen von MM-Maßnahmen in Europa ermöglichen soll.
- Die Entwicklung eines **Qualitätsmanagementansatzes für das Mobilitätsmanagement**.

Informationen:

- <http://www.max-success.eu/index.phtml>
- Nach Projektabschluss in 09/2009 zeitnahe Veröffentlichung der Ergebnisse. Transfer der Ergebnisse in Deutschland im Rahmen des Projektes EPOMM PLUS durch das ILS

Zunehmende Bedeutung für die Weiterentwicklung und Verbreitung des MM in Europa gewinnt die **EPOMM – European Platform on Mobility Management**. Die EPOMM entwickelt sich zunehmend zur Wissensbasis und zum Initiator europaweiter Initiativen zum Mobilitätsmanagement in Europa. Wer die europäische Entwicklung in diesem Bereich mit beeinflussen will, kommt an der EPOMM nicht vorbei.

2.6. Ausblick

Mit dem Aktionsprogramm als Impulsgeber bestehen gute Chancen, das Mobilitätsmanagement in Deutschland zu einem „normalen“ Instrument der Verkehrspolitik zu entwickeln. Es kommt ganz entscheidend darauf an, was öffentliche und private Akteure daraus machen.

Handlungsbedarf besteht zum einem hinsichtlich der Gewinnung weiterer Erfahrungen mit dem MM (Evaluation!), der Entwicklung fördernder Rahmenbedingungen und der Überzeugungsarbeit gegenüber den Akteuren. Zum anderen ist auch Forschungsbedarf zu konstatieren, etwa

- Zum besseren Verständnis der Zurückhaltung wichtiger öffentlicher wie privater Akteure gegenüber dem MM
- Der Wirkungen spezifischer Maßnahmenbündel (insbesondere aus „weichen“ und „harten“ Maßnahmen unter bestimmten Rahmenbedingungen
- Der Identifizierung neuer Zielgruppen.

2.7. Basisinformationen zum Themenkomplex Mobilitätsmanagement

<http://www.mobilitaetsmanagement.nrw.de/>