

Grant Agreement number: 265392

Project Acronym: USEmobility

Project title: Understanding Social behaviour for Eco-friendly multimodal mobility

Funding Scheme: Coordination and Support Action (Supporting)

Project starting date: 01.01.2011

Project duration: 26 months

Deliverable D5.1

Strategische Empfehlungen an die Politik

Due date of deliverable: 15.03.2013

Completion date of deliverable: 15.03.2013

Lead partner for deliverable: APS

Dissemination level: Public

Name of the document: <<USEmobility_WP5_D5_1_DE_vfinal>>

Informationen zum Dokument

Datum	Version	Änderungen
06.07.2012	v00	Englischsprachige Version
22.08.2012	v01a	Erster Input der Projektpartner integriert
02.10.2012	v01b	Ergebnisse der Konsortium-Sitzung in Zagreb integriert; Struktur akzeptiert
31.10.2012	v02	Weiterer Input der Projektpartner integriert; Themenauswahl akzeptiert
30.11.2012	v03	Version für die Review
31.12.2012	vfinal	Finale englischsprachige Version
15.03.2013	vfinal	Deutschsprachige Version

Hauptautor: Andreas Geißler (APS)

Reviewer: Borna Abramović (SZZ)

Das USEmobility-Projektkonsortium dankt allen an Sitzungen und Diskussionen beteiligten Akteuren für ihr Engagement und ihre wertvollen Beiträge. Wir möchten an dieser Stelle ebenfalls der Europäischen Kommission und dem Siebten Rahmenprogramm (FP7) für ihre Unterstützung danken, die ein ermutigendes Signal für die Wichtigkeit einer umweltfreundlichen multimodalen Mobilität ist.

Haftungsausschluss

Die Inhalte dieser Publikation wurden vom USEmobility-Projektkonsortium erarbeitet und geben nicht notwendigerweise die Meinung der Europäischen Kommission wieder.

Weder das USEmobility-Projektkonsortium noch die Europäische Kommission sind für die Verwendung von Informationen verantwortlich, die in dieser Publikation enthalten sind.

Inhaltsverzeichnis

0. Summary: Strategische Empfehlungen an die Politik kurz zusammengefasst	5
1. Einführung	14
1.1 Ansatz der strategischen Empfehlungen von USEmobility.....	14
1.2 Struktur und Ziele der strategischen Empfehlungen.....	15
2. Herausforderungen und Chancen	16
2.1 Herausforderungen.....	16
2.2 USEmobility Ergebnisse – Chancen für den Wandel	17
2.2.1 Dynamische Verkehrsmittelwahl – viele „Wechselnutzer“	17
2.2.2 Offenheit für Multimodalität.....	17
2.2.3 Änderungen in der persönlichen Lebenssituation sind wichtiger Auslöser für Veränderungen im Mobilitätsmix.....	17
2.2.4 Interessante Nutzersegmente.....	18
3. Strategische Empfehlungen an die Politik	18
3.1 Handlungsfelder und Relevanz für die Akteure	18
3.2 Politik muss gestalten – die Rolle der Verkehrspolitik	20
3.3 Empfehlungen und Praxisbeispiele im Detail mit mittelfristiger Perspektive (bis 2020)	22
3.3.1 Grundsätzliche strategische Empfehlungen	22
3.3.1.1 Zusammenarbeit aller Akteure intensivieren	22
3.3.2 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“	25
3.3.2.1 Ziele setzen und kohärente Rahmenbedingungen schaffen	25
3.3.2.2 Verkehrspolitik besser mit anderen Politikfeldern verzahnen	29
3.3.2.3 Finanzierung sichern	32
3.3.3 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“	34
3.3.3.1 Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr verbessern	36
3.3.3.2 Verkehrsangebote optimieren.....	39
3.3.3.3 Einfaches und nutzfrendliches Preissystem anbieten	43
3.3.3.4 Öffentlichen Verkehr für unterschiedliche Reisezwecke und Kundengruppen attraktiv machen	46
3.3.3.5 Weiche Faktoren ernstnehmen.....	48
3.3.4 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“	51
3.3.4.1 Proaktive Ansprache von Menschen in Umbruchsituationen.....	51
3.3.4.2 Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln	53
3.4 Empfehlungen und Praxisbeispiele im Detail mit langfristiger Perspektive (bis 2050)	58
3.4.1 Strategische Empfehlungen mit langfristiger Perspektive im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“	59
3.4.1.1 Mobilität sichern bei weniger Verkehr	59
4. Fazit	62
5. Quellen und Literatur	64
Anhang 1: Zusammenfassung: Die USEmobility Befragung von Wechselnutzern	1

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 – Strukturierung der Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl in Hauptcluster	19
Abbildung 2 – Handlungsfelder	20
Abbildung 3 – Strategische Empfehlung: Zusammenarbeit aller Akteure intensivieren	23
Abbildung 4 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“	25
Abbildung 5 – Strategische Empfehlung: Ziele definieren und kohärente politische Rahmenbedingungen schaffen	26
Abbildung 6 – Strategische Empfehlung: Verkehrspolitik besser mit anderen Politikfeldern verzahnen.....	29
Abbildung 7 – Strategische Empfehlung: Finanzierung sichern	32
Abbildung 8 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“ ...	36
Abbildung 9 – Strategische Empfehlung: Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr verbessern.....	37
Abbildung 10 – Strategische Empfehlung: Verkehrsangebote optimieren.....	40
Abbildung 11 – Strategische Empfehlung: Einfaches und nutzfrendliches Preissystem anbieten.....	44
Abbildung 12 – Strategische Empfehlung: Öffentlichen Verkehr für unterschiedliche Reisezwecke und Kundengruppen attraktiv machen.....	47
Abbildung 13 – Strategische Empfehlung: Weiche Faktoren ernstnehmen.....	49
Abbildung 14 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“.....	51
Abbildung 15 – Strategische Empfehlung: Proaktive Ansprache von Menschen in Umbruchsituationen	52
Abbildung 16 – Strategische Empfehlung: Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln	54
Abbildung 17 – Strategische Empfehlung: Mobilität sichern bei weniger Verkehr	59
Abbildung 18 – Aufwärtsspirale für mehr umweltschonende multimodale Mobilität.....	63

Tabellenverzeichnis

Überblick: USEmobility-Empfehlungen an die Politik.....	11
---	----

0. Summary: Strategische Empfehlungen an die Politik kurz zusammengefasst

Hauptergebnisse:

Mobilität beginnt im Kopf – und da ist viel in Bewegung. Die USEmobility Befragung hat deutlich gemacht, dass sich die Nutzer bei der Wahl des Verkehrsmittels weit dynamischer verhalten als die eher statisch anmutende Entwicklung des Modal Split vermuten lässt. Fast die Hälfte der Befragten gab an, in den letzten fünf Jahren ihr Mobilitäts-Verhalten geändert zu haben. Dies bedeutet, dass bereits heute die Hälfte aller Menschen zur Gruppe der so genannten „*Wechselnutzer*“ (engl. „swing user“) gehören, die vom Auto zum öffentlichen Verkehr oder umgekehrt wechseln. Diese Dynamik bietet vielfältige Chancen, Menschen zu einer stärkeren Nutzung des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Kombinationen zu bewegen. Allerdings halten sich bislang die Wechsel-Bewegungen hin zu öffentlichen Verkehrsmitteln und weg von öffentlichen Verkehrsmitteln annähernd die Waage. Das bedeutet: Es gibt keinen Automatismus, der zu einem höheren Anteil von umweltfreundlicher multimodaler Mobilität führt.

Das Verhalten der Wechselnutzer ist nicht nur deutlich dynamischer als erwartet, sondern auch deutlich multimodaler und deutlich pragmatischer. Bei der Verkehrsmittelwahl geht es zunehmend weniger um ein klassisches Entweder-Oder, als vielmehr um ein dynamisches Sowohl-Als-Auch. Grundsätzlich gilt: Eine fehlende Pkw-Verfügbarkeit ist keineswegs der häufigste Auslöser für einen Wechsel zum öffentlichen Verkehr. Siebzig Prozent der Wechselnutzer nutzen bereits multimodale Kombinationen, entscheiden flexibel, für welchen Anlass sie welches Verkehrsmittel nutzen. Betrachtet man die persönlichen Überzeugungen und Einstellungen der Wechselnutzer zur Mobilität, fällt auf, dass in allen USEmobility Ländern die Mobilitätspragmatiker das bedeutendste Wechsler-Segment stellen. Im Durchschnitt ist mehr als ein Viertel der Wechselnutzer den Pragmatikern zuzuordnen.

Diese Ergebnisse stützen die These, dass sich im

Erhebliche Dynamik bei der Verkehrsmittelwahl. Aufgeschlossenheit gegenüber Mobilitätsalternativen bietet Chancen, ist aber kein Automatismus.

Mehr Vertrautheit mit Multimodalität und mehr Pragmatismus bei der Verkehrsmittelwahl als erwartet.

Mobilitätsbereich Einstellungen und Werte deutlich wandeln. Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass mit „Mobilität“ nicht mehr automatisch das Auto assoziiert wird, sondern ein breiteres Spektrum von Mobilitätsformen, wobei der Mobilitätsbegriff inzwischen auch Mobil-Telefonie und Internet einschließt.

Eine weitere neue und überraschende Erkenntnis des USEmobility Projekts ist, wie stark der Einfluss von *Veränderungen in der persönlichen Lebenssituation* auf die Wahl des Verkehrsmittels ist. Mehr als die Hälfte der Befragten erklärte, dass Veränderungen in der persönlichen Situation (Umzug, ein neuer Job, Geburt von Kindern usw.) ein zentrales Motiv für die Neuorientierung war.

Die Dynamik bei der Verkehrsmittelwahl, der Wandel der Nutzer-Einstellung zur Mobilität sowie der Einfluss von Veränderungen in der persönlichen Lebenssituation auf die Verkehrsmittelwahl wurden bislang unterschätzt. Das USEmobility-Projekt möchte dazu beitragen, dass in der Debatte um die Mobilität von morgen ein größeres Augenmerk auf diese Aspekte gelegt wird.

Es liegt auf der Hand, dass neben den Einstellungen und Überzeugungen der Nutzer, der Lebenssituation und dem sozioökonomischen Hintergrund weitere Aspekte für Verkehrsmittelwahl bestimmend sind. Tatsächlich ist die Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Verkehrsmittel äußerst komplex. In der Regel führen Wechselnutzer eine Mischung aus verschiedenen Faktoren als ausschlaggebend für ihre Wechselentscheidung an.

Das USEmobility-Projekt hat die relevanten Einflussfaktoren umfassend untersucht. Um die Orientierung für die Akteure zu erleichtern, hat USEmobility diese Einflussfaktoren in drei Hauptcluster strukturiert:

- 1) Nutzerbezogene Einflussfaktoren.
Nutzerbezogene Einflussfaktoren resultieren aus den persönlichen Lebensumständen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden, wie z.B. biografische Umbrüche oder persönliche Überzeugungen (für einen Überblick siehe Anhang 1).
- 2) Angebotsbezogene Einflussfaktoren.
Angebotsbezogene Einflussfaktoren beziehen sich auf die Angebotsmerkmale der verfügbaren

Änderungen der persönlichen Lebenssituation sind wichtiger Auslöser für Veränderungen im Mobilitätsmix.

Strukturierung der für die Wechselentscheidung relevanten Einflussfaktoren bietet Akteuren Orientierung.

Mobilitätsalternativen (harte/weiche Faktoren, Pull-in Faktoren/Push-out Faktoren). Angebotsmerkmale mit zentraler Bedeutung für die Wechselentscheidung sind u.a. Erreichbarkeit, Kosten, Reisezeit, Angebotsdichte (Frequenz), Flexibilität, aber auch Umweltfreundlichkeit. (für einen Überblick siehe Anhang 1).

3) Verkehrspolitische Einflussfaktoren (Rahmenbedingungen).

Dieses Cluster hebt auf den Einfluss politischer Weichenstellungen auf die Verkehrsmittelwahl durch die Nutzer ab.

Die im Rahmen des USEmobility-Projekts gewonnenen Erkenntnisse tragen zu einem vertieften Verständnis der Nutzerentscheidungen bei der Verkehrsmittelwahl bei, und geben allen beteiligten Akteuren eine Orientierungshilfe für ihr weiteres Handeln. Für die Verantwortlichen in den unterschiedlichen Politikebenen (von der nationalen Ebene bis hin zur regionalen und Aufgabenträgerebene), lassen sich in allen Handlungsfeldern Handlungsansätze identifizieren, wobei USEmobility die Handlungsfelder aus den untersuchten Einflussfaktoren abgeleitet hat. Dabei ist es notwendig, dass die politischen Entscheidungsträger die relevanten Einflussfaktoren systematisch in den Blick nehmen und bearbeiten. Klare politische Entscheidungen werden sich positiv auf die Veränderungsbereitschaft der Menschen bei der Verkehrsmittelwahl auswirken.

Besseres Verständnis der Nutzerentscheidungen bei der Verkehrsmittelwahl zeigt allen Akteuren Handlungsmöglichkeiten auf.

Handlungsbedarf:

Da im öffentlichen Verkehr verschiedene politische Ebenen und Verkehrsunternehmen an der Entscheidungsfindung beteiligt sind, ist Kooperation und Koordination aller beteiligten Akteure eine Grundnotwendigkeit. Hierzu sollte die Kooperation institutionalisiert und verstetigt werden. Stärker als bisher sollte dabei die Nutzerperspektive integriert werden.

Enge Kooperation aller Akteure zentral; Nutzerperspektive sollte stärker integriert werden.

Wenn Bürger ihr Mobilitätsverhalten überdenken, brauchen sie klare Orientierung und stabile Rahmenbedingungen. Tatsächlich

Klare politische Entscheidungen

erhalten die Menschen aber vielfach widersprüchliche Signale. Obwohl ein höherer Marktanteil des öffentlichen Verkehrs in vielen Ländern bereits ein Politikziel ist, gibt es gleichzeitig nach wie vor viele Maßnahmen, die die Nutzung des motorisierten Individualverkehrs fördern. Dieser Zustand führt nicht nur bei den Nutzern zu erheblicher Verunsicherung, sondern ebenso bei den Anbietern des öffentlichen Verkehrs.

zugunsten umwelt-schonender multimodaler Mobilität sind notwendige Basis für verändertes Nutzerverhalten.

Die Verkehrspolitik sollte klare Prioritäten zugunsten von öffentlichem Verkehr und Multimodalität setzen, anstatt weiter widersprüchliche Signale zu senden. Kohärente politische Rahmenbedingungen sind die notwendige Basis für ein verändertes Nutzerverhalten. Dabei müssen die unterschiedlichen Potenziale in städtischen und ländlichen Räumen berücksichtigt werden. Der Multimodalität kommt hier eine Schlüsselrolle zu. Zu den Kernelementen im Hinblick auf kohärente und unterstützende politische Rahmenbedingungen zählen:

- Klare Ziele für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs;
- Dualer Ansatz: Einerseits mehr und attraktivere Angebote des öffentlichen Verkehrs schaffen und andererseits bestehende Fehlanreize für die monomodale Pkw-Nutzung abbauen;
- Bessere Verknüpfung der Verkehrspolitik mit der Stadt- und Raumplanung;
- Verlässliche und ausreichende Finanzierung für Betriebsleistungen und Infrastrukturinvestitionen im öffentlichen Verkehr.

Wenn es darum geht, einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Kombinationen zu erreichen, sind zwei Aspekte zentral: Die Gewinnung neuer Nutzer und ebenso die Bindung von Nutzern, um Wechselentscheidungen zuungunsten des öffentlichen Verkehrs zu vermeiden.

Politik sollte attraktives ÖV-Angebot und den Ausbau multimodaler Schnittstellen unterstützen.

Bürger, die eine regelmäßige Nutzung des öffentlichen Verkehrs oder multimodaler Kombinationen in Erwägung ziehen, erwarten Angebote, die eine echte Alternative zur privaten Pkw-Nutzung sind. Wesentliche Charakteristika und die Qualität der Verkehrsangebote werden zwar von den Verkehrsunternehmen bestimmt. Zugleich nimmt aber auch die Verkehrspolitik starken Einfluss auf die Angebotsgestaltung, da Aufgabenträger Umfang und Standards des Verkehrsangebotes definieren und über den zur Verfügung stehenden Finanzrahmen entscheiden. Die Politik

sollte diesen Einfluss nutzen, ein attraktives ÖV-Angebot und den Ausbau multimodaler Schnittstellen. Zu den Kernelementen eines attraktiven ÖV-Angebotes mit einer guten multimodalen Verknüpfung zählen:

- Zufriedenstellende “harte Faktoren”:
 - Die Verkehrspolitik sollte die Erreichbarkeiten mit öffentlichen Verkehr verbessern (Investitionen in die ÖV-Infrastruktur und bessere multimodale Verknüpfungen (Bahnhöfe / Haltestellen, Bike & Ride, Park & Ride, etc.));
 - Die Verkehrspolitik sollte den Kapazitätsausbau im öffentlichen Verkehr vorantreiben (Vorbereitung auf weitere Nachfragesteigerungen);
 - Aufgabenträger sollten verlängerte Betriebszeiten und die Einführung von Takt-Fahrplänen unterstützen und (mit-) finanzieren;
 - Aufgabenträger sollten durchgehende Tickets für alle ÖV-Angebote unterstützen und ein wettbewerbsfähiges Preisniveau.

- Zufriedenstellende „weiche Faktoren“:
 - Aufgabenträger sollten Mindestanforderungen für zufriedenstellende “weiche Faktoren” (Reisekomfort, Sauberkeit, Personal etc.) in die Verkehrsverträge integrieren und die entsprechenden Kriterien während der Vertragslaufzeit monitorieren.

Gewohnheiten und Routinen spielen im Alltag für das Mobilitätsverhalten eine große Rolle. In der Regel überdenken Menschen ihre Mobilitätsroutinen erst dann, wenn eine tiefgreifende Veränderung ihrer Lebenssituation den Anstoß dazu gibt (Umzug, ein neuer Job, Geburt von Kindern usw.). In allen USEmobility Ländern gab mehr als die Hälfte der Befragten an, dass Veränderungen der persönlichen Situation ein zentrales Motiv für die Neuorientierung waren. Gleichzeitig ist der Mangel an eigener Erfahrung mit dem öffentlichen Verkehr oft ein Hindernis für eine tatsächliche Änderung des Mobilitätsmixes. Diesem Sachverhalt zum Trotz fehlen in der Regel systematische Unterstützungsangebote für Menschen, deren persönliche Lebenssituation sich geändert hat, und auch generelle Informationsangebote für bisherige Nicht-Nutzer des öffentlichen Verkehrs sind oft nur schwach entwickelt.

Hier sollte die Verkehrspolitik ansetzen und den Bürgern

Die Verkehrspolitik muss Lebensumstände und Mobilitätserfahrungen der Nutzer stärker berücksichtigen.

relevante Informationen proaktiv anbieten. Wichtig ist dabei die Berücksichtigung unterschiedlicher Informationsbedürfnisse bei unterschiedlichen Zielgruppen (z.B. jüngere / ältere Menschen vor dem Hintergrund des demografischen Wandels, mobilitätseingeschränkte Reisende, unterschiedliche Reiseanlässe). Wichtige Maßnahmen sind:

- Direkte und proaktive Ansprache von Menschen in biografischen Umbruchsituationen (Willkommenspakete, Infopakete);
- Bessere Informationen über Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Kombinationen (Integration entsprechender Wissensvermittlung bereits in den Schulunterricht, Durchführung von Bewusstseins- und Sensibilisierungskampagnen, Mobilitätstrainings und Mobilitätsmanagement etc.).

Überblick: USEmobility-Empfehlungen an die Politik

Handlungsfeld	Generelle Empfehlungen
Empfehlungen	<p>Zusammenarbeit aller Akteure intensivieren (→Seite 22)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Austausch und Kooperation vereinfachen (→Seite 23) • Nutzerperspektive einbeziehen (→Seite 23) • Gemeinsames Leitbild für die zukünftige Mobilität auf nationaler Ebene entwickeln (→Seite 24)

Handlungsfeld	Handlungsfeld „Politische Rahmenbedingungen“
Empfehlungen (bis 2020)	<p>Ziele setzen und kohärente Rahmenbedingungen schaffen (→Seite 25)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele setzen für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs (→Seite 26) • Priorität für öffentlichen Verkehr und Multimodalität – Dualer Ansatz (→Seite 27) • Klare Aufgabenverteilung (→Seite 27) • Innovation (→Seite 27) <p>Verkehrspolitik besser mit anderen Politikfeldern verzahnen (→Seite 29)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestehende Politikziele für den Verkehrsbereich konkretisieren (→Seite 29) • Integrierte Verkehrspolitik (→Seite 30) • Stadt- und Raumplanung mit der Verkehrspolitik verknüpfen (→Seite 30) <p>Finanzierung sichern (→Seite 32)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausreichende Finanzierung (Infrastruktur und Verkehrsangebot) (→Seite 32) • Finanzierung langfristig sichern (→Seite 33)

<p>Empfehlungen (bis 2050)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Effizienz und Anreize, um mehr Fahrgäste zu gewinnen (→Seite 33) <p>Mobilität sichern bei weniger Verkehr (→Seite 59)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paradigmenwechsel: Mehr Lebensqualität statt mehr Verkehr (→Seite 60) • Erreichbarkeitsstandards definieren für autofreie Mobilität (→Seite 60) • Finanzielle Anreize für multimodale Mobilität (→Seite 60) • Lokale Beschränkungen des privaten Pkw-Verkehrs (→Seite 61)
---	---

Handlungsfeld	Handlungsfeld „Verkehrsangebot“
<p>Empfehlungen</p>	<p>Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr verbessern (→Seite 36)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investitionen zur Infrastrukturverbesserung (Bahnhöfe, Haltestellen, Strecken) (→Seite 37) • Mehr Multimodalität (→Seite 38) <p>Verkehrsangebote optimieren (→Seite 39)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrale Taktfahrpläne und erweiterte Betriebszeiten (→Seite 40) • Reisezeiten verkürzen (→Seite 41) • Weniger Umsteigevorgänge / optimierte Umsteigesituationen (→Seite 41) • Wachstumsorientierter Kapazitätsausbau (→Seite 42) <p>Einfaches und nutzfrendliches Preissystem anbieten (→Seite 43)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durchgehende Fahrkarten für alle Verkehrsangebote (→Seite 44) • Flexible Nutzungsmöglichkeiten (→Seite 45)

	<p>Öffentlichen Verkehr für unterschiedliche Reisezwecke und Kundengruppen attraktiv machen (→Seite 46)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tarifangebote für bestimmte Reiseanlässe oder Kundengruppen (→Seite 47) • Informationsangebote für bestimmte Reiseanlässe (→Seite 48) <p>Weiche Faktoren ernstnehmen (→Seite 48)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualitätssicherung auch bei weichen Faktoren (→Seite 49)
--	--

Handlungsfeld	Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“
Empfehlungen	<p>Proaktive Ansprache von Menschen in Umbruchsituationen (→Seite 51)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Willkommenspakete (→Seite 52) • Info-Pakete für weitere Zielgruppen (→Seite 53) <p>Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln (→Seite 53)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilitätsmanagement (Information und Beratung) (→Seite 54) • Mobilitätstrainings (Workshops) (→Seite 55) • Wissensvermittlung im Schulunterricht (→Seite 55) • Sensibilisierungskampagnen (→Seite 56)

1. Einführung

1.1 Ansatz der strategischen Empfehlungen von USEmobility

Die vorliegenden strategischen Empfehlungen an die Politik sind Teil einer Serie von strategischen Handlungsempfehlungen im Rahmen des Projekts „USEmobility – Understanding Social Behaviour for Eco-friendly multimodal mobility“. USEmobility wird im Rahmen des Siebten Rahmenprogramms (FP7) von der EU-Kommission gefördert.

USEmobility – Understanding Social Behaviour for Eco-friendly multimodal mobility hat die regionale und lokale Mobilität in den Fokus genommen, da diese den größten Teil der Alltagsmobilität ausmacht. „Multimodal“ bezieht sich dabei auf die Nutzung verschiedener Verkehrsträger im individuellen Mobilitätsmix oder in Reiseketten und „umweltfreundlich“ auf die Integration umweltschonender Verkehrsträger (öffentlicher Verkehr, aber auch Fuß- und Radverkehr).

Die Grundthese des USEmobility-Projekts ist, dass ein besseres Verständnis des Nutzerverhaltens bei Entscheidungen für oder gegen umweltschonende multimodale Mobilität einen wichtigen Beitrag für die Entwicklung eines nachhaltigeren Verkehrs leisten kann. Zur Frage, welche Gründe die Menschen in der Praxis dazu bewegen, stärker auf umweltschonende Verkehrsträger zu setzen und den öffentlichen Verkehr intensiver zu nutzen, hat USEmobility eine Reihe interessanter und neuer Einsichten erbracht. Dabei hat sich gezeigt, dass Potenzial für mehr umweltschonende Multimodalität in Europa noch bei weitem nicht ausgeschöpft ist. Angesichts der Herausforderungen, vor denen wir im Verkehrssektor stehen – Stichworte sind hier Klimaschutz und Ressourcenschonung, Reduzierung des Flächenverbrauchs, aber auch der demografische Wandel – sollte es nicht dem Zufall überlassen bleiben, ob das Potenzial für mehr Multimodalität tatsächlich ausgeschöpft wird.

Es besteht Handlungsbedarf – und dabei sind alle beteiligten Akteure gefordert. In der Tat ist bei der Gestaltung des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Transportketten eine große Zahl von Akteuren beteiligt:

- Die Politik, die auf unterschiedlichen Ebenen (von der EU-Ebene bis zur nationalen bzw. Aufgabenträger-Ebene) die Rahmenbedingungen für unser Verkehrssystem bestimmt und Infrastrukturen und Verkehrsangebote finanziert;
- Die Verkehrsunternehmen, die den öffentlichen Verkehr anbieten und gestalten;
- Verbände und Organisationen (engl. Civil Society Organisations), wie Fahrgast- und Umweltverbände oder Gewerkschaften, die das Interesse der Bürger an nutzerfreundlicher und umweltschonender Mobilität artikulieren, und oft wertvollen Input zur Weiterentwicklung und Verbesserung des Systems geben können.

Um positive Veränderungen zu erreichen, die noch mehr Nutzer motivieren zum öffentlichen

Verkehr zu wechseln, müssen alle diese Akteure handeln, und aus diesem Grund richten wir unsere Handlungsempfehlungen direkt an die oben genannten Zielgruppen:

- D5.1: Strategische Empfehlungen an die Politik
- D5.2: Strategic recommendations to the European Commission
- D5.3: Strategische Empfehlungen für Verkehrsunternehmen
- D5.4: Strategische Empfehlungen für Verbände und Organisationen

1.2 Struktur und Ziele der strategischen Empfehlungen

Kapitel 1 und 2 erläutern Struktur und Ziele der Publikation und geben einen knappen Überblick über die Herausforderungen und Chancen im Bereich der Personenmobilität. Diese Kapitel sind identisch in den verschiedenen Dokumenten für die einzelnen Adressaten.

Anschließend beleuchtet das Kapitel 3 adressatenspezifisch die zentralen Handlungsfelder und ihre Relevanz für die jeweiligen Akteure. Auf dieser Basis werden dann die strategischen Empfehlungen formuliert. Dabei berücksichtigen die Empfehlungen zwei Zeithorizonte: einen mittelfristigen Zeithorizont bis 2020 und einen langfristigen Zeithorizont bis 2050. Um die praktische Umsetzung der Empfehlungen zu erleichtern, werden die Empfehlungen mit best practice-Beispielen illustriert, die beispielhaft zeigen, wie sinnvolle Handlungsansätze aussehen können (Wissenstransfer und Inspiration).

Das Ziel dieser Empfehlungen ist ein doppeltes:

- Vorstellung wichtiger Projekterkenntnisse zu den Gründen der Verkehrsmittelwahl, um die Potenziale, die in einem besseren Verständnis der Nutzerentscheidungen liegen, nutzbar zu machen;
- Orientierung und Inspiration für das Handeln der jeweiligen Adressaten durch einen schnellen Überblick über die wichtigsten Handlungsfelder und Vorstellung ausgewählter best-practice-Beispiele („Konkrete Handlungsmöglichkeiten – einige Beispiele“, ohne Anspruch auf Vollständigkeit).

Das USEmobility-Projekt hat strategische Empfehlungen formuliert. Die strategischen Empfehlungen fokussieren auf die wichtigsten Handlungsfelder und sind grundsätzlicher Natur, was bedeutet, dass sie auf unterschiedliche Situationen, Länder und Regionen transferier- und anwendbar sind. Für die konkrete Umsetzung vor Ort kommen in der Regel verschiedene operative Maßnahmen in Frage, über die dann im Einzelfall entschieden werden muss.

Es ist somit nicht das Ziel der vorliegenden strategischen Empfehlungen, die Entwicklung individueller Entscheidungsgrundlagen und Strategien vor Ort zu ersetzen. Die Empfehlungen sollen vielmehr die Akteure dabei unterstützen, vor Ort Chancen zu erkennen und sie dazu inspirieren eine eigene nutzerorientierte Strategie für die Weiterentwicklung des öffentlichen

Verkehrs und damit für mehr umweltfreundliche multimodale Mobilität zu entwickeln.

Wir hoffen, dass diese strategischen Empfehlungen die Arbeit aller Akteure, die sich für eine nachhaltigere Mobilität engagieren, inspiriert und unterstützt!

2. Herausforderungen und Chancen

2.1 Herausforderungen

„Das Verkehrssystem ist jedoch nicht nachhaltig. Bei einer Vorausschau auf die nächsten 40 Jahre wird deutlich, dass sich der Verkehr nicht auf dem bisherigen Pfad weiterentwickeln kann“, lautet wenig überraschend das nüchterne Fazit der EU-Kommission in ihrem aktuellen Weißbuch Verkehr (siehe Weißbuch Verkehr KOM(2011) 144 endgültig). Ein „Weiter so“ im Verkehrsbereich ist angesichts der skizzierten Herausforderungen weder erstrebenswert noch wahrscheinlich.

„Das nächste Jahrzehnt wird für das Verkehrssystem wahrscheinlich ein Jahrzehnt des Übergangs werden“, hat die EU-Kommission 2009 in ihrer Mitteilung „Eine nachhaltige Zukunft für den Verkehr“ festgestellt (Quelle: KOM(2009) 279 endgültig). Die Gestaltung der zukünftigen Mobilität und des vor uns liegenden Übergangs braucht ein klares Leitbild: Die Mobilität des 21. Jahrhunderts muss nachhaltiger werden, genauer: energieeffizienter, klimaschonender, schadstoffärmer, lärmreduziert und ressourcenschonender. Aber wie soll dieser Übergang gestaltet werden?

Wesentlichen Einfluss werden hier nicht nur technische Innovationen haben, sondern vor allem die politischen Weichenstellungen, Entscheidungen der Branchenakteure sowie schließlich ganz zentral auch das Nutzerverhalten und die Nutzerentscheidungen.

Das Verkehrssystem nachhaltiger zu machen ist eine Herausforderung, die nicht ohne die Förderung umweltschonender Verkehrsträger gemeistert werden kann. Hierzu zählen im Personenverkehr der öffentliche Verkehr (Bus, Tram und Eisenbahn) sowie Rad- und Fußverkehr. So emittieren zum Beispiel die Eisenbahnen pro Personenkilometer deutlich weniger CO₂ als der Pkw. Der Eisenbahnverkehr schneidet hier zwei- bis elfmal besser ab, je nachdem, welche Technik zum Einsatz kommt, welche Sitzplatz-Auslastung erreicht wird und (beim elektrisch betriebenen Schienenverkehr) welchen Anteil erneuerbare Energien im Strommix haben. Daher ist Verkehrsverlagerung auf den öffentlichen Verkehr ein wichtiges verkehrspolitisches Instrument.

Um tatsächlich einen Wandel des Verkehrssystems zu erreichen, ist es entscheidend, die Menschen bei allen Veränderungen „mitzunehmen“. Hierzu will das USEmobility-Projekt einen Beitrag leisten, in dem es die Gründe für individuelle Nutzerentscheidungen in den Mittelpunkt stellt. Die Orientierung an den Mobilitätsbedürfnissen der Menschen und ein besseres Verständnis ihrer Entscheidungen ist eine wichtige Grundlage für das Handeln im Hinblick auf die zukünftige Gestaltung unseres Verkehrssystems.

2.2 USEmobility Ergebnisse – Chancen für den Wandel

Das USEmobility-Projekt hat die regionale und lokale Mobilität in den Fokus genommen, da diese den größten Teil der Alltagsmobilität ausmacht. Der Verkehrsmittelwahl im Alltag kommt somit eine zentrale Bedeutung zu, wenn es darum geht, eine stärkere Nutzung umweltschonender Verkehrsträger zu erreichen. In dieser Hinsicht hat die USEmobility Befragung (siehe USEmobility Report D3.6 und, für den schnellen Überblick, Anhang 1) eine Reihe neuer und vielversprechender Einsichten erbracht:

2.2.1 Dynamische Verkehrsmittelwahl – viele „Wechselnutzer“

Die Nutzer verhalten sich bei der Wahl des Verkehrsmittels weit dynamischer als es der statisch anmutende Modal Split erwarten lässt. Fast die Hälfte der Befragten gab an, in den letzten fünf Jahren ihr Mobilitäts-Verhalten geändert zu haben. Dies bedeutet, dass bereits heute die Hälfte aller Menschen zur Gruppe der so genannten „Wechselnutzer“ gehört, die vom Auto zum öffentlichen Verkehr oder umgekehrt gewechselt sind. Mit dem Ausdruck „Wechselnutzer“ sind sowohl Menschen gemeint, die komplett von einem Verkehrsmittel auf ein anderes umgestiegen sind, als auch Reisende, die innerhalb ihres Mobilitätsmixes die Gewichtung verändert haben. Dieses Ergebnis zeigt die große Flexibilität der Menschen bei der Wahl ihres Verkehrsmittels. Für die Praxis hat diese Erkenntnis eine große Bedeutung: Wo viel Bewegung ist, da gibt es für Politik und Unternehmen auch vielfältige Gelegenheit, eine Entscheidung der Reisenden im Sinne des öffentlichen Verkehrs herbeizuführen.

2.2.2 Offenheit für Multimodalität

30 Prozent der Wechselnutzer wissen um die Vorteile, mehrere Verkehrsmittel auf einer Fahrt multimodal zu kombinieren, und haben ihr Verkehrsverhalten entsprechend angepasst. Weitere 40 Prozent entscheiden pragmatisch, für welchen Anlass sie welches Verkehrsmittel nutzen. Bei der Verkehrsmittelwahl liegt somit weniger ein klassisches Entweder-Oder vor, als vielmehr zunehmend ein dynamisches Sowohl-Als-Auch. *Multimodalität* ist für den größten Teil der Wechselnutzer bereits gelebte Praxis. Grundsätzlich gilt: Eine fehlende Pkw-Verfügbarkeit ist keineswegs der häufigste Auslöser für einen Wechsel zum öffentlichen Verkehr. Multimodale Wechselnutzer wählen bewusst, wann sie einen Pkw nutzen und wann nicht.

2.2.3 Änderungen in der persönlichen Lebenssituation sind wichtiger Auslöser für Veränderungen im Mobilitätsmix

Eine neue und überraschende Erkenntnis des USEmobility Projekts ist, wie stark der Einfluss von *Veränderungen in der persönlichen Lebenssituation* auf die Wahl des Verkehrsmittels ist. Mehr als die Hälfte der Befragten erklärte, dass Veränderungen in der persönlichen Situation

(Umzug, ein neuer Job, Geburt von Kindern usw.) ein zentrales Motiv für die Neuorientierung waren. Solche für die Verkehrsmittelwahl relevanten Veränderungen der Lebensumstände sind alles andere als selten. Eine größere Aufmerksamkeit für diese Zielgruppe und eine direkte Ansprache der Betroffenen, bieten somit Anbietern und Politik gute Möglichkeiten, neue Nutzer für den öffentlichen Verkehr zu gewinnen, insbesondere dort, wo bereits ein gut entwickeltes Angebot existiert.

2.2.4 Interessante Nutzersegmente

Wechselentscheidungen basieren auf den persönlichen Einstellungen und Überzeugungen der Nutzer. Anhand dieser Einstellungen und Überzeugungen lassen sich die Wechsler genauer in einzelne *Wechslersegmente* unterteilen. Dabei fällt auf, dass in allen USEmobility Ländern die Mobilitätspragmatiker das bedeutendste Wechsler-Segment stellen. Im Durchschnitt ist mehr als ein Viertel der Wechselnutzer den Pragmatikern zuzuordnen. Diese Menschen gehen bei der Wahl ihres Verkehrsmittels nach pragmatischen Gesichtspunkten vor. Sie entscheiden je nach Situation anders und sind am dynamischsten in ihrem Wechsel-Verhalten. Interessanterweise bilden in allen USEmobility Ländern (mit Ausnahme der Niederlande) pragmatische Wechselnutzer ein größeres Segment als die Gruppe der klar Auto-Orientierten. Weitere interessante Segmente sind die Anhänger des öffentlichen Verkehrs sowie Wechselnutzer, die Wert auf Nachhaltigkeit legen. Hier können Politik und Unternehmen ansetzen: Die große Offenheit für öffentlichen Verkehr und Multimodalität ist eine große Chance, die individuellen Wahlentscheidungen der Menschen zu Gunsten des öffentlichen Verkehrs zu beeinflussen.

Die Ergebnisse der USEmobility Befragung sind in allen teilnehmenden Ländern sehr ähnlich. Dies erlaubt den Schluss, dass die Ergebnisse auch auf andere europäische Länder übertragen werden können.

3. Strategische Empfehlungen an die Politik

3.1 Handlungsfelder und Relevanz für die Akteure

USEmobility hat die Gründe analysiert, die ausschlaggebend für Veränderungen der individuellen Verkehrsmittelwahl sind. Tatsächlich ist die Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Verkehrsmittel äußerst komplex. In der Regel führen Wechselnutzer eine Mischung aus verschiedenen Faktoren als ausschlaggebend für ihre Wechselentscheidung an.

Das USEmobility-Projekt hat die relevanten Einflussfaktoren umfassend untersucht. Um die Orientierung für die Akteure zu erleichtern, hat USEmobility diese Einflussfaktoren in drei Hauptcluster strukturiert:

- Nutzerbezogene Einflussfaktoren
- Angebotsbezogene Einflussfaktoren
- Verkehrspolitische Einflussfaktoren (Rahmenbedingungen)

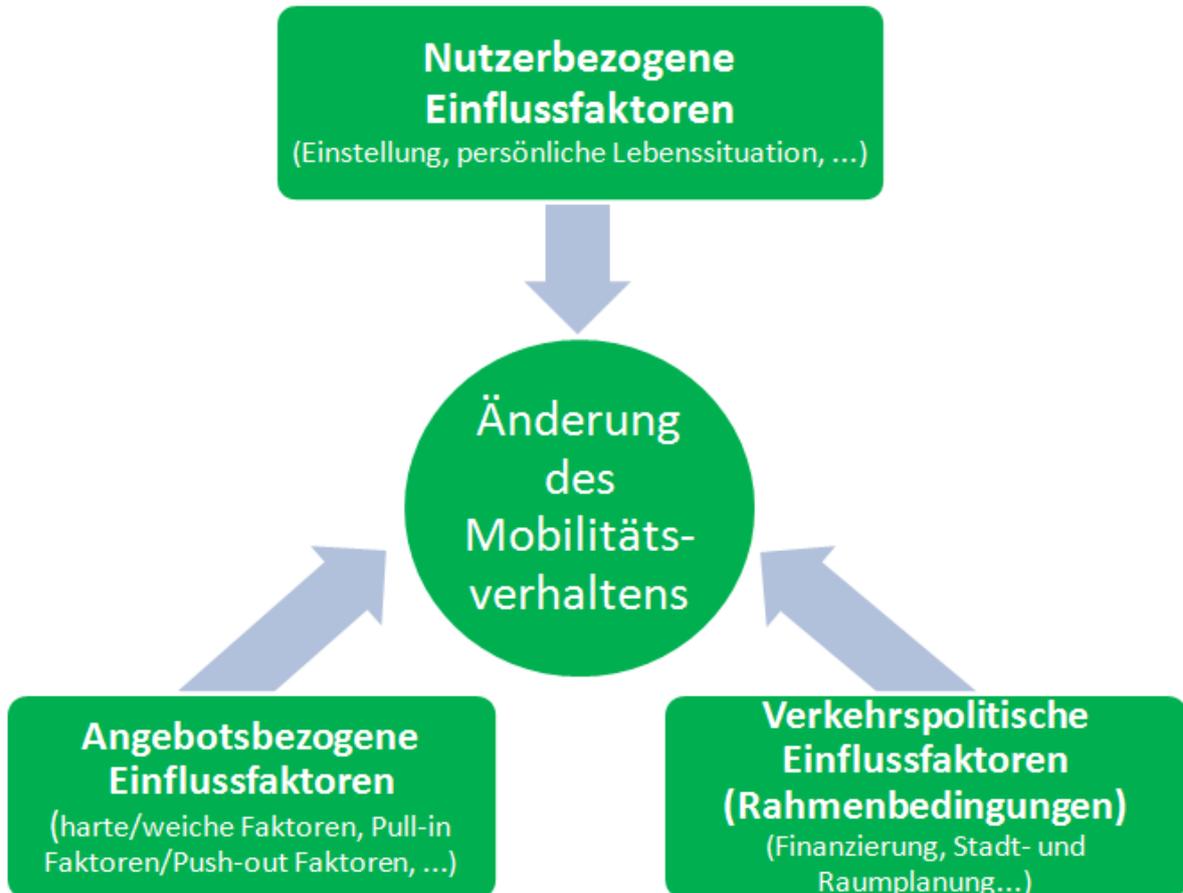


Abbildung 1 – Strukturierung der Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl in Hauptcluster

Aus strategischer Sicht ist ein besseres Verständnis der wichtigsten Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl der Schlüssel für zielgerichtetes Handeln. Wenn die Akteure hier systematisch ansetzen und an Verbesserungen arbeiten, dann wird die Wechselbereitschaft der Menschen zunehmen.

Die drei Clustern der Einflussfaktoren korrespondieren mit drei Handlungsfeldern. Die strategischen Empfehlungen in diesem Dokument sind nach diesen drei Handlungsfeldern geordnet. Solche Empfehlungen, die nicht sinnvoll einem bestimmten Handlungsfeld zugeordnet werden können, sind als generelle Empfehlungen vorangestellt.



Abbildung 2 – Handlungsfelder

Wege zu einer nachhaltigeren Mobilität zu finden, ist eine Gestaltungsaufgabe, die viele Akteure fordert. Die genaue Konstellation der Akteure und ihre jeweiligen Kompetenzen sind von Land zu Land und oft auch von Region zu Region verschieden und müssen daher im Einzelfall genauer bestimmt werden. Zudem muss berücksichtigt werden, dass sich im Verkehrssektor häufig die Verantwortlichkeiten verschiedener Akteure überlappen. Dennoch lassen sich die grundsätzlichen Verantwortungsbereiche der einzelnen Akteure idealtypisch voneinander abgrenzen.

3.2 Politik muss gestalten – die Rolle der Verkehrspolitik

Politik und Verwaltung spielen auf verschiedenen Ebenen (von der nationalen Ebene bis hin zur regionalen und Aufgabenträgerebene) eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung einer zukünftigen umweltschonenden und multimodalen Mobilität. Der politische Einfluss auf den Verkehrsmarkt hat drei wesentliche Dimensionen. In allen Bereichen besteht Handlungsbedarf, wenn die Verantwortlichen tatsächlich die Potenziale für mehr öffentlichen Verkehr und Multimodalität ausschöpfen wollen.

- Die Politik setzt Ziele und bestimmt die Rahmenbedingungen:

Die politischen Rahmenbedingungen für den Verkehrsmarkt beeinflussen in erheblichem Maße die zukünftige Entwicklung von öffentlichem Verkehr und Multimodalität. Die Rahmenbedingungen sind ein Spiegelbild der politischen Prioritäten, beeinflussen Nutzerkosten und Nutzungsbedingungen der einzelnen Verkehrsträger und bestimmen, ob es faire Wettbewerbsbedingungen zwischen den konkurrierenden Verkehrsträgern gibt.

In allen USEmobility Ländern werden beträchtliche Anstrengungen unternommen, den öffentlichen Verkehr und multimodale Kombinationen attraktiver zu machen, und eine Steigerung der Marktanteile ist vielerorts ein Politikziel (vgl. dazu im Detail USEmobility Report D2.2). Dennoch kann keine Rede davon sein, dass die Verkehrspolitik dem öffentlichen Verkehr bereits klar Priorität einräumt. Im Gegenteil, es gibt nach wie vor viele Maßnahmen, die die Nutzung des motorisierten Individualverkehrs fördern, wie zum Beispiel Kaufprämien für Pkws („Abwrackprämien“), Steuervorteile für die Dienstwagennutzung, kostenlose Infrastrukturnutzung und kostenloser Parkraum, eine straßenverkehrsorientierte Stadt- und Raumplanung, etc. (vgl. dazu im Detail USEmobility Report D4.4).

Solche widersprüchlichen Signale führen nicht nur bei den Nutzern zu erheblicher Verunsicherung, sondern ebenso bei den Anbietern des öffentlichen Verkehrs. An die Stelle widersprüchlicher Signale sollten kohärente politische Rahmenbedingungen treten.

- Die Politik entscheidet über Infrastrukturinvestitionen:

Bei allen Verkehrsträgern entscheidet die Politik über Infrastrukturinvestitionen. Die Möglichkeiten Verkehrsdienstleistungen anzubieten hängen direkt von der Dichte, der Kapazität und der Qualität der verfügbaren Infrastruktur ab. Dabei werden intermodale Verknüpfungen immer wichtiger (z.B. Park & Ride-Parkplätze). Die zukünftige Entwicklung von öffentlichem Verkehr und Multimodalität wird somit ganz wesentlich von politischen Weichenstellungen in Bezug auf Infrastrukturinvestitionen bestimmt.

- Die Politik bzw. Aufgabenträger entscheiden über Angebotsumfang und -niveau im öffentlichen Verkehr und über den zur Verfügung stehenden Finanzrahmen:

In den meisten europäischen Ländern spielen nationale und/oder lokale Behörden und Verwaltungen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung des öffentlichen Nahverkehrs. Obwohl sich die Situation von Staat zu Staat unterscheidet, ist seit einigen Jahren eine klarere Aufgabenverteilung zwischen Verkehrspolitik und Aufgabenträgern einerseits und Verkehrsunternehmen andererseits zu beobachten. Während die Aufgabenträger Ziele und Standards definieren und über die Finanzierung entscheiden, agieren die Unternehmen als Anbieter und Ersteller von Verkehrsleistungen am Markt. Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten werden inzwischen meist in Verkehrsverträgen geregelt, wobei die Vergabe der zugehörigen Verkehrsleistungen vielerorts auf dem Ausschreibungswege erfolgt. Unabhängig von den Organisationsstrukturen, die sich von Land zu Land unterscheiden, bedeutet dies: Ob ein öffentliches Verkehrsangebot bereitgestellt werden kann, das den Nutzererwartungen entspricht, hängt ganz wesentlich von einem klaren politischen Bekenntnis der zuständigen Instanzen ab – einschließlich der Bereitschaft, die nötigen Finanzierungen bereitzustellen.

Aus dem oben genannten folgt, dass sich die strategischen Empfehlungen an die Politik nicht nur auf das Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“ konzentrieren, sondern auch die Handlungsfelder „Angebotsgestaltung“ sowie „Lebenssituation und Umfeld der Reisenden“ behandeln.

3.3 Empfehlungen und Praxisbeispiele im Detail mit mittelfristiger Perspektive (bis 2020)

Auf Basis der USEmobility-Projektergebnisse arbeiten die strategischen Empfehlungen die wichtigsten Themen für die einzelnen Adressaten in den verschiedenen Handlungsfeldern heraus. Die Empfehlungen sollen die Akteure bei der Entscheidungsfindung unterstützen, indem sie zu Bedeutung und Potenzial der einzelnen Themen Orientierung geben. Für dieses Kapitel wurden nur solche Empfehlungen ausgewählt, deren Umsetzung in mittelfristiger Perspektive bis 2020 realistisch erscheint.

Die Empfehlungen und beispielhaft genannten Maßnahmen (Best Practice und neue Ansätze) illustrieren mögliche Handlungsansätze. Dabei erheben die Beispiele keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie sollen vielmehr die Akteure vor Ort inspirieren einen eigenen Maßnahmenmix zu entwickeln. Dazu finden die Adressaten hier einen „Werkzeugkasten“, um öffentlichen Verkehr und Multimodalität voranzubringen.

3.3.1 Grundsätzliche strategische Empfehlungen

3.3.1.1 Zusammenarbeit aller Akteure intensivieren

Kontext / Bedeutung: Da unterschiedliche Politik- bzw. Verwaltungsebenen und Unternehmen an den Entscheidungsprozessen im öffentlichen Verkehr beteiligt sind, ist Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure schon jetzt eine Grundnotwendigkeit. Die Kooperation unterschiedlicher Akteure wird perspektivisch noch an Bedeutung gewinnen, wenn weitere multimodale Angebote entstehen und z.B. Car-Sharing oder Mieträder stärker in den öffentlichen Verkehr integriert werden. Hinzu kommen weitere Aspekte, die nur konzertiert angegangen werden können, aber dennoch nur selten systematisch in den Blick genommen werden. Zu nennen sind hier beispielsweise die Regionalplanung und ihre Wechselwirkungen mit öffentlichem Verkehr und Multimodalität oder die Interdependenzen zwischen demografischem Wandel und Mobilität.

Eine funktionierende Zusammenarbeit aller Akteure, die im Ergebnis zu gut abgestimmten und flexibel zu nutzenden Angeboten führt (intra- und intermodal), hat starken Einfluss auf Wechselentscheidungen der Nutzer. Somit liegt hier ein erhebliches Potenzial zur Förderung von öffentlichem Verkehr und Multimodalität, während die Kosten für regelmäßigen Austausch und Zusammenarbeit vergleichsweise gering sind.

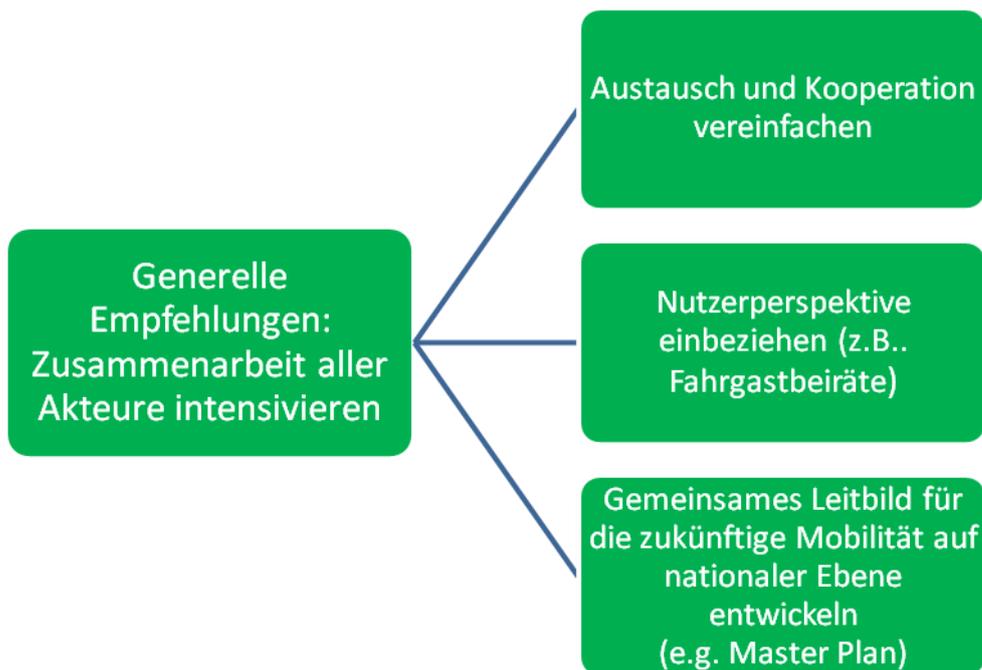


Abbildung 3 – Strategische Empfehlung: Zusammenarbeit aller Akteure intensivieren

Austausch und Kooperation vereinfachen

Eine Verkehrspolitik, die einen nachhaltigeren Verkehr und höhere Marktanteile für den öffentlichen Verkehr und Multimodalität anstrebt, sollte *regelmäßigen Austausch und institutionalisierte Zusammenarbeit aller Akteure fördern und vereinfachen*. Dies gilt grundsätzlich für alle Ebenen, wobei entsprechende Maßnahmen auf lokaler oder regionaler Ebene ein guter Ausgangspunkt sein können, da hier ein enger Bezug zur Alltagsmobilität der meisten Bürger besteht.

Nutzerperspektive einbeziehen

Um die Nutzerperspektive einzubeziehen, müssen Fahrgast- und Verbraucherorganisationen direkt in den Austausch- und Kooperationsprozess einbezogen werden. Dies kann z.B. durch die Einrichtung von Fahrgastbeiräten geschehen.

Gemeinsames Leitbild für die zukünftige Mobilität auf nationaler Ebene entwickeln

Austausch und Kooperation sind auch für die nationale Ebene Schlüsselbegriffe. Die Bundesebene sollte hier die Initiative ergreifen und den Kooperationsprozess fördern und moderieren. Als konkrete Maßnahme sollte ein Masterplan Personenverkehr auf den Weg gebracht werden. Im Rahmen eines solchen Masterplans könnte ein *gemeinsames Leitbild für die zukünftige Entwicklung einer bezahlbaren und umweltschonenden Mobilität* entwickelt werden. Zentrale Elemente der Strategie sind dabei Multimodalität und öffentlicher Verkehr, aber auch Stadt- und Raumplanungskonzepte, die Alternativen zum motorisierten Individualverkehr fördern. Koordiniert werden muss dieser Masterplan Personenverkehr von der Bundesregierung in Zusammenarbeit mit den Ländern und Kommunen, den Verkehrsunternehmen und den Verbänden, einschließlich Fahrgast- und Verbraucherorganisationen.

Good Practice und Inspiration:

Nutzerperspektive einbeziehen

In der Region Gelderland (Niederlande) sind Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen verpflichtet Fahrgast- und Verbraucherverbände zu konsultieren, bevor Entscheidungen über die Fahrplangestaltung, Tarife oder Verkehrsverträge getroffen werden. Weitere Details:

<http://www.rocovgelderland.nl/over-rocov>

Der Rhein-Main-Verkehrsverbund, der den regionalen Bus- und Bahnverkehr in weiten Teilen Hessens koordiniert und organisiert, ist ein Beispiel, wie durch die Einrichtung eines Fahrgastbeirates die Nutzerperspektive mehr Gewicht erhält. Mitglied im Fahrgastbeirat sind sowohl Privatpersonen als auch Vertreter von Verbänden und Organisationen. Der Fahrgastbeirat trifft sich in der Regel viermal jährlich und hat bereits zu Verbesserungen des Angebotes beigetragen. Weitere Details:

http://www.rmv.de/de/Verschiedenes/Informationen_zum_RMV/Der_RMV/Wir_ueber_uns/Struktur_des_RMV/33022/RMV-Fahrgastbeirat.html

Masterplan für bezahlbare und umweltfreundliche Mobilität

Das österreichische Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (bmvit) hat im Dezember 2012 einen "Gesamtverkehrsplan für Österreich" vorgelegt. Das Ziel ist, das Verkehrssystem umweltfreundlicher, sozialer, sicherer und effizienter zu machen. Die Stärkung des öffentlichen Verkehrs spielt eine zentrale Rolle in der Strategie, und ebenso die Stärkung der Multimodalität. Dabei soll u.a. ein österreichweiter Taktfahrplan und eine verkehrsmittelübergreifende Verkehrsauskunft eingeführt werden.

Weitere Details:

<http://www.bmvit.gv.at/verkehr/gesamtverkehr/gvp/>
und <http://www.bmvit.gv.at/presse/aktuell/nvm/2012/1214OTS0129.html>

3.3.2 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“

Die politischen Rahmenbedingungen für den Verkehrsmarkt beeinflussen in erheblichem Maße individuelle Mobilitätsmuster und die Verkehrsmittelwahl (siehe USEmobility Reports D2.1, D2.2 und D4.4). Die folgenden Empfehlungen nehmen schwerpunktmäßig die Aspekte in den Blick, wo durch eine Veränderung der Rahmenbedingungen Chancen genutzt werden können, um mehr Menschen zu einem Wechsel zum öffentlichen Verkehr und multimodalen Transportketten zu motivieren. Im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“ sollte hier prioritär angesetzt werden.

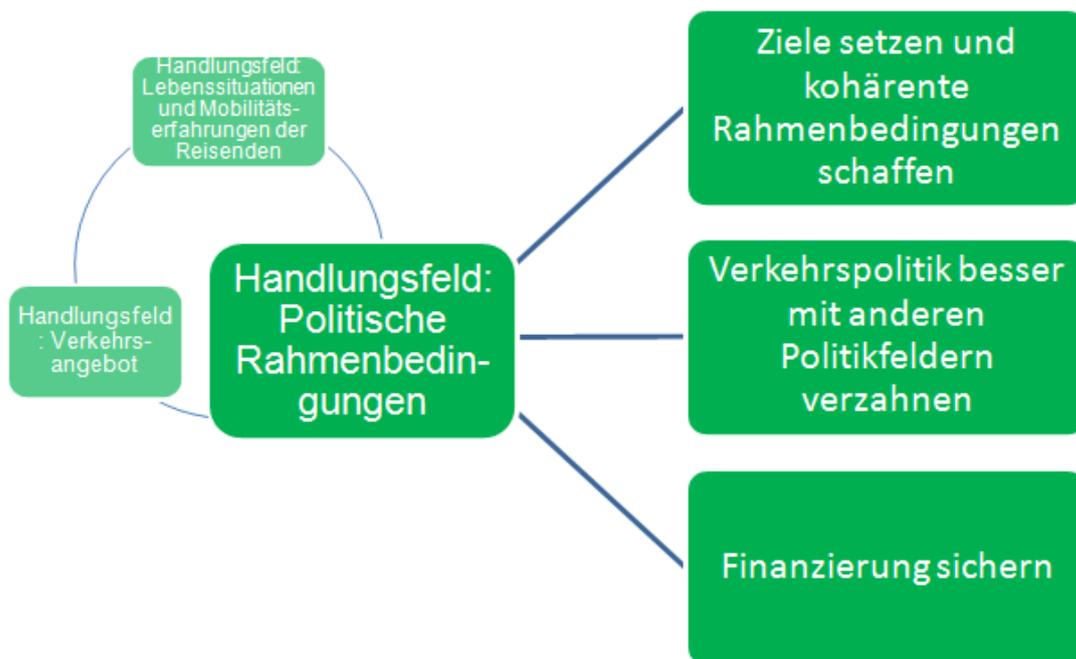


Abbildung 4 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“

3.3.2.1 Ziele setzen und kohärente Rahmenbedingungen schaffen

Kontext / Bedeutung: Obwohl eine Steigerung der Marktanteile des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Kombinationen in den meisten europäischen Ländern auf nationaler und/oder regionaler Ebene ein Politikziel ist, fehlt es in den meisten Fällen an einer klaren Strategie und an kohärente Rahmenbedingungen (siehe USEmobility Reports D2.2 und D4.4). Die wichtigsten Probleme sind:

- Widerstreitende Konzepte / widersprüchliche Signale.
In den meisten Fällen verfolgt die Verkehrspolitik nach wie vor voneinander isolierte Strategien für die einzelnen Verkehrsträger, was dazu führt, dass häufig eine gleichzeitige Förderung des motorisierten Individualverkehrs und des öffentlichen Verkehrs bzw. Multimodalität stattfindet. Dieser Mangel an konzeptioneller Schlüssigkeit in der Verkehrspolitik setzt falsche Anreize und führt zu erheblicher Unsicherheit bei allen beteiligten Akteuren.
- Häufig unklare Abgrenzung der Aufgaben und Kompetenzen zwischen den beteiligten Akteuren und den verschiedenen Politikebenen.
- Unzureichende Konkretisierung der Ziele und fehlende konkrete Maßnahmen, selbst wenn die Förderung von öffentlichem Verkehr bzw. Multimodalität prinzipiell zu den grundsätzlichen Politikzielen zählt.

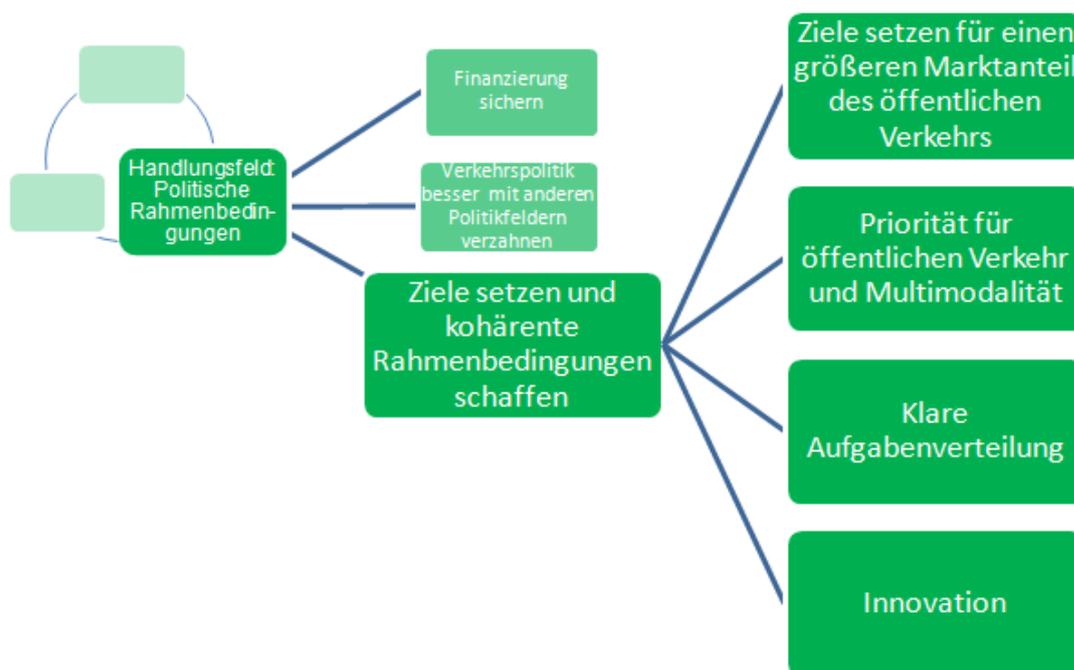


Abbildung 5 – Strategische Empfehlung: Ziele definieren und kohärente politische Rahmenbedingungen schaffen

Ziele setzen für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs

Eine konzeptionell schlüssige Verkehrspolitik sollte ein ambitioniertes und klares Konzept für die zukünftige Entwicklung von öffentlichem Verkehr und Multimodalität haben. Als Ausgangspunkt sollten Ziele für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs definiert werden sowie ein Zeithorizont, in dem diese Ziele erreicht werden sollen. Klare Ziele bieten

allen Akteuren Orientierung und Planungssicherheit, nicht zuletzt auch für die Verkehrsteilnehmer selbst. Darüber hinaus sind klare Ziele die notwendige Entscheidungsgrundlage für den Infrastrukturausbau und die Kapazitätsplanung.

Priorität für öffentlichen Verkehr und Multimodalität – Dualer Ansatz

Wenn es darum geht, dem öffentlichen Verkehr und Multimodalität Vorrang einzuräumen, sollte die Verkehrspolitik einen dualen Ansatz verfolgen: Einerseits muss die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs weiter gesteigert werden, so dass die Angebote den Nutzern eine echte Alternative zur Pkw-Nutzung bieten (zu den Details vgl. die folgenden Kapitel 3.3.3 und 3.3.4), und andererseits muss die Politik Anreize zur Nutzung des motorisierten Individualverkehrs beschneiden. Beide Elemente müssen sinnvoll aufeinander abgestimmt sein. Das Schaffen und Aufzeigen tatsächlich nutzbarer Mobilitäts-Alternativen ist die Voraussetzung für gesellschaftliche Akzeptanz. Häufig hält die Verkehrspolitik aber immer noch an Maßnahmen fest, die die Pkw-Nutzung fördern, z.B. *fehlende oder unzureichende Tempo-Limits auf Autobahnen, steuerliche Begünstigung der privaten Nutzung von Dienstwagen, großzügig dimensionierte Straßennetze, kostenlose Nutzung der Straßeninfrastruktur, insbesondere kostenlose Parkflächen, sowie die Verpflichtung für Unternehmen und private Immobilienbesitzer, eine Mindestanzahl von Parkplätzen vorzuhalten*. Diese Maßnahmen haben einen massiven Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl, da sie pull-in Faktoren zugunsten der Pkw-Nutzung weiter verstärken (Erreichbarkeiten, Flexibilität und Kosten, siehe USEmobility Report D3.6), und sollten daher beendet werden.

Klare Aufgabenverteilung

Zu schlüssigen politischen Rahmenbedingungen gehören auch klar definierte Rollen und Verantwortlichkeiten: Wer entscheidet was und wer trägt welche Kosten? Eine *klare Aufgabenverteilung* ist nicht nur wichtig für das Verhältnis von Verkehrspolitik und Verkehrsunternehmen, sondern ebenso für das Verhältnis der verschiedenen Politikerebenen untereinander (Bund, Länder, kommunale Ebene).

Innovation

Entscheidend für den Erfolg eines multimodalen Verkehrssystems bei den Nutzern ist zudem kontinuierliche *Innovation*. Die Verkehrspolitik sollte daher den Forschungs- und Innovationsprozess im Bereich öffentlicher Verkehr und Multimodalität aktiv unterstützen.

Dabei sollte Innovation nicht nur in einem technizistischen Sinne verstanden werden, sondern z.B. auch innovative Mobilitätskonzepte einbeziehen. Öffentliche Institutionen sollten Innovationen in diesem Bereich durch eigenes Handeln unterstützen, beispielsweise durch eine Verpflichtung für öffentliche Arbeitgeber, Mobilitätskonzepte für ihre Beschäftigten aufzustellen. Im Rahmen solcher Konzepte können Anreize für den nachhaltigeres Mobilitätsverhalten gesetzt werden. So können den Mitarbeitern durch Kooperationen mit den Verkehrsunternehmen günstige Zeitkarten angeboten werden. Bei Standortentscheidungen sollte von vornherein auf eine gute Erreichbarkeit per Rad, zu Fuß und mit öffentlichen Verkehrsmitteln geachtet werden. Parkmöglichkeiten für Pkws sollten zugunsten von geschützten Radabstellmöglichkeiten eingeschränkt werden. Darüber hinaus könnte die

Verpflichtung, innovative Mobilitätskonzepte aufzustellen, auch auf private Unternehmen mit einer größeren Beschäftigtenzahl ausgeweitet werden.

Good Practice und Inspiration:

Ziele setzen für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs:

Luxemburg ein solches Ziel kürzlich formuliert: Der Marktanteil des öffentlichen Verkehrs in Luxemburg soll bis 2020 von heute 14 Prozent auf 25 Prozent steigen.

Weitere Details:

<http://www.gouvernement.lu/gouvernement/programme-2009/programme-2009/06-dev-infr/index.html>

Die Stadt Berlin hat sich das Ziel gesetzt, dass bis 2025 umweltfreundliche Mobilitätsformen (Fußverkehr, Radfahren, öffentlicher Verkehr) 75 Prozent aller Wege in der Stadt abdecken.

Weitere Details:

http://www.stadtentwicklung.berlin.de/verkehr/politik_planung/step_verkehr/download/StEP_Verkehr_Berlin_Kurzfassung.pdf

Dualer Ansatz:

Die Stadt Zürich verfolgt eine umfassende Mobilitätsstrategie. Umweltfreundliche Mobilitätsformen (Fußverkehr, Radfahren, öffentlicher Verkehr) werden gefördert, während die Anreize zur Nutzung des privaten Pkw konsequent reduziert werden: So wird die Zahl der öffentlichen Parkplätze im Stadtgebiet begrenzt, und Verpflichtung für Immobilienbesitzer, eine Mindestanzahl von Parkplätzen zu errichten, wird deutlich gelockert.

Weitere Details:

<http://www.zuerich.ch/content/ted/de/index/taz/mobilitaet/mobilitaetsstrategie/teilstrategien.html>

Innovative Mobilitätskonzepte:

In der Region Brüssel (Belgien) sind alle Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten verpflichtet, Mobilitätspläne aufzustellen. Die Mobilitätspläne sollen das Umsteigen auf öffentliche Verkehrsmittel, Radfahren, Fußverkehr und Fahrgemeinschaften fördern. Hauptziel ist dabei, den Pkw-Verkehr in der Region Brüssel bis 2018 um 20 Prozent zu reduzieren.

Weitere Details:

http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2011040708

3.3.2.2 Verkehrspolitik besser mit anderen Politikfeldern verzahnen

Kontext / Bedeutung: Ansätze zur Förderung einer umweltfreundlichen Mobilität werden nur dann erfolgreich sein, wenn die Maßnahmen auf den verschiedenen Politikebenen und in den verschiedenen Politikfeldern aufeinander abgestimmt sind. Bundes- und Landesebene sind für einen integrierten Politikansatz verantwortlich, der auch die Aktivitäten auf kommunaler Ebene einbezieht und unterstützt. Eine bessere Verzahnung muss vor allem mit der Umwelt- und Energiepolitik erreicht werden, die beide stark von Entwicklungen im Verkehrsbereich beeinflusst werden. Desweiteren spielen Verkehr und Mobilität eine wichtige Rolle für die soziale Teilhabe der Bürger. Zudem besteht ein großer Bedarf für eine bessere Abstimmung zwischen Verkehrspolitik und der Stadt- und Raumplanung, die die Mobilitätsmuster der Menschen stark beeinflusst.



Abbildung 6 – Strategische Empfehlung: Verkehrspolitik besser mit anderen Politikfeldern verzahnen

Bestehende Politikziele für den Verkehrsbereich konkretisieren

Wenn in anderen Politikfeldern Ziele formuliert wurden, die auf den Verkehrsbereich ausstrahlen, müssen diese auch für den Verkehrsbereich konkretisiert werden, damit sie tatsächlich erreicht werden können. So werden nationale Ziele zur Minderung der Treibhausgasemissionen kaum zu erreichen sein, solange eine spürbare Reduzierung der verkehrsbedingten CO₂-Emissionen ausbleibt.

Daher sollten spezifische Treibhausgas-Minderungsziele für den Verkehrsbereich formuliert werden, samt einer Strategie, wie die Minderungsziele erreicht werden können. In gleicher

Weise sollten im Verkehrsbereich spezifische Minderungsziele für den Energieverbrauch gesetzt werden.

Integrierte Verkehrspolitik

Um Reduktionsziele im Verkehrsbereich zu erreichen, ist ein integrierter Ansatz nötig. Ein solcher integrierter Ansatz kann sich nicht auf technische Verbesserungen innerhalb der einzelnen Verkehrsträger beschränken, sondern muss verkehrsträgerübergreifend denken und auch die Potenziale von Verkehrsverlagerung und Verkehrsvermeidung in den Blick nehmen.

Stadt- und Raumplanung mit der Verkehrspolitik verknüpfen

Besonderes Augenmerk sollte auf eine *bessere Verknüpfung der Verkehrspolitik mit der Stadt- und Raumplanung* gerichtet werden, da hier der Einfluss politischen Handelns auf die Entscheidungsprozesse der Nutzer besonders stark ist. Der Schlüsselbegriff ist hier Erreichbarkeit. Die USEmobility Wechselnutzerbefragung (siehe USEmobility Report D3.6) hat gezeigt, dass Erreichbarkeit (nahegelegener Zugang zum öffentlichen Verkehr und gute Erreichbarkeit der Ziele mit öffentlichen Verkehrsmitteln) zu den wichtigsten pull-in Faktoren zugunsten des öffentlichen Verkehrs zählt. Die Verkehrspolitik sollte daher nicht länger auf einseitig straßenverkehrszentrierte Stadt- und Raumplanungskonzepte setzen. Die Alternative sind Stadt- und Raumplanungskonzepte, die Strukturen schaffen, die die Nutzung von öffentlichem Verkehr und Multimodalität erleichtern. Zentrale Elemente sind dabei die Schaffung von Siedlungsbändern (Ausweisung von Entwicklungsflächen für neue Wohn- oder Gewerbegebiete entlang der öffentlichen Verkehrsachsen), das Konzept der „Stadt der kurzen Wege“ (das unnötigen Verkehr vermeidet, und Fußverkehr, Radfahren und öffentlichen Verkehr fördert), Parkraumbewirtschaftung sowie autofreie Bezirke.

Diese alternativen Stadt- und Raumplanungskonzepte tragen auch zu einer besseren sozialen Teilhabe der Bürger und zu bezahlbarer Mobilität bei, da insgesamt weniger Bedarf für motorisierte Mobilität besteht.

Es liegt auf der Hand, dass entsprechende Konzepte an die unterschiedlichen Bedingungen in städtischen und ländlichen Gebieten angepasst sein müssen. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass eine Transportkette ausschließlich mit öffentlichen Verkehrsangeboten in Verdichtungsräumen deutlich einfacher und (kosten-) effizienter zu realisieren ist als im ländlichen Raum. Daher lohnt vor allem in ländlichen Räumen eine genauere Betrachtung multimodaler Lösungen. Der reguläre, liniengebundene öffentliche Verkehr bildet dabei im ländlichen Raum das Rückgrat multimodaler Transportketten. Auf der „letzten Meile“ (bzw. „ersten Meile“) kann der Nutzer diese liniengebundenen Angebote mit anderen Verkehrsmitteln kombinieren, wie z.B. Fahrrad, E-Bike, Anruf-Sammeltaxen oder dem privaten Pkw. Das heißt, dass die Raumplanung in ländlichen Regionen ein stabiles Grundangebot des öffentlichen Verkehrs anstreben sollte, das gut multimodal mit anderen Verkehrsmitteln verknüpft ist (Park&Ride, Bike&Ride, etc.).

Good Practice und Inspiration:

Bestehende Politikziele für den Verkehrsbereich konkretisiert:

In ihrem aktuellen Weißbuch Verkehr hat die EU-Kommission erstmals konkrete Minderungsziele für die CO₂ Emissionen des Verkehrssektors festgeschrieben: Bis 2050 soll der Verkehrssektor seine Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Basisjahr 1990 um mindestens 60 Prozent reduzieren. In einem ersten Schritt soll der Verkehrssektor seine Treibhausgasemissionen bis 2030 um mindestens 20 Prozent reduzieren, Basisjahr hierfür ist 2008.

Weitere Details:

[http://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/doc/2011_white_paper/white_paper_com\(2011\)_144_en.pdf](http://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/doc/2011_white_paper/white_paper_com(2011)_144_en.pdf)

2010 hat die Deutsche Bundesregierung ein Energiekonzept beschlossen, das Ziele für die Reduktion des Energieverbrauchs beinhaltet. Die Einsparziele wurden dabei auch für den Verkehrssektor konkretisiert: Im Verkehrsbereich soll der Endenergieverbrauch bis 2020 um rund 10 Prozent und bis 2050 um rund 40 Prozent gegenüber 2005 zurückgehen.

Weitere Details:

<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/energiekonzept-2010,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>

Integrierter Ansatz: Stadt- und Raumplanung mit Verkehrspolitik verbinden:

1989 wurde in den Niederlanden die sogenannte ABC-Planung eingeführt, die gezielt darauf setzt, die Stadt- und Raumentwicklung mit Konzepten zur Stärkung des öffentlichen Verkehrs zu verknüpfen. Bürogebäude oder andere Einrichtungen mit einer großen Zahl von Beschäftigten und/oder Besuchern werden vornehmlich in A-Zonen angesiedelt. Bei den A-Zonen handelt es sich um Gebiete, die hervorragend an den öffentlichen Verkehr angeschlossen sind, zugleich aber mit dem Pkw nur schlecht erreichbar sind (beispielsweise ist nur ein Parkplatz pro 10 Arbeitsplätze zulässig). Das Ziel ist die Vermeidung von unnötigem Verkehr sowie ein höherer Marktanteil von öffentlichem Verkehr und Radverkehr.

Weitere Details:

<http://www.eltis.org/studies/leda10.htm>

Das Stadtviertel Vauban in Freiburg (Breisgau) ist ein Modellstadtteil, der per Pkw nur eingeschränkt zugänglich ist. Auto-Besitzer müssen ihr Fahrzeug auf einem der beiden Sammelparkplätze am Rande des Quartiers abstellen. Die Mobilität von Anwohnern und Besuchern wird durch ein gutes Angebot des öffentlichen Verkehrs garantiert (Straßenbahn) sowie durch Car-Sharing.

Weitere Details:

<http://www.vauban.de/info/verkehrsprojekt/index.html>

3.3.2.3 Finanzierung sichern

Kontext / Bedeutung: Eine ausreichende und verlässliche Finanzierung ist von erheblicher Bedeutung für die zukünftige Entwicklung des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Angebote. Insbesondere die Infrastrukturen des öffentlichen Verkehrs (analog zur Straßeninfrastruktur), aber auch attraktive Angebote im Nah- und Regionalverkehr, die den Nutzern eine echte Alternative zum Pkw bieten, können nicht durch Nutzerbeiträge allein finanziert werden und benötigen daher eine öffentliche (Mit-) Finanzierung. Beide Aspekte, Infrastruktur (Erreichbarkeit) und Attraktivität des Verkehrsangebotes sind hoch relevant für Nutzerentscheidungen zugunsten von öffentlichem Verkehr und Multimodalität (siehe USEmobility Report D3.6).

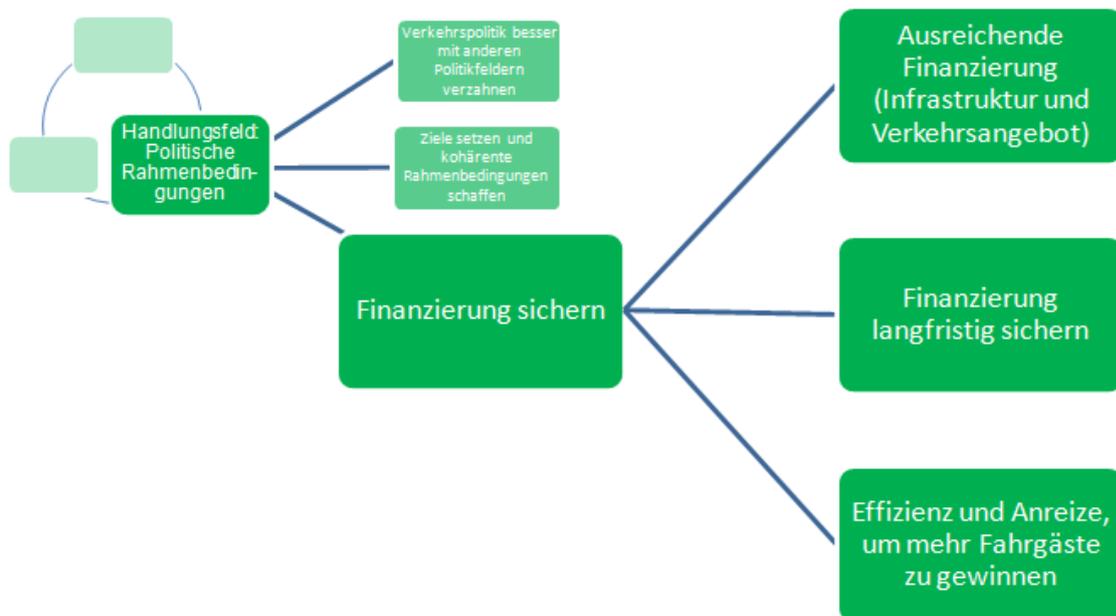


Abbildung 7 – Strategische Empfehlung: Finanzierung sichern

Ausreichende Finanzierung (Infrastruktur und Verkehrsangebot)

Es ist offensichtlich, dass die Verkehrspolitik bei Finanzierungsfragen in einer schwierigen Situation ist. Zahlreiche andere Politikbereiche melden ebenfalls Finanzbedarfe an, während die öffentlichen Mittel begrenzt sind. Durch finanzielle Krisen ist in vielen EU-Staaten die Situation noch schwieriger geworden. Dennoch ist eine ausreichende (Co-) Finanzierung eine Grundvoraussetzung für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung von öffentlichem Verkehr und Multimodalität. Grundsätzlich gilt: die Infrastrukturinvestitionen von heute werden den

Modal Split von morgen prägen.

Eine Verkehrspolitik, die die notwendigen Wandel des Verkehrssystems unterstützen will, sollte daher klare Prioritäten zugunsten des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Verknüpfungen setzen. Dies bedeutet sowohl eine *Aufstockung der entsprechenden Infrastrukturinvestitionen*, als auch *mehr Mittel für die Finanzierung der Verkehrsangebote*. Eine solche Finanzierungsstrategie sollte darauf abzielen, zusätzliche Kapazitäten zu schaffen, die ein weiteres Wachstum des öffentlichen Verkehrs und Verkehrsverlagerungen ermöglichen. Vor dem Hintergrund begrenzter finanzieller Spielräume erfordert dies auch andere Prioritäten bei Straßeninfrastrukturinvestitionen. Die Verkehrspolitik sollte einen Teil des Straßenbaubudgets für solche Projekte zweckbinden, die einen Mehrwert für den öffentlichen Verkehr oder Multimodalität stiften, wie z.B. separate Busspuren, Park&Ride-Parkplätze oder ähnliche multimodale Schnittstellen. Investitionen in neue Straßeninfrastrukturen parallel zu bestehenden Infrastrukturen des öffentlichen Verkehrs sollten zukünftig vermieden werden (z.B. Bau einer Autobahn parallel zu einer vorhandenen Eisenbahnlinie). Eine solche Prioritätensetzung würde Fehlanreize zugunsten von Verkehrsverlagerungen auf den Pkw-Verkehr vermeiden und zugleich einen positiven Beitrag zum Umgang mit knappen Haushaltsmitteln leisten.

Finanzierung langfristig sichern

Die *Stetigkeit der (Co-) Finanzierung* ist ebenso wichtig wie eine ausreichende Höhe der Mittel. Verlässliche Finanzflüsse zwischen der Verkehrspolitik (bzw. den Aufgabenträgern) und den Verkehrsunternehmen ist die Basis für eine stabile und gute Qualität der Angebote, die dann auch für die Fahrgäste attraktiv sind.

Es sind damit einerseits die Nutzer selbst, für die die Stetigkeit der Finanzierung wichtig ist. Wenn sich die Nutzer nicht darauf verlassen können, dass öffentliche Verkehrsangebote dauerhaft verfügbar sind, werden sie dem öffentlichen Verkehr den Rücken kehren. Beispiele aus USEmobility-Ländern belegen, dass Angebotsreduzierungen infolge gekürzter Finanzierungsbeiträge zu signifikanten Rückgängen bei der Fahrgastzahlen geführt haben (siehe USEmobility Report D4.4). Eine solche Entwicklung führt in eine Abwärtsspirale, da die verbleibenden Angebote weniger stark nachgefragt werden.

Andererseits brauchen auch die Verkehrsunternehmen Planungssicherheit. Unsicherheit über die zukünftige Finanzierung hemmt notwendige Investitionen, z.B. neues Rollmaterial. Es ist daher entscheidend, dass die Verkehrspolitik durch eine Selbstbindung die Finanzierung des öffentlichen Verkehrs langfristig sicherstellt.

Effizienz und Anreize, um mehr Fahrgäste zu gewinnen

Wenn sich die Verkehrspolitik zu einer ausreichenden und verlässlichen Finanzierung des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Verknüpfungen bekennt, ist es wichtig, dass dies effizient geschieht und Strukturen geschaffen werden, die klare Anreize für die Gewinnung weiterer Fahrgäste setzen. Solche Anreize sind auch und gerade in den Verkehrsverträgen zwischen Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen wichtig. Sie sollten den Verkehrsunternehmen die Möglichkeit geben, innovativ und kunden- und marktorientiert zu agieren.

Das Beispiel der Bahnreform in Deutschland zeigt, dass eine ausreichende und verlässliche Finanzierung sowohl zu mehr Effizienz, als auch zu steigenden Fahrgastzahlen beitragen kann. Seit Mitte der 1990er Jahre gibt es in Deutschland dauerhaft eine öffentliche Co-Finanzierung des Schienenpersonennahverkehrs in Gestalt der sogenannten „Regionalisierungsmittel“. Daraufhin sind von 1997 bis 2011 die Fahrgastzahlen im Schienenpersonennahverkehr um 50,9 Prozent gestiegen, während im gleichen Zeitraum die Aufwendungen für die Regionalisierungsmittel nur um 12,8 Prozent gestiegen sind.

Good Practice und Inspiration:

Finanzierung langfristig sichern:

Seit Mitte der 1990er Jahre gibt es in Deutschland dauerhaft eine öffentliche Co-Finanzierung des Schienenpersonennahverkehrs in Gestalt der sogenannten „Regionalisierungsmittel“. Weitere Details:

<http://www.allianz-pro-schiene.de/service/glossar/regionalisierungsmittel/>

<http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/regg/gesamt.pdf>

<http://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/298720/>

3.3.3 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“

Das USEmobility Projekt thematisiert in den folgenden Empfehlungen schwerpunktmäßig solche angebotsbezogenen Einflussfaktoren, die den größten Einfluss auf Wechselentscheidungen der Nutzer haben. Im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“ finden sich bei diesen Aspekten die größten Potenziale für Verlagerungen auf den umweltschonenden öffentlichen Verkehr und multimodale Kombinationen. Im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“ sollte daher hier prioritär angesetzt werden.

Die USEmobility Wechselnutzerbefragung (siehe USEmobility Report D3.6) hat die Gründe, die die Nutzer zu einer veränderten Verkehrsmittelwahl bewegt hat, umfassend untersucht. In der Regel führen Wechselnutzer eine Mischung aus verschiedenen Faktoren als ausschlaggebend für ihre Wechselentscheidung an:

- a) Veränderungen der persönlichen Lebenssituation (nutzerbezogene Einflussfaktoren) und
- b) Einfluss angebotsbezogener Faktoren.

Die angebotsbezogenen Einflussfaktoren können weiter unterteilt werden in *Pull-in Faktoren* (Attraktivität eines Verkehrsmittels, führt zu einer häufigeren Nutzung) und

Push-out Faktoren (Unzufriedenheit mit einem Verkehrsmittel, führt zu einer selteneren Nutzung).

Während Empfehlungen zu nutzerbezogenen Einflussfaktoren im folgenden Kapitel 3.3.4 diskutiert werden, konzentrieren sich die Empfehlungen in diesem Kapitel auf angebotsbezogene Einflussfaktoren.

In Bezug auf die angebotsbezogenen Faktoren hat die USEmobility Befragung ergeben, dass die klassischen „harten“ Faktoren die Verkehrsmittelwahl am stärksten beeinflussen. Dies gilt sowohl für Entscheidungen, den öffentlichen Verkehr und multimodale Kombinationen häufiger zu nutzen, als auch für die gegenteilige Wechselrichtung, also für Entscheidungen dem öffentlichen Verkehr den Rücken zu kehren. Zu den „harten“ Faktoren zählen u.a. *Erreichbarkeit, Kosten, Reisezeit, Wartezeiten, Umsteigehäufigkeit und die Angebotsdichte (Frequenz)*.

Der Einfluss der so genannten „weichen“ angebotsbezogenen Faktoren auf die Wechselentscheidung ist weniger stark ausgeprägt als der Einfluss der „harten“ Faktoren, aber immer noch beträchtlich. Weiche Faktoren können einen starken Push-out-Effekt haben, wenn sie von den Fahrgästen als unbefriedigend wahrgenommen werden. Unter den weichen Faktoren haben *Flexibilität, Planungsaufwand, einfacher Zugang zu Informationen sowie Umweltfreundlichkeit* die höchste Relevanz, danach folgen *Reisekomfort, Atmosphäre sowie die Freundlichkeit des Personals*.

Einen Überblick über die wichtigsten Pull-in und Push-out Faktoren in Bezug auf den öffentlichen Verkehr bietet der Anhang 1.

Harte und weiche Faktoren können im Entscheidungsprozess sowohl als Pull-in oder als Push-out Faktoren wirken. Beispielsweise ist eine gute Angebotsdichte ein Pull-in Faktor, der die Nutzerentscheidung zugunsten des öffentlichen Verkehrs beeinflusst, während eine unzureichende Angebotsdichte ein klarer Push-out Faktor ist.

Eine Verkehrspolitik, die einen nachhaltigeren Verkehr und höhere Marktanteile für den öffentlichen Verkehr und Multimodalität anstrebt, sollte bei beiden Wechselrichtungen ansetzen: Es geht darum, mehr Menschen zu einem Wechsel zum öffentlichen Verkehr zu bewegen, indem die Pull-in Faktoren gestärkt werden, und gleichzeitig zu vermeiden, dass vorhandene Nutzer des öffentlichen Verkehrs abwandern, indem Push-out Faktoren minimiert werden. Darüber hinaus muss die Verkehrspolitik selbstverständlich im Blick behalten, dass bestehende Fehlanreize für die Nutzung des motorisierten Individualverkehrs abgebaut werden müssen (kohärente politische Rahmenbedingungen siehe Kapitel 3.3.2).

Die Angebotsmerkmale des öffentlichen Verkehrs werden maßgeblich von den Verkehrsunternehmen bestimmt. Dennoch prägt auch die Verkehrspolitik ganz entscheidend das Angebot des öffentlichen Verkehrs, da die Aufgabenträger Ziele und Bedingungsstandards definieren und über die Finanzierung entscheiden (siehe oben Kapitel 3.2). Die folgenden Empfehlungen setzen an diesen Einflussmöglichkeiten an, ohne in Abrede zu stellen, dass in der Regel ein gemeinschaftliches Handeln mit den Verkehrsunternehmen nötig ist.

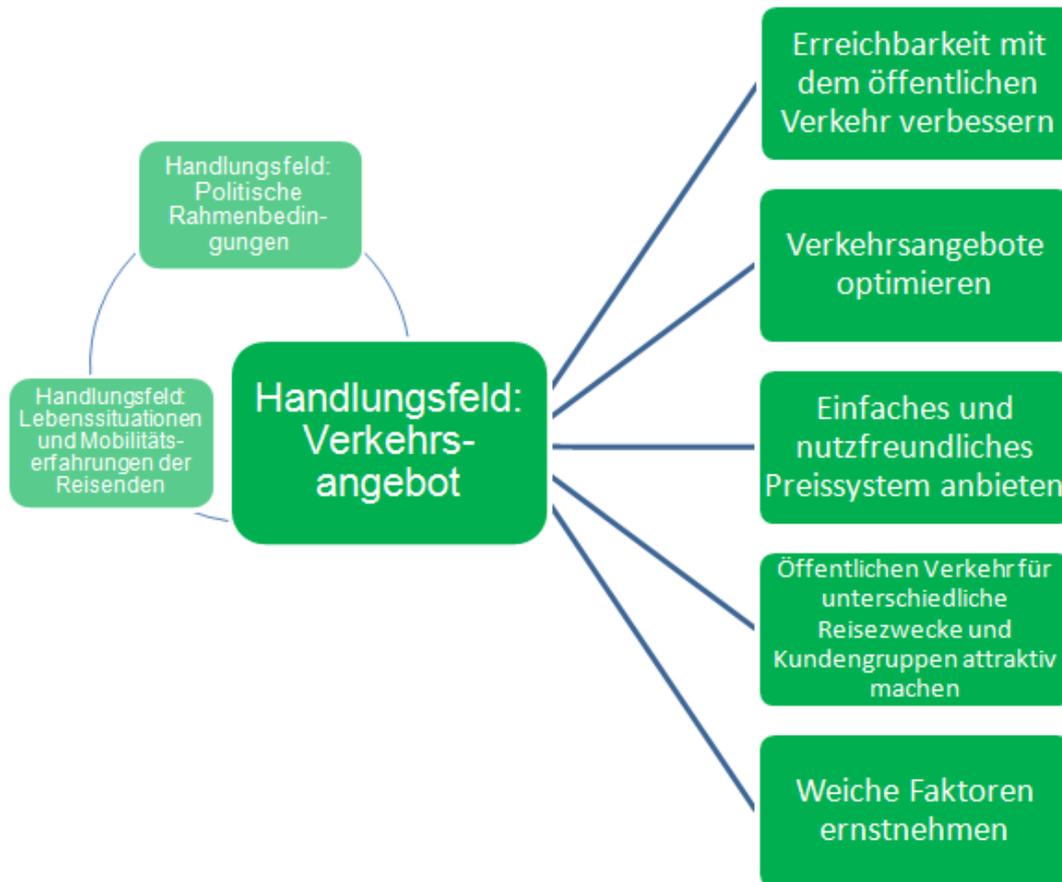


Abbildung 8 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“

3.3.3.1 Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr verbessern

Kontext / Bedeutung: Erreichbarkeit ist der wichtigste angebotsbezogene Pull-in Faktor für Entscheidungen, zum öffentlichen Verkehr zu wechseln oder ihn häufiger zu nutzen. 52 Prozent aller Wechselnutzer, die sich für den öffentlichen Verkehr entschieden haben, haben angegeben, dass gute Erreichbarkeiten einen starken oder entscheidenden Einfluss auf die Wechselentscheidung hatten (nahegelegener Zugang zum öffentlichen Verkehr und gute Erreichbarkeit der Ziele mit öffentlichen Verkehrsmitteln, siehe USEmobility Report D3.6). Entsprechend zählen Defizite bei der Erreichbarkeit zu den wichtigsten Push-out Faktoren, die

zu einer Abwanderung aus dem öffentlichen Verkehr führen.

Es liegt auf der Hand, dass Infrastrukturinvestitionen einen starken Einfluss auf Erreichbarkeiten haben. Dass ein dringender Bedarf für die Verbesserung der Erreichbarkeiten mit öffentlichem Verkehr besteht, wird umso deutlicher, wenn man sich vor Augen hält, dass die Erreichbarkeit per Pkw in den letzten Jahrzehnten in Europa durch intensiven Straßenbau massiv verbessert wurde, während in die Infrastrukturen des öffentlichen Verkehrs vielerorts nur unzureichend investiert wird (siehe USEmobility Report D2.2).

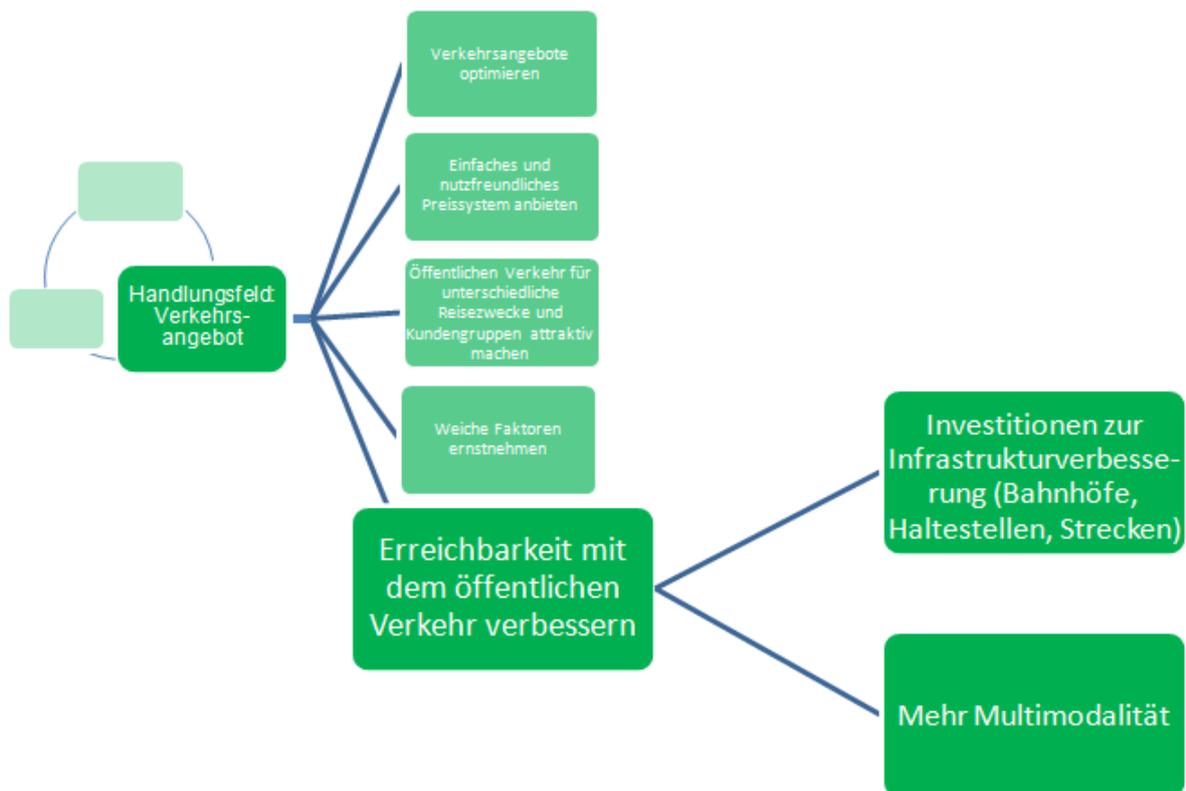


Abbildung 9 – Strategische Empfehlung: Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr verbessern

Investitionen zur Infrastrukturverbesserung (Bahnhöfe, Haltestellen, Strecken)

Eine bessere Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln kann durch gezielte Investitionen in die Infrastruktur und durch eine bessere Verknüpfung der verschiedenen Verkehrsträger erreicht werden (mehr Multimodalität).

Die Politik kann und sollte hier handeln. Die Verkehrspolitik sollte gezielt in solche Infrastrukturverbesserungen investieren, die neue Potenziale für mehr Fahrgäste erschließen. Dazu sollte z.B. systematisch geprüft werden, wo *neue Bahnhöfe oder Haltestellen* an potenziellen Aufkommensschwerpunkten sinnvoll sind (in Wohngebieten, in Gewerbe- und Industriegebieten, an Einkaufszentren oder Schulen, etc.).

Maßnahmen zur Herstellung einer besseren Erreichbarkeit sollten sich nicht nur auf neue

Zugangsstellen beschränken. Wenn ein entsprechendes Potenzial für mehr Fahrgäste vorhanden ist, müssen auch neue Verbindungen angeboten werden können. Dies kann durch *Strecken Neubau* geschehen, aber auch durch *Infrastrukturausbauten oder durch Reaktivierung von Infrastrukturen, die derzeit nicht genutzt werden.*

Mehr Multimodalität

Multimodalität ist ein Schlüsselaspekt, wenn es um eine bessere Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsangeboten geht. Es liegt auf der Hand, dass es kaum möglich sein wird, flächendeckend für jede denkbare Verkehrsnachfrage ein öffentliches Verkehrsangebot bereitzustellen. Wenn ein direkter Anschluss an den öffentlichen Verkehr fehlt, sind multimodale Kombinationen eine sinnvolle Lösung für die „letzte Meile“. Für die Mehrheit der Wechselnutzer ist Multimodalität bereits gelebte Praxis (siehe USEmobility Report D3.6), was zeigt, dass das Kombinieren verschiedener Verkehrsträger aus Nutzersicht eine attraktive Alternative ist, wenn kein unmittelbarer Zugang zum öffentlichen Verkehr besteht. Auch hier gilt: mit *gezielten Investitionen in die notwendigen multimodalen Schnittstellen* kann die Verkehrspolitik den Umstieg auf multimodale Mobilität fördern. Wichtig für eine nutzerfreundliche Verknüpfung der Verkehrsträger sind vor allem Park&Ride- und Bike&Ride-Anlagen. Während für Park&Ride-Anlagen ausgewählte Stationen in Frage kommen, ist eine gute Zugänglichkeit für zu Fuß oder per Rad anreisende Fahrgäste an allen Bahnhöfen und Haltestellen wichtig.

Good Practice und Inspiration:

Bessere Erreichbarkeit durch mehr Zugangsstellen

In der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg in Baden-Württemberg wurde 2003 das „Ringzug“-Konzept gestartet. Das Ziel war, die Attraktivität des Schienenpersonennahverkehrs in der Region zu stärken. Dazu wurde u.a. in 41 neue Haltestellen für die „Ringzüge“ investiert, was zu stark steigenden Fahrgastzahlen geführt hat.

Weitere Details:

<http://www.ringzug.de/cms/de/9/Ringzug>

Neues Angebot auf alten Gleisen

In der Schönbuchregion bei Stuttgart wurde die regionale Bahnverbindung Böblingen – Dettenhausen im Jahr 1996 nach 30 Jahren Betriebspause für den Personenverkehr reaktiviert. Im Vergleich zur vorher angebotenen Busverbindung hat sich die Zahl der täglichen Fahrgäste inzwischen fast vervierfacht.

Weitere Details:

<https://www.allianz-pro-schiene.de/publikationen/stadt-land-schiene/stadt-land-schiene-2-auflage-juni-2006.pdf#page=6>

Multimodalität einfacher machen

In den Niederlanden gibt es an fast allen wichtigen Bahnhöfen das Mietrad-Angebot OV-fiets (ÖV-Rad, an 180 Bahnhöfen). Die Fahrgäste können damit sehr einfach multimodal unterwegs sein und auch an ihrem Zielort Zug und Rad kombinieren. Weitere Details:

<http://www.ov-fiets.nl/>

In vielen Regionen fördert die Verkehrspolitik die Einrichtung neuer Park&Ride- und Bike&Ride-Anlagen. Ein Beispiel ist die „Park&Ride-Strategie“ im Österreichischen Bundesland Steiermark. Weitere Details:

<http://www.verkehr.steiermark.at/cms/ziel/28465402/DE/>

In der Region Berlin-Brandenburg haben die Landesbehörden gemeinsam mit den Verkehrsunternehmen ein „Bike&Ride-Programm“ gestartet. Weitere Details:

<http://www.s-bahn-berlin.de/unternehmen/firmenprofil/moblitaet.htm>

3.3.3.2 Verkehrsangebote optimieren

Kontext / Bedeutung: Attraktive Angebotsmerkmale sind zentrale Pull-in Faktoren bei Nutzerentscheidungen zugunsten des öffentlichen Verkehrs. Insbesondere kurze Reisezeiten, die Verfügbarkeit von Direktverbindungen, die Verbindungshäufigkeit und Flexibilität sind hier Schlüsselfaktoren. 38 bis 40 Prozent aller Wechselnutzer, die sich für den öffentlichen Verkehr entschieden haben, haben angegeben, dass die genannten Aspekte einen starken oder entscheidenden Einfluss auf die Wechselentscheidung hatten (siehe USEmobility Report D3.6).

Wenn allerdings Nutzer mit diesen Angebotsmerkmalen unzufrieden sind, ist ihre Bedeutung als Push-out Faktoren sogar noch höher. Beispielsweise haben 48 Prozent aller Wechselnutzer, die sich gegen den öffentlichen Verkehr entschieden haben, angegeben, dass zu lange Reisezeiten einen starken oder entscheidenden Einfluss auf die Wechselentscheidung hatten (siehe USEmobility Report D3.6).

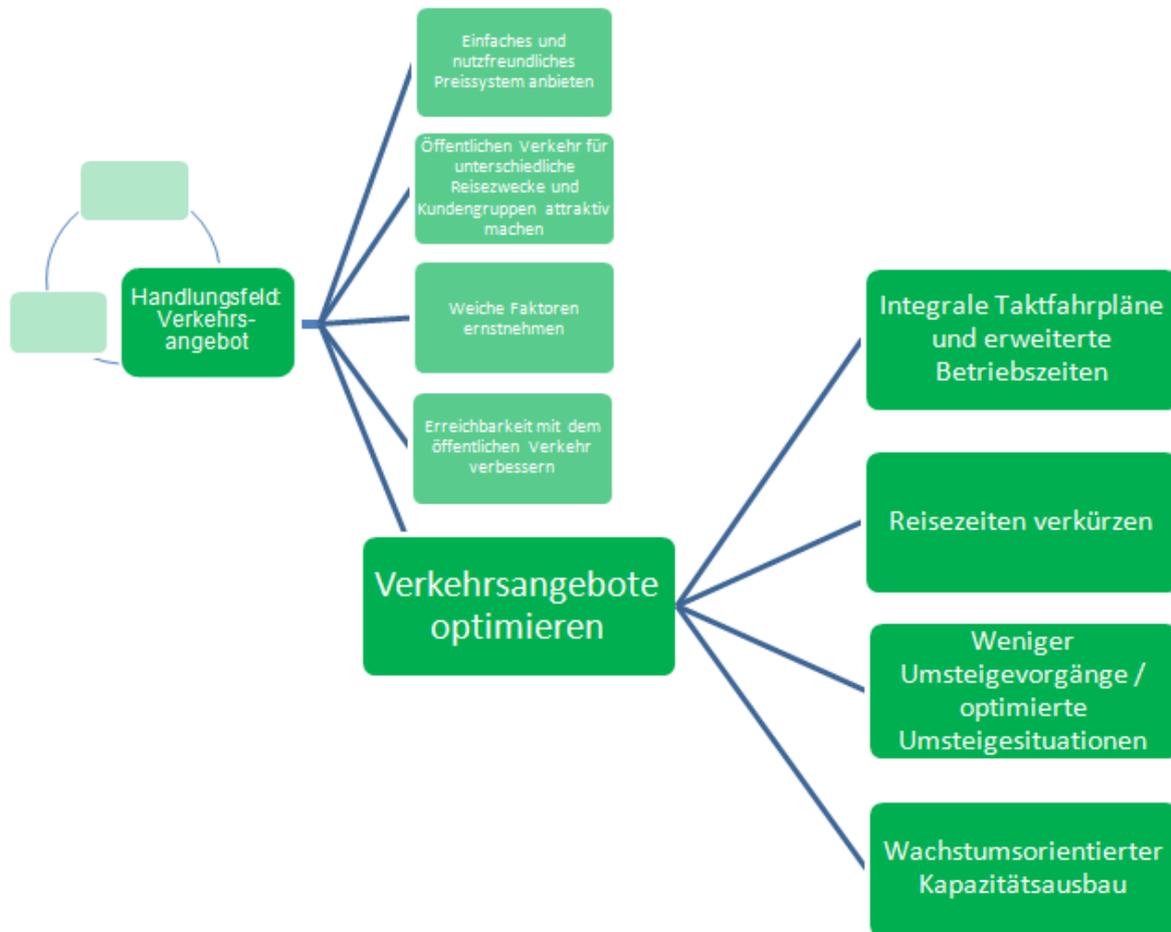


Abbildung 10 – Strategische Empfehlung: Verkehrsangebote optimieren

Integrale Taktfahrpläne und erweiterte Betriebszeiten

Wenn es darum geht die Verkehrsangebote zu optimieren, sind sowohl die Verkehrspolitik als auch die Verkehrsunternehmen gefordert. Besonders effektiv ist dabei, solche Maßnahmen zu priorisieren, die die Attraktivität des Gesamtsystems steigern. Verkehrspolitik und Aufgabenträger haben hier die wichtige Rolle, entsprechende Anforderungen zu definieren und ihre Finanzierung sicherzustellen.

In den meisten Fällen haben die Aufgabenträger direkten Einfluss auf die Fahrplangestaltung. Im Rahmen der Angebotsgestaltung sollte auf diesen Aspekt besonderes Augenmerk gelegt werden. Die Einführung *integraler Taktfahrpläne* gehört dabei zu den effektivsten Maßnahmen, um die Attraktivität des Angebotes zu erhöhen und die Nutzung flexibler zu machen.

Ein integraler Taktfahrplan ist ein Fahrplankonzept, bei dem alle öffentlichen Verkehrsmittel aufeinander abgestimmt in regelmäßigen Zeitabständen verkehren (z.B. alle zwei Stunden, alle 60 Minuten, alle 30 Minuten etc.). Diese bedeutet, dass sich die Abfahrtsminuten (ebenso wie

die Ankunftsminuten) einer bestimmten Linie stündlich „im Takt“ wiederholen. Das Prinzip der Regelmäßigkeit macht die Nutzung der Angebote für die Fahrgäste deutlich einfacher und flexibler. Die Angebote sind nicht nur zu bestimmten Zeiten, sondern durchgehend verfügbar. Dabei sind die Abfahrtszeiten leicht zu merken, da sie sich in regelmäßigen Abständen wiederholen. Dies reduziert den Planungsaufwand für die Nutzer erheblich. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit zur Herstellung optimaler Anschlüsse (siehe unten).

Integrale Taktfahrpläne sind nicht nur für die Kunden attraktiv, sondern sind in der Regel auch vorteilhaft für Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen, da durch das Prinzip der Regelmäßigkeit Personal, Infrastruktur und Fahrzeuge effizienter genutzt werden können und die Ressourcenplanung vereinfacht wird.

Integrale Taktfahrpläne können schrittweise eingeführt werden. Das Endziel sollte die Einbeziehung aller öffentlichen Verkehrsangebote sein, so dass multimodale Kombinationen für die Nutzer einfach und attraktiv sind. Das Konzept integraler Taktfahrpläne sollte mit *erweiterten Betriebszeiten* kombiniert werden, da hierdurch der Zugewinn an Attraktivität und Flexibilität für die Nutzer noch vergrößert wird.

Reisezeiten verkürzen

Die Verkehrspolitik sollte auch daran arbeiten, die Reisezeiten für die Nutzer des öffentlichen Verkehrs zu reduzieren. Hierzu gibt es verschiedene Ansatzpunkte: *Infrastrukturelle Verbesserungen* führen in der Regel zu kürzeren Reisezeiten, sei es durch den Ausbau bestehender Infrastrukturen oder durch Streckenneubau. Der Verkehr mit Bus und Straßenbahn kann durch die *Einrichtung separater Fahrspuren* unabhängig von Staus gemacht und deutlich beschleunigt werden. Desweiteren sollte der städtische öffentliche Verkehr durch entsprechende Ampelschaltungen an Kreuzungsbereichen grundsätzlich Vorrang erhalten. Im Eisenbahnbereich können durch *Streckenelektrifizierungen* oft kürzere Reisezeiten erreicht werden, da elektrisch betriebene Züge schneller beschleunigen. Zugleich verbessert sich durch die Elektrifizierung der Umweltvorsprung des Schienenverkehrs weiter.

Kürzere Reisezeiten machen den öffentlichen Verkehr nicht nur attraktiver für die Nutzer, sondern führen vielfach auch zu günstigeren Betriebskosten, da der Fahrzeugbedarf bei gleicher Angebotsdichte sinkt.

Weniger Umsteigevorgänge / optimierte Umsteigesituationen

In den meisten Fällen haben die Aufgabenträger direkten Einfluss auf die Herstellung von Direktverbindungen sowie auf die Gestaltung von Umsteigsituationen. Dabei sollten sie Herstellung von Direktverbindungen unterstützen, da dies die Attraktivität für die Nutzer deutlich erhöht.

Allerdings können Umsteigevorgänge nicht gänzlich vermieden werden. Daher sollte auch die Verbesserung von Umsteigesituationen in den Blick genommen werden. *Kurze Umsteigewege und kurze Wartezeiten* sind hier aus Nutzersicht zentrale Elemente (siehe USEmobility Report D3.6). An Umsteigeknoten sollten Anschlüsse daher soweit wie möglich am gleichen Bahnsteig hergestellt werden. Entscheidend für die Maßnahmenauswahl ist die konkrete Situation vor Ort. In vielen Fällen kann schon durch betrieblich-organisatorische Änderungen die Umsteigesituation verbessert werden, während anderenorts bauliche Maßnahmen oder die

Schaffung direkter intermodaler Schnittstellen zur Verknüpfung mit anderen Verkehrsträgern erforderlich sind. Kurze Wartezeiten hängen maßgeblich von einer guten Fahrplankoordination ab, wobei diese aus Nutzersicht alle Angebote des öffentlichen Verkehrs umfassen sollte. Eine gute Grundlage für eine entsprechende Fahrplankoordination sind die bereits erwähnten integrale Taktfahrpläne (siehe dazu oben). Eine regelmäßig wiederkehrende Fahrplanstruktur eröffnet die Chance, Abfahrts- und Ankunftszeiten an Knotenpunkten in einem engen Zeitfenster zu konzentrieren, so dass sich in allen Umsteigerelationen kurze Umsteigezeiten ergeben.

Wachstumsorientierter Kapazitätsausbau

Die Schaffung zusätzlicher Kapazitäten im öffentlichen Verkehr ist ein Schlüsselthema, wenn es darum geht, höhere Marktanteile für den öffentlichen Verkehr und Multimodalität zu erreichen. Kapazitätsengpässe wirken bereits heute als Push-out Faktor. Insbesondere Überfüllung führt zu Abwanderung aus dem öffentlichen Verkehr (siehe USEmobility Report D3.6). Gerade wenn – wie hier empfohlen – Maßnahmen ergriffen werden, die Pull-in Faktoren stärken und Nachfrage auf den öffentlichen Verkehr verlagern, ist es entscheidend, dass die Verkehrspolitik den *Kapazitätsausbau* nicht vernachlässigt. Ansonsten besteht ein großes Risiko, dass der Erfolg von Maßnahmen zur Stärkung des öffentlichen Verkehrs durch Überlastungseffekte und abnehmenden Reisekomfort überkompensiert wird. In diesem Zusammenhang ist z.B. wichtig, dass Aufgabenträger ihre Zukunftsentscheidungen zu Angebotsdichte oder Sitzplatzkapazitäten nicht lediglich am Status quo orientieren, sondern künftige Nachfragersteigerungen von vornherein mitberücksichtigen.

Good Practice und Inspiration:

Fahrgastzuwachs durch Angebotsverbesserungen

Inzwischen gibt es eine große Zahl von Beispielen für Angebotsverbesserungen, die zu stark steigender Fahrgastnachfrage geführt haben. Zu den konkreten Maßnahmen zählen dabei Angebotsverdichtungen, Reisezeitverkürzungen, Schaffung von Direktverbindungen etc. Weitere Informationen zu Beispielen aus Deutschland bietet die Publikation „Stadt, Land, Schiene“:

<https://www.allianz-pro-schiene.de/publikationen/stadt-land-schiene/stadt-land-schiene-3-neuaufgabe-januar-2010.pdf>

Weitere Beispiele aus allen USEmobility Ländern finden sich im USEmobility Report D2.3:

http://www.usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility_wp2_d2.3_region-selection_110505_v03.pdf

Beispiele für integrale Taktfahrpläne und erweiterte Betriebszeiten

Integrale Taktfahrpläne samt erweiterter Betriebszeiten sind inzwischen in vielen Regionen erfolgreich eingeführt. Ein Beispiel ist das deutsche Bundesland Rheinland-Pfalz, wo sich die Verkehrsleistung im Schienenpersonennahverkehr seit Mitte der 1990er Jahre verdoppelt hat:

<http://www.der-takt.de/ueber-den-takt/idee-und-ziele/>

Ein weiteres Beispiel ist das deutsche Bundesland Bayern. Die Nachfrage nach Schienenpersonennahverkehr ist hier um 62 Prozent gestiegen. Weitere Details:

<http://beg.bahnland-bayern.de/die-beg/projekte/bayern-takt>

Programme zur Verbesserung von Umsteigesituationen

Der Aufgabenträger im deutschen Bundesland Sachsen-Anhalt („NASA“) hat ein „Schnittstellenprogramm“ aufgelegt, mit dem Ziel, die Umsteigesituationen an regionalen Bahnstationen zu verbessern. Weitere Details:

<http://www.nasa.de/oePNV/foerderung/foerderprogramme/schnittstellenprogramm/>

3.3.3.3 Einfaches und nutzfrendliches Preissystem anbieten

Kontext / Bedeutung: Fahrtkosten sind ein wichtiger Faktor für die Entscheidungsprozesse der Nutzer. Wettbewerbsfähige Fahrpreise wirken dabei als starker Pull-in Faktor zugunsten des öffentlichen Verkehrs. Neben der Höhe der Fahrpreise als solcher ist auch die Preisstruktur für die Wahrnehmung durch die Nutzer entscheidend. Bemerkenswert ist dabei der positive Effekt, der von durchgehenden Fahrschein- oder Tarifangeboten ausgeht. Der Kunde braucht hier nur einen Fahrschein für den gesamten Reiseweg, selbst wenn er umsteigt und verschiedene Verkehrsmittel oder Verkehrsangebote verschiedener Anbieter nutzt (z.B. in einer multimodalen Transportkette Umstieg vom Zug auf den Bus) (siehe USEmobility Report D3.6).

Entsprechend zählen nichtwettbewerbsfähige Fahrpreise, die Notwendigkeit, verschiedene Tickets für eine Reisekette lösen zu müssen, sowie Hürden beim Fahrscheinerwerb zu den wichtigen Push-out Faktoren (siehe USEmobility Report D3.6).

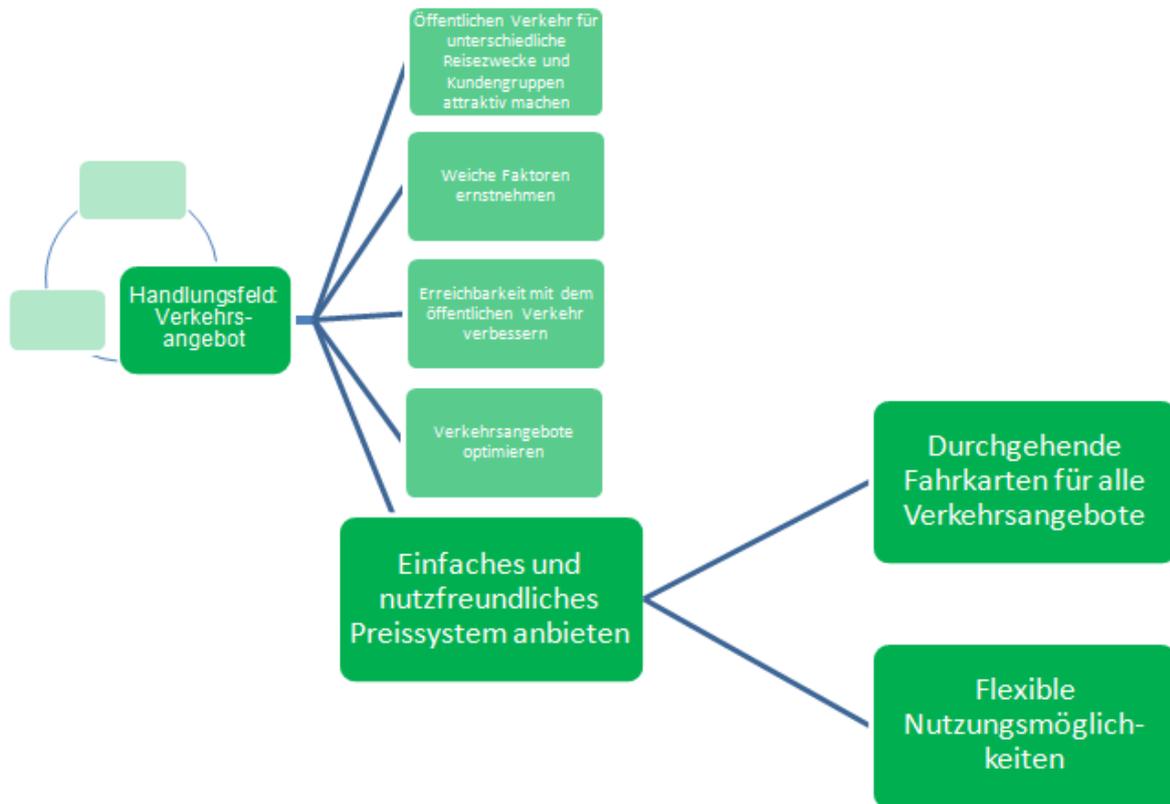


Abbildung 11 – Strategische Empfehlung: Einfaches und nutzfrendliches Preissystem anbieten

Durchgehende Fahrkarten für alle Verkehrsangebote

Wettbewerbsfähige Fahrpreise und eine einfache und verständliche Preisstruktur sind für beide Wechselrichtungen relevant: Entsprechende Maßnahmen können dazu beitragen, dass mehr Menschen zum öffentlichen Verkehr wechseln und zugleich auch dazu, dass weniger Menschen aus dem öffentlichen Verkehr abwandern.

In Bezug auf Fahrpreise sind die Verkehrsunternehmen in der Regel die „Key Player“. Dennoch sind die Aufgabenträger meist in die Entscheidungen eingebunden, so dass diese hier ebenfalls gefordert sind. Darüber hinaus bestimmt die Verkehrspolitik die Rahmenbedingungen für den Wettbewerb der Verkehrsträger, was erheblichen Einfluss auf das Preisniveau sowohl des öffentlichen Verkehrs als auch des motorisierten Individualverkehrs hat (siehe oben Kapitel 3.3.2.1).

Als wichtigste Maßnahme sollten Aufgabenträger die Einführung *durchgehender Fahrkarten für alle Angebote des öffentlichen Nahverkehrs* unterstützen. Die Optionen reichen hier von der gegenseitigen Anerkennung von Fahrscheinen bis hin zu Verbundtarifen, die unternehmensunabhängig in bestimmten Regionen (Verbundgebiete) gelten.

Flexible Nutzungsmöglichkeiten

Flexible Nutzungsmöglichkeiten von Fahrkarten sind ebenfalls ein wirksames Instrument, um Menschen zu einer Nutzung bzw. häufigeren Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu bewegen. So werden z.B. Zeitkarten (z.B. Monatskarten), die nicht nur auf einer bestimmten Strecke gültig sind, sondern den gesamten öffentlichen Verkehr in der Region gültig sind, von den Nutzern gut angenommen. Wenn Zeitkarten (z.B. Monatskarten) übertragbar sind, macht dies die Nutzung ebenfalls einfacher und flexibler. Ähnlich wie bei der Pkw-Nutzung können dann mehrere Familienmitglieder die Zeitkarte abwechselnd nutzen. Die Übertragbarkeit kann grundsätzlich gewährt werden, oder nur in bestimmten Zeiträumen (z.B. Wochenenden und/oder Abendstunden). Auch die Möglichkeit für Zeitkartennutzer, zu bestimmten Zeiten weitere Personen mitzunehmen (z.B. an Wochenenden und/oder Abendstunden), wirkt als Pull-in Faktor zugunsten des öffentlichen Verkehrs.

In technologischer Hinsicht ist beim Fahrausweisvertrieb eine dynamische Entwicklung zu beobachten. Fahrausweise in Form von Chip-Karten sind in vielen Regionen bereits verfügbar, ebenso Online-Tickets oder Handy-Tickets. Aus Nutzersicht sind solche neuen Technologien willkommen, wenn sie dazu beitragen, den Fahrscheinerwerb zu vereinfachen. Darüber hinaus bieten neue Technologien die Chance, neue Kundengruppen zu erreichen, insbesondere junge und technikaffine Menschen; zudem erleichtern neue Technologien die Integration zusätzlicher multimodaler Angebote wie Car-Sharing oder Mieträder. Dennoch gilt: Aus Nutzerperspektive ist eine attraktive und einfach zu verstehende Preisstruktur wichtiger als Technologie als solche.

Good Practice und Inspiration:

Durchgehende Fahrkarten dank interregionaler Kooperation

Die Verkehrsbedürfnisse der Bürger machen nicht an Verwaltungsgrenzen Halt. Deshalb hat man sich im Großraum Halle/Leipzig/Altenburg, der ein Verkehrsgebiet bildet, aber zu drei verschiedenen Bundesländern gehört, dazu entschieden, einen gemeinsamen Verkehrsverbund einzurichten. Reisende sind jetzt dort mit nur noch einem Fahrschein im länderübergreifenden Verbundgebiet unterwegs.

Weitere Details: <http://www.mdv.de/inhalte/verbundgebiet.php>

Multimodal unterwegs mit einem Ticket

Vielerorts wurden durchgehende Fahrkarten für alle Angebot des öffentlichen Verkehrs bereits erfolgreich eingeführt. Der nächste Schritt ist nun, weitere Mobilitätsangebote zu integrieren, wie z.B. Mietrad-Angebote oder Carsharing. GVH, der Verkehrsverbund der Region Hannover, bietet jetzt die erweiterte Monatskarte „HANNOVERmobil“ an, mit der nicht nur das gesamte Angebot des öffentlichen Nahverkehrs in der Region genutzt werden kann. Zusätzlich inbegriffen sind eine kostenlose Registrierung beim regionalen Carsharing-Angebot, eine kostenlose BahnCard 25 sowie eine Preisermäßigung von 20 Prozent für alle Taxifahrten in der Region.

Weitere Details: <http://www.gvh.de/hannovermobil.html>

Das Düsseldorfer Nahverkehrsunternehmen Rheinbahn bietet seit 2012 die erweiterte Monatskarte „Mobil in Düsseldorf“ an. Dieses Ticket ermöglicht die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs in Düsseldorf und beinhaltet außerdem 90 Minuten kostenfreies Carsharing pro Monat und vier Stunden kostenfreie Mietrad-Nutzung pro Tag. Weitere Details:

http://www.rheinbahn.de/tickets/weitere_ticketangebote/Seiten/Mobil-in-Duesseldorf.aspx

3.3.3.4 Öffentlichen Verkehr für unterschiedliche Reisezwecke und Kundengruppen attraktiv machen

Kontext / Bedeutung: Der öffentliche Verkehr wird von den verschiedensten Kundengruppen für unterschiedliche Mobilitätszwecke genutzt – ein Aspekt, der nicht vernachlässigt werden darf, wenn es darum geht höhere Marktanteile zu erreichen. Die USEmobility Wechselnutzerbefragung hat deutlich werden lassen, dass sich das Wechselverhalten je nach Reisezweck deutlich unterscheidet. Wenn Menschen zum öffentlichen Verkehr wechseln bzw. ihn häufiger nutzen, dann sind Fahrten zur und von der Arbeit der dominierende Reiseanlass, während Fahrtzwecke wie „Besorgungen/Einkäufe“ oder „Freizeitaktivitäten“ deutlich seltener sind. Auch im Hinblick auf den Wechselprozess (schrittweise oder „über Nacht“) und die zur Verfügung stehenden Mobilitätsalternativen (Wahlfreiheit) gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Nutzer- bzw. Altersgruppen (siehe USEmobility Report D3.6).

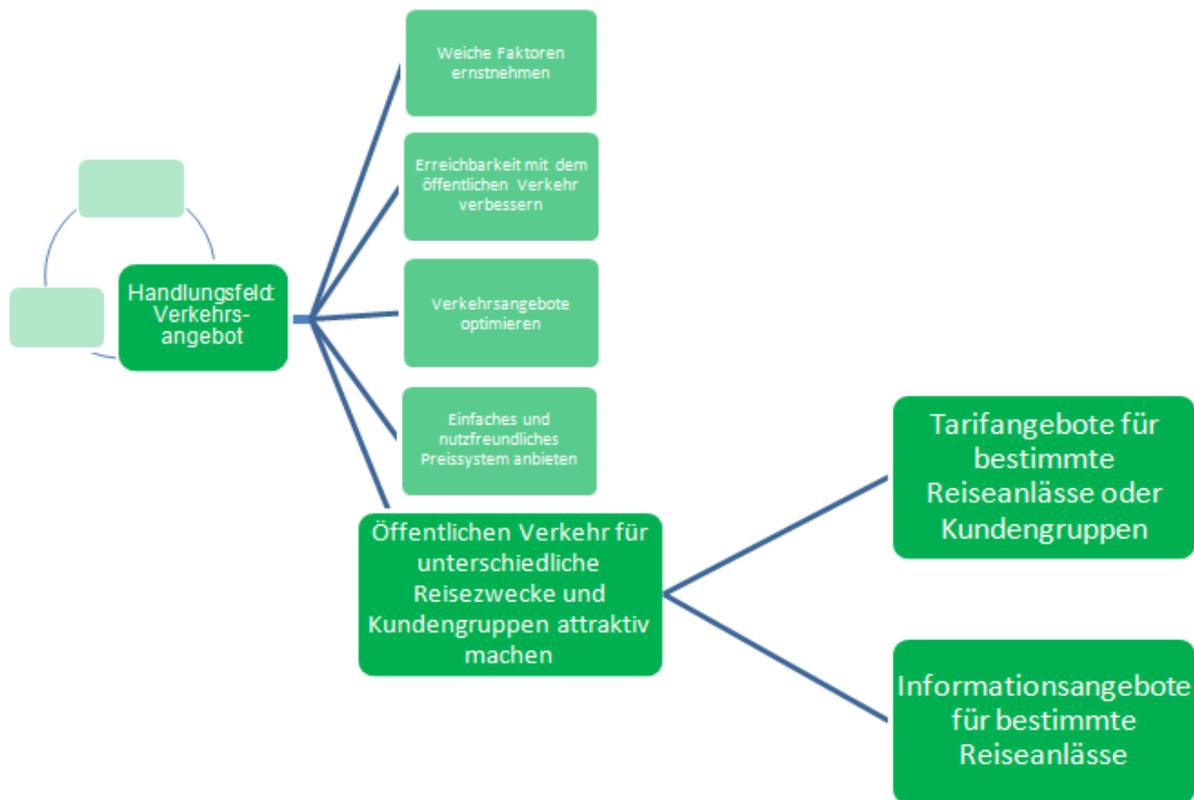


Abbildung 12 – Strategische Empfehlung: Öffentlichen Verkehr für unterschiedliche Reisezwecke und Kundengruppen attraktiv machen

Tarifangebote für bestimmte Reiseanlässe oder Kundengruppen

Ein vielversprechendes Potenzial für eine stärkere Nutzung des öffentlichen Verkehrs liegt darin, neben Berufspendlern gezielt weitere Kundengruppen (Senioren, Jugendliche etc.) anzusprechen und attraktive Angebote für Einkaufs- oder Freizeitfahrten zu schaffen. Verkehrspolitik und Aufgabenträger sollten entsprechende Maßnahmen unterstützen. Die Mobilitätsnachfrage nach Einkaufs- oder Freizeitfahrten besteht meist zu Zeiten außerhalb des Berufsverkehrs. Eine stärkere Nachfrage nach öffentlichem Verkehr außerhalb der Stoßzeiten trägt dazu bei, dass Personal, Infrastruktur und Fahrzeuge effizienter genutzt werden können.

Mögliche Maßnahmen in diesem Bereich sind besondere *Tarifangebote für bestimmte Reiseanlässe oder Kundengruppen, die nicht während des morgendlichen Berufsverkehrs gelten* (siehe dazu auch oben Kapitel 3.3.3.3). Desweiteren sind Kooperationen mit Event-Veranstaltern oder Betreibern von Ausflugszielen möglich, so dass das *Ticket für den öffentlichen Verkehr bereits automatisch in der Eintrittskarte inbegriffen ist*. Bei öffentlichen Großveranstaltungen ab einer bestimmten Besucherzahl könnten die Veranstalter zu einer solchen Ticket-Integration verpflichtet werden, um eine Überlastung der Straßen zu vermeiden.

Informationsangebote für bestimmte Reiseanlässe

Auf bestimmte Fahrtzwecke zugeschnittene Tarifangebote sollten sinnvollerweise mit *spezifischen Informationsangeboten* kombiniert werden, die die Nutzungsmöglichkeiten für Freizeitaktivitäten oder Besorgungen erläutern. Konkrete Beispiele sind Wanderkarten, die Ausflugsziele und Wanderwege darstellen, die gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind, oder Shopping Guides, die auch die Anfahrtsmöglichkeiten mit dem öffentlichen Verkehr darstellen.

Good Practice und Inspiration:

Ticketangebote für die Kunden von morgen

Ein gutes Beispiel für zielgruppenspezifische Tarifangebote sind Zeitkarten mit erweitertem Geltungsbereich für Jugendliche. Der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr bietet Schülern das so genannte „SchokoTicket“ an, das nicht nur für direkte Fahrten zwischen Schule und Wohnort gilt, sondern für das gesamte Nahverkehrsangebot im gesamten Verbundgebiet. Das Ziel ist, dass die Schüler – also die Kunden von morgen – mit dem öffentlichen Verkehr vertraut werden und ihn für alle ihre Mobilitätsbedürfnisse nutzen – von der Fahrt zur Schule bis hin zu Freizeitfahrten aller Art.

Weitere Details:

<http://www.vrr.de/de/tickets/vielfahrer/schokoticket/index.html>

Informationsangebote für bestimmte Reiseanlässe

Die Aufgabenträger im Bundesland Rheinland-Pfalz bieten den Bürgern umfangreiches Informationsmaterial an, welche Möglichkeiten der öffentliche Verkehr für die freizeitbezogene Mobilität bietet. Dabei sind die Informationsangebote auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten (Einzelreisende, Gruppen, Vereine, verschiedene Altersgruppen, etc.). Zudem sind die Informationen auf unterschiedlichen Informationskanälen zugänglich, von der klassischen Broschürenform (weitere Details: <http://www.der-takt.de/broschueren/freizeitbroschueren/>) bis hin zu Online-Informationen (weitere Details: <http://www.der-takt.de/freizeit/tourentipps/>).

3.3.3.5 Weiche Faktoren ernstnehmen

Kontext / Bedeutung: Weiche Faktoren – wie z.B. Atmosphäre oder Kontakt mit Mitreisenden – sind häufiger für Wechselentscheidungen zu Ungunsten des öffentlichen Verkehrs verantwortlich (siehe USEmobility Report D3.6). Dies bedeutet, dass weiche Faktoren allein – mit Ausnahme von Flexibilität und Reisekomfort – in der Regel nicht als starke Pull-in Faktoren

wirken. Sie können allerdings eine wichtige Rolle als positive Verstärker spielen, wenn auch die harten Faktoren die Erwartungen der Nutzer erfüllen. Zufriedenstellende weiche Faktoren sind zudem entscheidend für die Kundenbindung.

Demgegenüber haben weiche Faktoren einen starken Push-out-Effekt, wenn sie von den Fahrgästen als unbefriedigend wahrgenommen werden. Insbesondere Mängel bei *Sauberkeit*, *Geruch*, *Temperatur*, *persönlicher Sicherheit* oder *Reisekomfort* sind Auslöser, dem öffentlichen Verkehr den Rücken zu kehren oder in deutlich seltener zu nutzen. Beispielsweise haben 29 Prozent aller Wechselnutzer, die sich gegen den öffentlichen Verkehr entschieden haben, angegeben, dass mangelnder Reisekomfort einen starken oder entscheidenden Einfluss auf die Wechselentscheidung hatte (siehe USEmobility Report D3.6).

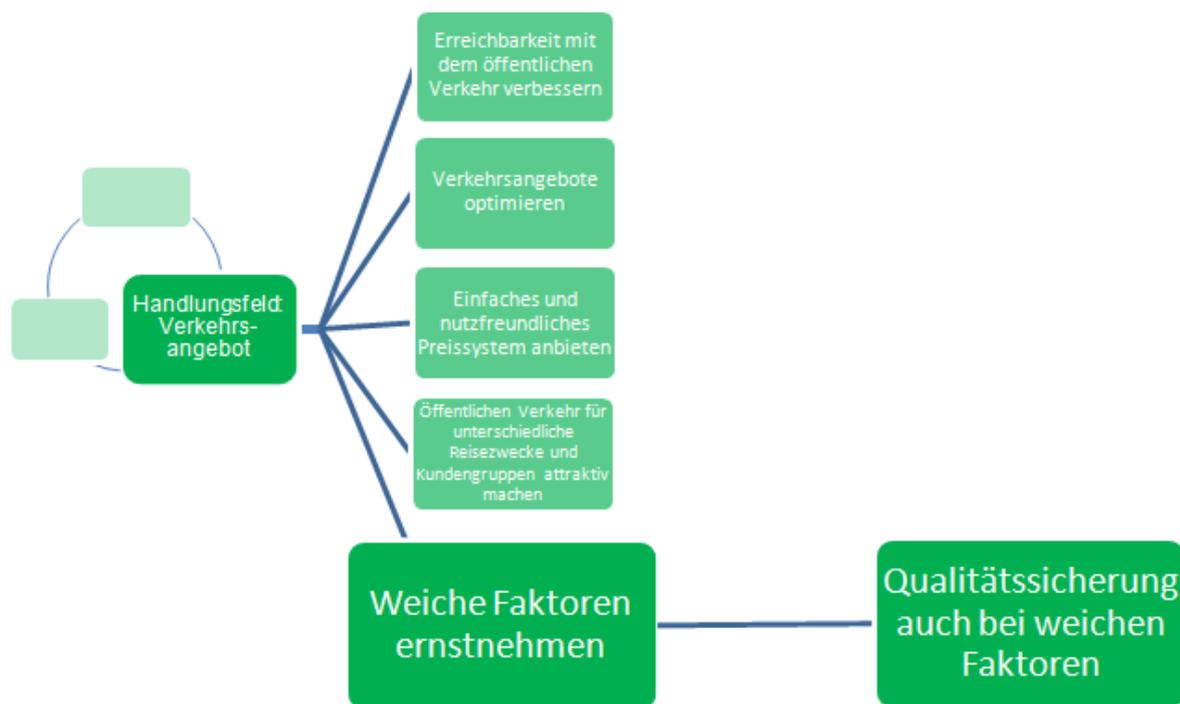


Abbildung 13 – Strategische Empfehlung: Weiche Faktoren ernstnehmen

Qualitätssicherung auch bei weichen Faktoren

Eine gute Angebotsqualität auch bei den weichen Faktoren ist entscheidend für die Nutzerbindung. In dieser Beziehung sind vor allem die Verkehrsunternehmen gefordert, aber auch die Aufgabenträger sind hier gefordert. So können Aufgabenträger zum Beispiel *Mindestanforderungen für Aspekte wie Reisekomfort oder Sauberkeit* in die Verkehrsverträge aufnehmen und das Qualitätsniveau während der Vertragslaufzeit monitorieren. Auch das Sicherheitsempfinden der Fahrgäste ist ein Thema für die Verkehrspolitik. Wenn sich Fahrgäste an Stationen oder auf bestimmten Strecken *unsicher fühlen*, müssen die zuständigen Behörden

gegensteuern, z.B. durch stärkere Polizeipräsenz. Ein weiterer weicher Faktor, den die Verkehrspolitik durch ihr Handeln beeinflussen kann, ist der Umweltvorsprung des öffentlichen Verkehrs. Aufgabenträger können dazu beitragen, den Umweltvorsprung weiter auszubauen, indem sie *Umweltkriterien in die Verkehrsverträge integrieren* und ggf. auch Mehrkosten finanzieren.

Good Practice und Inspiration:

Push-out Effekte minimieren: regelmäßiges Qualitätsmanagement

Um zu gewährleisten, dass das Angebot in Puncto *Sauberkeit, Fahrgastinformation, persönliche Sicherheit* oder *Reisekomfort* zufriedenstellend für die Fahrgäste ist, hat die Bayerische Eisenbahngesellschaft (Aufgabenträger im Bundesland Bayern) für den Schienenpersonennahverkehr ein umfassendes Qualitätsmanagement eingeführt. Die Ergebnisse werden regelmäßig veröffentlicht.

Weitere Details:

<http://beg.bahnland-bayern.de/qualitaetssicherung>

Verbessertes Sicherheitsgefühl. Alkoholverbot

Um für ein besseres Sicherheitsgefühl der Reisenden und mehr Sauberkeit in den Zügen zu sorgen, hat das norddeutsche Bahnunternehmen Metronom ab 2009 den Alkoholkonsum in seinen Zügen untersagt.

Weitere Details:

<http://metronom-alkoholfrei.de/public/>

Weiche Pull-in Faktoren stärken: Umweltvorsprung des Bahnverkehrs weiter ausbauen

Der S-Bahn-Verkehr in Hamburg wird seit 2010 komplett mit Strom aus erneuerbaren Energien betrieben. Der Aufgabenträger unterstützt diese Maßnahme, indem er einen Teil der zusätzlichen Kosten trägt.

Weitere Details:

http://www.s-bahn-hamburg.de/s_hamburg/view/service/oekostrom.shtml

3.3.4 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“

Die Verkehrspolitik hat auch eine Reihe von Möglichkeiten, sogenannte nutzerbezogene Einflussfaktoren bei der Verkehrsmittelwahl zu beeinflussen. Nutzerbezogene Einflussfaktoren resultieren aus den persönlichen Lebensumständen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden.

Das USEmobility Projekt thematisiert in den folgenden Empfehlungen schwerpunktmäßig solche nutzerbezogenen Einflussfaktoren, die den größten Einfluss auf Wechselentscheidungen haben. Im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“ finden sich bei diesen Aspekten die größten Potenziale für Verlagerungen auf den umweltschonenden öffentlichen Verkehr und multimodale Kombinationen. In diesem Handlungsfeld sollte daher hier prioritär angesetzt werden.

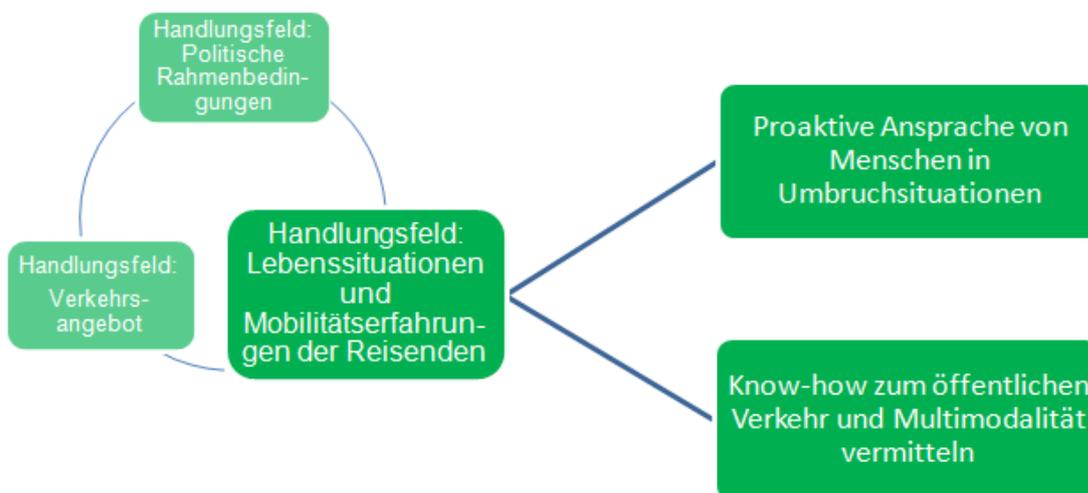


Abbildung 14 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“

3.3.4.1 Proaktive Ansprache von Menschen in Umbruchsituationen

Kontext / Bedeutung: Änderungen der persönlichen Lebenssituation sind der wichtigste Auslöser für Veränderungen des individuellen Mobilitätsmixes. Mehr als die Hälfte der Wechselnutzer erklärte, dass Veränderungen in der persönlichen Situation (Umszug, ein neuer Job, Geburt von Kindern usw.) ein zentrales Motiv für die Neuorientierung waren.

Den stärksten Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl hat dabei ein *Umzug in eine andere Stadt*, auch wenn andere Veränderung der persönlichen Lebenssituation häufiger auftreten. Bei mehr als der Hälfte der Befragten, die in eine andere Stadt umgezogen sind, war der Wohnortwechsel entscheidend für eine veränderte Verkehrsmittelwahl. Desweiteren hoch relevant für die Verkehrsmittelwahl und zugleich auch häufig vorkommend ist ein *Wechsel des Arbeitsplatzes*, während ein *Umzug innerhalb derselben Stadt* die Verkehrsmittelwahl weniger stark beeinflusst (siehe USEmobility Report D3.6).

Dieses Ergebnis der USEmobility Wechselnutzerbefragung verdeutlicht, dass Gewohnheiten und Routinen eine große Rolle für das Alltags-Mobilitätsverhalten spielen. In der Regel überdenken Menschen ihre Mobilitätsroutinen erst dann, wenn eine tiefgreifende Veränderung ihrer Lebenssituation den Anstoß dazu gibt. Aus strategischer Sicht ist die Offenheit der Menschen für neue Lösungen in derartigen Umbruchsituationen eine große Chance, die individuellen Wahlentscheidungen zu Gunsten des öffentlichen Verkehrs zu beeinflussen.

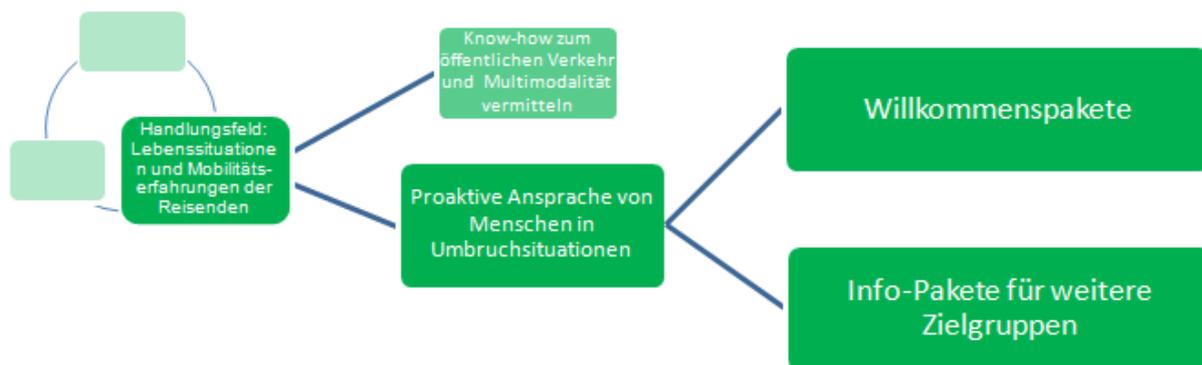


Abbildung 15 – Strategische Empfehlung: Proaktive Ansprache von Menschen in Umbruchsituationen

Willkommenspakete

Im Mobilitätsbereich gibt es in der Regel keine systematische Unterstützung für Menschen, deren persönliche Lebenssituation sich geändert hat. Dies bedeutet, dass das Potenzial biografischer Umbruchsituationen bisher kaum genutzt wird, um eine stärkere Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu erreichen. Hier sollte die Verkehrspolitik ansetzen und proaktiv Informationen zu Mobilitätsalternativen anbieten. So können beispielsweise für Bürger, die kürzlich umgezogen sind, „*Willkommenspakete*“ geschnürt werden, die umfassende Informationen über die öffentlichen und multimodalen Verkehrsangebote am neuen Wohnort enthalten.

Aktiv werden können hier beispielsweise die Kommunen, die über entsprechende Informationen verfügen, welche Bürger neu zugezogen sind, oder auch Aufgabenträger. Dabei bietet sich eine enge Kooperation mit den örtlichen Verkehrsunternehmen an, und ggf. auch mit Verbänden wie Fahrgastorganisationen oder Umweltverbänden.

Info-Pakete für weitere Zielgruppen

Willkommenspakete für Neubürger sind ein vielversprechender Ausgangspunkt für die proaktive Ansprache von Menschen in biografischen Umbruchsituationen. *Das Konzept kann dann auf weitere Zielgruppen übertragen werden*, z.B. auf Personen, die ihre Hochschul- oder Berufsausbildung abgeschlossen haben, die den Arbeitsplatz gewechselt haben oder in den Ruhestand getreten sind, oder auf Familien, bei denen sich Nachwuchs eingestellt hat.

In der proaktiven Ansprache von Menschen in Umbruchsituationen liegt ein erhebliches Potenzial zur Förderung von öffentlichem Verkehr und Multimodalität, während der Kostenaufwand vergleichsweise gering ist. Zugleich kann dieser Ansatz zu einer besseren Auslastung der bestehenden Nahverkehrsangebote beitragen, so dass Personal, Infrastruktur und Fahrzeuge effizienter genutzt werden können und die Ressourcenplanung vereinfacht wird.

Good Practice und Inspiration:

Gemeinsam mit Wohnungsanbietern Neubürger ansprechen

Das USEmobility Projekt-Konsortium stellt erfreut fest, dass die Projektarbeit bereits Auswirkungen auf die Praxis hatte. Angeregt durch eine Sitzung der USEmobility Business Advisory Group im Jahr 2011, haben die Österreichischen Bundesbahnen ÖBB (S-Bahn Salzburg) im Jahr 2012 eine Kooperation mit Wohnungsanbietern gestartet. Neu zugezogene Personen im Einzugsbereich der S-Bahn erhalten seitdem ein umfassendes Info-Paket über das S-Bahn-Angebot samt einem Gutschein, der beim Kauf einer Zeitkarte für den öffentlichen Nahverkehr eingelöst werden kann. Das Konzept wird derzeit auf andere Regionen Österreichs ausgeweitet. Weitere Details:

http://konzern.oebb.at/de/Presse/Presseinformationen_aus_den_Bundeslaendern/Salzburg/PDF/2012/Q4/2012_11_16_Salzburg_Perfekte_Kombination_von_Wohnen_und_saubere_Mobilitaet.pdf

und

http://konzern.oebb.at/de/Presse/Presseinformationen_aus_den_Bundeslaendern/Steiermark/PDF/2012/Q4/2012_11_16_PI_PV_Steiermark_Willkommenspaket_Bruck.pdf

3.3.4.2 Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln

Kontext / Bedeutung: Wissen über das System öffentlicher Verkehr und die Verfügbarkeit von

Informationen haben einen starken Einfluss auf die Verkehrsmittelwahlentscheidungen der Nutzer, auch unabhängig von konkreten Anlässen wie biografischen Umbruchsituationen. Grundlage für Änderungen des Mobilitätsmixes zugunsten des öffentlichen Verkehrs waren bei der Mehrheit der Wechselnutzer eigene Erfahrungen mit dem öffentlichen Verkehr oder Informationen aus dem persönlichen Umfeld (Familie, Freunde, Bekannte oder Arbeitskollegen). Im Vergleich dazu ist der Einfluss von Informationsangeboten von Seiten der Verkehrsunternehmen oder Aufgabenträger bislang klar unterentwickelt (siehe USEmobility Report D3.6).

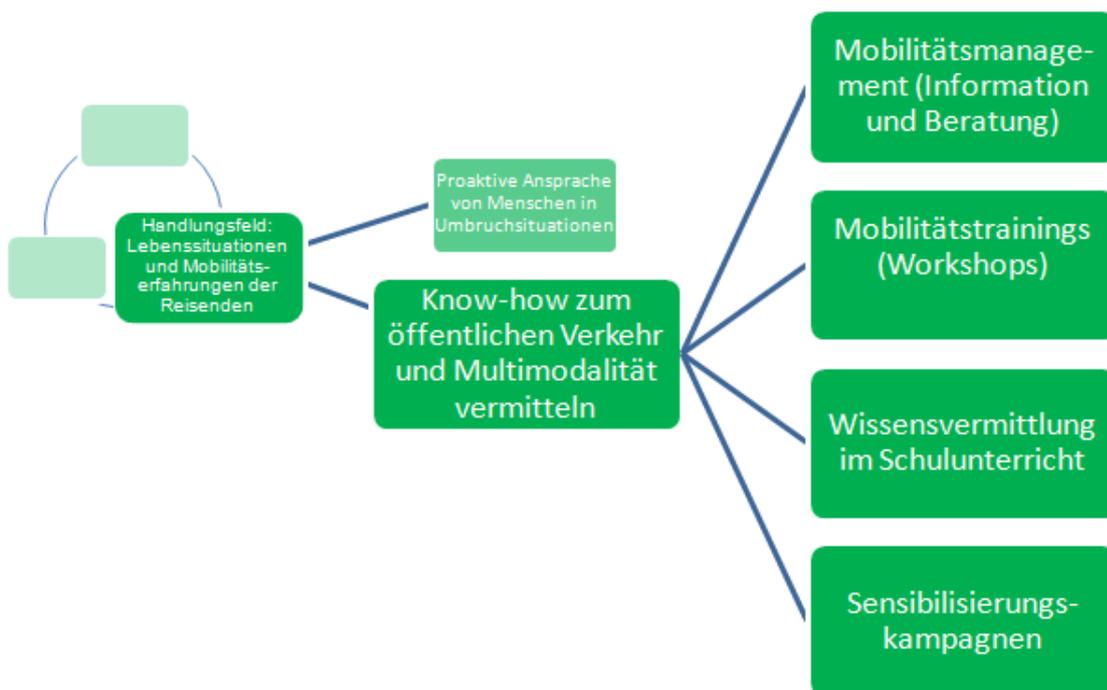


Abbildung 16 – Strategische Empfehlung: Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln

Mobilitätsmanagement (Information und Beratung)

In vielen Fällen bieten die von den Verkehrsunternehmen oder Aufgabenträgern angebotenen Informationen noch Ansatzpunkte für quantitative und qualitative Verbesserungen. Dabei sind zwei Zielgruppen gleich wichtig: Die aktuellen Nutzer des öffentlichen Verkehrs, die einen einfachen Zugang zu allen relevanten Informationen erwarten, und potenzielle Nutzer, die noch nicht näher mit dem öffentlichen Verkehr vertraut sind und für die zielgruppengerechte Informationsangebote entwickelt werden müssen.

Bei der weiteren Verbesserung des Informationsangebotes für die Kunden des öffentlichen Verkehrs sind vor allem die Verkehrsunternehmen gefordert. Wenn es aber darum geht, grundsätzliches Wissen über Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Verkehrs zu vermitteln, gerade auch mit Blick auf bisherige Nicht-Nutzer, dann ist dies auch eine Aufgabe für die Verkehrspolitik.

Öffentliche Akteure können hier zum Beispiel aktiv werden, indem sie umfassendes *Mobilitätsmanagement* anbieten, sinnvollerweise in Kooperation mit den lokalen Verkehrsunternehmen. Informations- und Beratungsangebote zu Mobilitätsalternativen sind ein vielversprechendes Instrument, um mehr Menschen zu einem Wechsel zum öffentlichen Verkehr und multimodalen Transportketten zu motivieren. Angebote im Rahmen eines solchen Mobilitätsmanagements sollten sich nicht nur an Einzelpersonen richten, sondern z.B. auch Arbeitgeber und Schulen ansprechen. Dabei ist entscheidend, dass die Angebote auf die spezifischen Beratungs- und Informationsbedürfnisse der Zielgruppen zugeschnitten sind (u.a. Berücksichtigung von Alter, Einstellungen, Lebensumständen etc.), verschiedene Mobilitätsanlässe berücksichtigen und regionalen Unterschieden Rechnung tragen (städtische und ländliche Räume).

Dabei sollte es nicht nur um die Vermittlung der relevanten Fakten und Sachinformationen gehen. Es sollten vielmehr auch die mit der Mobilität verbundenen *Images und Emotionen* in den Blick genommen werden. Traditionell neigen die Akteure im öffentlichen Verkehr dazu, (potenzielle) Nutzer eher rational und faktenorientiert anzusprechen. Vor dem Hintergrund der Tatsache, dass sich heute im Mobilitätsbereich – nicht nur bei jüngeren Menschen – Einstellungen und Werte deutlich wandeln, hat eine stärker gefühlsbetonte, lifestyle-orientierte Kundenansprache noch erhebliches Potenzial. Der öffentliche Verkehr und multimodale Angebote haben die Chance, zum Sinnbild für moderne Mobilität zu werden, die die Freiheit einschließt, online zu sein, zu arbeiten oder zu entspannen, und die zugleich mit einer guten Umweltbilanz aufwartet.

Mobilitätstrainings (Workshops)

Unsicherheit und fehlende Praxiserfahrung in praktischen und/oder technischen Fragen ist eine ganz erhebliche psychologische Zugangsbarriere für Nicht-Nutzer. Gerade in einer älter werdenden Gesellschaft besteht ein wachsender Bedarf für praktische Hilfestellungen beim Zugang zum öffentlichen Verkehr, beispielsweise zur Frage, wie ein Fahrkartenautomat zu bedienen ist oder wie man einen Fahrschein online kauft. Um derartiges Praxiswissen zu vermitteln, können spezielle *Mobilitätstrainings* angeboten werden.

Wissensvermittlung im Schulunterricht

Häufig übersehen wird der Einfluss von Lernen und Erziehung auf die Verkehrsmittelwahl. Wenn heute das Thema Verkehr im Schulunterricht behandelt wird, dann geht es in der Regel nur um sicheres Verhalten im Straßenverkehr („Verkehrserziehung“). Dieser allein auf den Straßenverkehr verengte Ansatz muss durch ein ausgewogeneres Konzept ersetzt werden. Umfassende *Wissensvermittlung, wie man das System öffentlicher Verkehr nutzen kann,*

einschließlich praktischer Erfahrungen, sollte verbindlich in die Lehrpläne integriert werden. am Beispiel des Fahrradfahrens, das den meisten Schülern ohnehin vertraut ist, kann das Thema Multimodalität erläutert werden. Die Umweltvorteile von öffentlichem Verkehr und Multimodalität bieten konkrete Anknüpfungspunkte zu Themen in zahlreichen Unterrichtsfächern, wie z.B. Erdkunde, Physik, Chemie und Biologie.

Sensibilisierungskampagnen

Ein weiteres Instrument für die Verkehrspolitik, um das Wissen über öffentlichen Verkehr und multimodale Mobilität zu verbreitern, sind *Sensibilisierungskampagnen*. Öffentlichkeitswirksame Sensibilisierungskampagnen können Anlässe schaffen, dass Bürger ihr Mobilitätsverhalten überdenken und häufiger den öffentlichen Verkehr und multimodale Transportketten nutzen. Die Verkehrspolitik kann hierzu mit Verbänden und Organisationen kooperieren und auch mit den Verkehrsunternehmen.

Ansatzmöglichkeiten bietet hier nicht zuletzt das Umweltbewusstsein der Nutzer. Die USEmobility Wechselnutzerbefragung hat gezeigt, dass Umweltaspekte schon heute bei der Verkehrsmittelwahl eine nennenswerte Rolle spielen. Die bessere Umweltbilanz ist der wichtigste weiche Pull-in Faktor zugunsten des öffentlichen Verkehrs (siehe USEmobility Report D3.6).

Good Practice und Inspiration:

Veränderte Verkehrsmittelwahl durch Mobilitätsmanagement

Insbesondere auf kommunaler Ebene haben sich Angebote zum Mobilitätsmanagement in den letzten Jahren stark entwickelt. Einen guten Überblick über die jüngsten Entwicklungen bietet die European Platform on Mobility Management:

<http://www.epomm.eu/index.php>

Psychologische Zugangsbarrieren überwinden: Mobilitätstrainings

Öffentlicher Verkehr und multimodale Angebote wirken für Nicht-Nutzer häufig komplex und kompliziert – solange das System und seine Nutzungsmöglichkeiten nicht erklärt werden.

Das Bahnunternehmen AKN, das in der Metropolregion Hamburg aktiv ist, bietet Mobilitätstrainings für Nicht-Nutzer an. Weitere Details:

<http://www.akn.de/service/mobilitaetstraining/>

Die Stadt München bietet spezielle Mobilitätstrainings für Senioren an. Weitere Details:

<http://www.aeneas-project.eu/?page=munichmeasure3>

Kampagnen von Politik und Verwaltung für umweltschonende und gesundheitsbewusste Mobilität

Das Saarländische Ministerium für Umwelt, Energie und Verkehr hat 2011 eine Sensibilisierungskampagne unter dem Motto „Ozon ausbremsen. Bus & Bahn fahren“ durchgeführt. Die Kampagne hatte das Ziel, Menschen zum Umstieg auf Bus und Bahn zu bewegen, um die Luftqualität in der Region zu verbessern.

Weitere Details:

http://www.saarland.de/59845_81194.htm

Die Stadt Freiburg hat zum Thema Klimaschutz im Jahr 2009 die Sensibilisierungskampagne 'CO₂LIBRI' gestartet. Teil der Kampagne sind Informationsangebote für den Umstieg vom Pkw auf Bus und Bahn.

Weitere Details:

http://www.co2libri.freiburg.de/servlet/PB/menu/1230226_11/index.html

Neue Möglichkeiten sichtbar machen: Einführungskampagnen

Die Behörden im Österreichischen Bundesland Steiermark haben die Inbetriebnahme des neuen S-Bahn-Systems im Jahr 2007 mit einer umfassenden und öffentlichkeitswirksamen Einführungskampagne begleitet. Autofahrer wurden über die Verkehrsnachrichten im Radio über das neue Angebot informiert und eine Infobroschüre zum Thema „Wie nutze ich den öffentlichen Verkehr“ wurde an alle Haushalte im Einzugsbereich der neuen S-Bahn verteilt.

Weitere Details:

<http://www.verkehr.steiermark.at/cms/beitrag/11099454/41537773>

3.4 Empfehlungen und Praxisbeispiele im Detail mit langfristiger Perspektive (bis 2050)

Es ist zweifellos eine Herausforderung, einen Ausblick auf die Mobilität im Jahre 2050 zu wagen. Zahlreiche Experten aus allen Akteursgruppen, die im Rahmen des USEmobility Projekts mitdiskutiert haben (Politik, Verkehrsunternehmen, Verbände und Organisationen, Wissenschaft und Beratung), haben auf die Unsicherheiten hingewiesen, mit denen heute eine Detail-Diskussion des Verkehrssystems des Jahres 2050 behaftet ist (siehe USEmobility Report D 4.4). In der Tat bleibt bis 2050 noch viel Zeit, und bis dahin werden sich zahlreiche Veränderungen vollziehen und sich neue Strukturen etablieren.

Der notwendige Wandel unseres Verkehrssystems ist auch deshalb eine Herausforderung, weil der heutige Status quo, der immer noch klar straßenverkehrsdominiert ist, Ergebnis einer jahrzehntelangen Entwicklung ist. Maßnahmen für ein Umsteuern werden die Strukturen und politischen Präferenzen der Vergangenheit nicht über Nacht umkehren können. Aber es wäre bereits ein immenser Fortschritt, wenn die Verkehrspolitik jetzt die Weichen so stellt, dass sich das Verkehrssystem in den nächsten Jahrzehnten in Richtung mehr Nachhaltigkeit entwickeln kann.

Insbesondere im Hinblick auf die verkehrspolitischen Rahmenbedingungen und die Verkehrswegeplanung ist eine langfristige Perspektive nötig, um einen Wandel zu erreichen. Es ist deshalb wichtig, dass sich alle Akteure bereits heute über die langfristigen Perspektiven der Mobilität verständigen, damit die kurz- und mittelfristig machbaren Maßnahmen langfristig ihr ganzes Potenzial entfalten können. Ziel muss sein, dass die kurz- und mittelfristig ergriffenen Maßnahmen von vornherein in eine Langfriststrategie eingebettet sind.

Bis 2020 geht es vor allem darum, einen verkehrspolitischen Rahmen zu schaffen, der dem öffentlichen Verkehr Priorität einräumt, die Verkehrsangebote zu verbessern und die Nutzerperspektive besser zu integrieren. Auf dieser Grundlage eröffnen sich der Verkehrspolitik dann neue Handlungsmöglichkeiten und neue Themenfelder, die bis 2050 in den Blick genommen werden können. Angebotsverbesserungen und Anreize für Verkehrsverlagerungen werden dabei auf der Agenda bleiben. An Bedeutung gewinnen dürfte aber nach 2020 das Thema Verkehrsvermeidung.

Dies bedeutet nicht, dass Verkehrsvermeidung nicht schon im Zeitraum bis 2020 ein Thema wäre. Im Gegenteil, Maßnahmen zur Verkehrsvermeidung werden bereits seit längerem diskutiert und z.B. in Wohngebieten auch erfolgreich umgesetzt. Dennoch bedarf es aus heutiger Perspektive für eine Weiterentwicklung dieses Ansatzes noch deutlicher Änderungen der Rahmenbedingungen im Status quo, die kaum vor 2020 zu erwarten sind.

3.4.1 Strategische Empfehlungen mit langfristiger Perspektive im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“

3.4.1.1 Mobilität sichern bei weniger Verkehr

Kontext / Bedeutung: Im Hinblick auf Verkehrsvermeidung spielen verschiedene Aspekte eine Rolle: Kürzere Wege, bessere Auslastung der genutzten Verkehrsmittel und weniger motorisierter Verkehr. Zugleich ist wichtig, klar zwischen Verkehr und Mobilität zu unterscheiden, denn Mobilität ist nicht identisch mit Verkehr. Mobilität ist die Möglichkeit bestimmte räumliche Ziele erreichen. Je mehr Ziele erreichbar sind, desto größer ist die Mobilität. Die Definition zeigt, dass das Erreichen von Zielen das Maß der Mobilität bestimmt, und nicht die Länge der zurückgelegten Strecke. Je kürzer die Wegelängen, desto geringer ist der Bedarf für motorisierten Verkehr; stattdessen rücken das Zufußgehen oder der Radverkehr in den Fokus. Ein gleiches Mobilitätsniveau kann sowohl mit einem hohen Verkehrsaufwand als auch mit einem geringen Verkehrsaufwand erreicht werden. Verkehrsvermeidung bedeutet also keineswegs die Einschränkung von Mobilität.

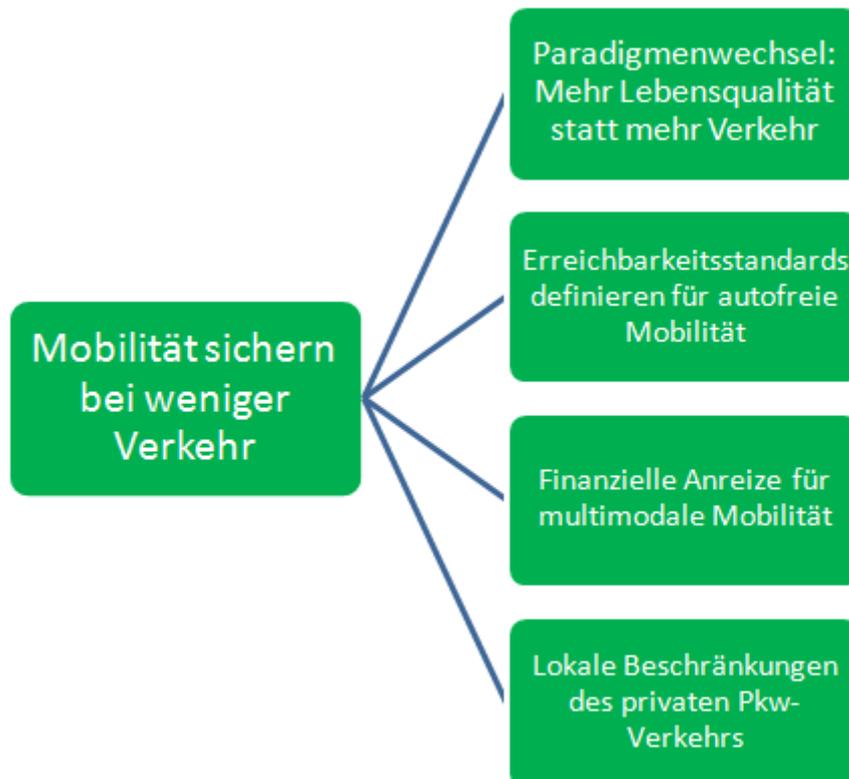


Abbildung 17 – Strategische Empfehlung: Mobilität sichern bei weniger Verkehr

Paradigmenwechsel: Mehr Lebensqualität statt mehr Verkehr

Mobilität sichern bei weniger Verkehr ist sicherlich eine Herausforderung. Der bestimmende Faktor für die individuelle Mobilität ist der Aktionsradius, der erforderlich ist, um im gewünschten Umfang am Leben teilzunehmen. Die Verkehrspolitik sollte daher daran arbeiten, Strukturen zu schaffen, die den Bürgern mehr Teilhabe im Nahbereich ermöglichen, statt das Zurücklegen langer Wege zu fördern. Ein solcher *Paradigmenwechsel* würde nicht nur dazu beitragen, den Verkehrsaufwand zu reduzieren, sondern bietet auch die Chance, die Lebensqualität für viele Bürger deutlich zu verbessern. Die Bürger würden von geringeren Mobilitätskosten, Zeitersparnissen, besseren Stadtstrukturen, geringerem Flächenverbrauch und weniger Umweltproblemen profitieren.

Aktuelle Trends wie z.B. mehr Möglichkeiten zur Heimarbeit tragen ebenfalls zur Vermeidung unnötigen Verkehrs bei. Der fortschreitende demografische Wandel, der zu einer älter werdenden Gesellschaft führt, sowie der Trend zur (Re-) Urbanisierung führen gleichfalls zu weniger Bedarf für lange Reisewege und zu mehr Nachfrage nach Teilhabemöglichkeiten im Nahbereich. Gleichzeitig ist vor allem bei jüngeren Menschen zu beobachten, dass sich Einstellungen und Werte in Bezug auf Mobilität deutlich wandeln. Neue Statussymbole aus anderen Lebensbereichen gewinnen an Bedeutung. Tatsächlich wird „Mobilität“ mittlerweile eher mit mobiler Kommunikation oder dem Internet assoziiert als mit Autofahren.

Stadt- und Raumplanung gehören zu den wirkungsvollsten Instrumenten der Verkehrspolitik, um den Bürgern kurze Wege zu ermöglichen. Wie bereits ausgeführt, hat die Raumplanung einen ganz erheblichen Einfluss auf die Verkehrsnachfrage (siehe oben Kapitel 3.3.2.2). Vorbildcharakter haben hier Konzepte, die Siedlungsbänder schaffen (Ausweisung von Entwicklungsflächen für neue Wohn- oder Gewerbegebiete entlang der öffentlichen Verkehrsachsen), das Konzept der „Stadt der kurzen Wege“ (das unnötigen Verkehr vermeidet, und Fußverkehr, Radfahren und öffentlichen Verkehr fördert), Parkraumbewirtschaftung sowie autofreie Bezirke.

Erreichbarkeitsstandards definieren für autofreie Mobilität

Wenn Menschen in Städten oder Gemeinden „der kurzen Wege“ leben, dann wird die Zahl autofreier Haushalte steigen. Folge ist eine steigende Nachfrage nach öffentlichem Verkehr und multimodalen Angeboten, selbst wenn das Verkehrsaufkommen insgesamt zurückgeht. Die Verkehrspolitik sollte sich rechtzeitig auf die absehbaren Verschiebungen der Nachfrage vorbereiten. Wichtige Maßnahmen sind hier *mehr Kapazität* im öffentlichen Verkehr und mehr multimodale Angebote wie z.B. Carsharing. Was die Dichte des öffentlichen Verkehrs und der multimodalen Angebote angeht, sollte die Politik für städtische und ländliche Gebiete Mindest-Erreichbarkeitsstandards definieren. Damit erhielten sowohl Bürger als auch Verkehrsunternehmen langfristige Planungssicherheit, auf die sie sich bei ihren Mobilitäts- bzw. Unternehmensentscheidungen stützen können.

Finanzielle Anreize für multimodale Mobilität

Eine weitere wichtige Maßnahme ist, dass die Verkehrspolitik *klare und eindeutige Preissignale* setzt. Bestehende finanzielle Fehlanreize wie z.B. Pendlerpauschalen, die die Zersiedlung fördern, oder steuerliche Begünstigungen der privaten Dienstwagennutzung müssen beendet werden. Eine denkbare Alternative wäre z.B. eine steuerliche Begünstigung autofreier

Haushalte. Ein weiteres wichtiges Instrument ist die Internalisierung der externen Kosten des Verkehrs.

Lokale Beschränkungen des privaten Pkw-Verkehrs

Anreize für öffentliche Mobilität und nicht-motorisierte Mobilität können sinnvoll durch lokale Maßnahmen ergänzt werden, die den *privaten Pkw-Verkehr einschränken*. Beispielsweise können private Pkws vollständig oder zeitweise vom Zugang zu bestimmten Bereichen ausgeschlossen werden, wenn eine ausreichende Erreichbarkeit durch öffentlichen Verkehr und multimodale Angebote gewährleistet ist. Ein anderes sinnvolles Instrument ist eine Begrenzung der Parkplatzzahl.

4. Fazit

Ein besseres Verständnis der individuellen Wechselgründe bei der Verkehrsmittelwahl und ein besseres Verständnis der vorhandenen Veränderungsbereitschaft eröffnen der Verkehrspolitik neue Möglichkeiten, die Verlagerung von Verkehr auf den umweltschonenden öffentlichen Verkehr und multimodale Kombinationen zu fördern.

Die vorliegenden Empfehlungen haben die relevanten Handlungsfelder herausgearbeitet und aufgezeigt, wo die Verkehrspolitik ansetzen kann, wenn sie Nutzerentscheidungen zugunsten von mehr öffentlichem Verkehr und multimodalen Kombinationen unterstützen will. Nun sind die politischen Akteure gefordert, vor Ort passende Strategien für eine nachhaltigere Mobilität zu entwickeln.

Dabei ist die Ausgangssituation in jedem Land verschieden (genaue Konstellation der Akteure und ihre jeweiligen Verantwortlichkeiten, Rechtsrahmen, finanzielle Möglichkeiten, vorhandene Infrastruktur, technische Situation, Angebotsniveau des öffentlichen Verkehrs etc.). Dennoch sind die Kernelemente einer Strategie für eine nachhaltigere Mobilität länderübergreifend sehr ähnlich.

Zunächst bedarf es klarer Richtungsentscheidungen zugunsten von mehr öffentlichem Verkehr und multimodaler Kombinationen. Alle beteiligten Politikebenen müssen hier den Mut haben, für den Verkehr von morgen neue Prioritäten zu setzen. Dies ist die Basis für den notwendigen Wandel des Verkehrssystems.

Nächstes wichtiges Element ist Koordination und Integration. Ansätze zur Förderung einer umweltfreundlichen Mobilität werden nur dann erfolgreich sein, wenn die Maßnahmen auf den verschiedenen Politikebenen und in den verschiedenen Politikfeldern aufeinander abgestimmt sind und alle Beteiligten an einem Strang ziehen. Dabei müssen Nutzererwartungen, Politikziele, Innovationen und die Interessen der am Markt agierenden Verkehrsunternehmen auf einen Nenner gebracht werden.

Auf dieser Grundlage kann systematisch an Maßnahmen gearbeitet werden, die zunehmend mehr Menschen motivieren, zum öffentlichen Verkehr und zu multimodalen Kombinationen zu wechseln. Entscheidend ist ein strategisches Management der Maßnahmenentwicklung, das die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Handlungsfeldern und Maßnahmen in den Blick nimmt:

Angebotsverbesserungen beim öffentlichen Verkehr sollten einhergehen mit dem Abbau bestehender Fehlanreize, die den motorisierten Individualverkehr fördern. Je besser der öffentliche Verkehr ausgebaut ist, desto wichtiger wird die Arbeit an weichen Faktoren und den nutzerbezogenen Einflussfaktoren. Alle Maßnahmen müssen von einer klaren Kommunikation begleitet werden, die sich sowohl an die Nutzer als auch an bisherige Nicht-Nutzer richtet. Dabei sollte es nicht nur um die Vermittlung der relevanten Fakten und Sachinformationen gehen. Es sollten vielmehr auch die mit der Mobilität verbundenen Images und Emotionen in den Blick genommen werden, sowie der gesamtgesellschaftliche Nutzen, der sich durch eine stärkere Nutzung nachhaltigerer Mobilitätsformen ergibt. Wenn infolge der ergriffenen Maßnahmen die Nachfrage nach öffentlichem Verkehr und multimodalen Kombinationen wächst, müssen rechtzeitig Schritte zum weiteren Kapazitätsaufbau und zur Umsetzung

weiterer Innovationen eingeleitet werden.

Die Entwicklung eines nachhaltigeren Verkehrssystems muss somit als Daueraufgabe verstanden werden. Mit Hilfe eines integrierten und koordinierten Ansatzes haben die beteiligten Akteure jetzt die Chance, eine Aufwärtsspirale für mehr umweltschonende multimodale Mobilität in Gang zu setzen.

Aufwärtsspirale für mehr umweltschonende multimodale Mobilität

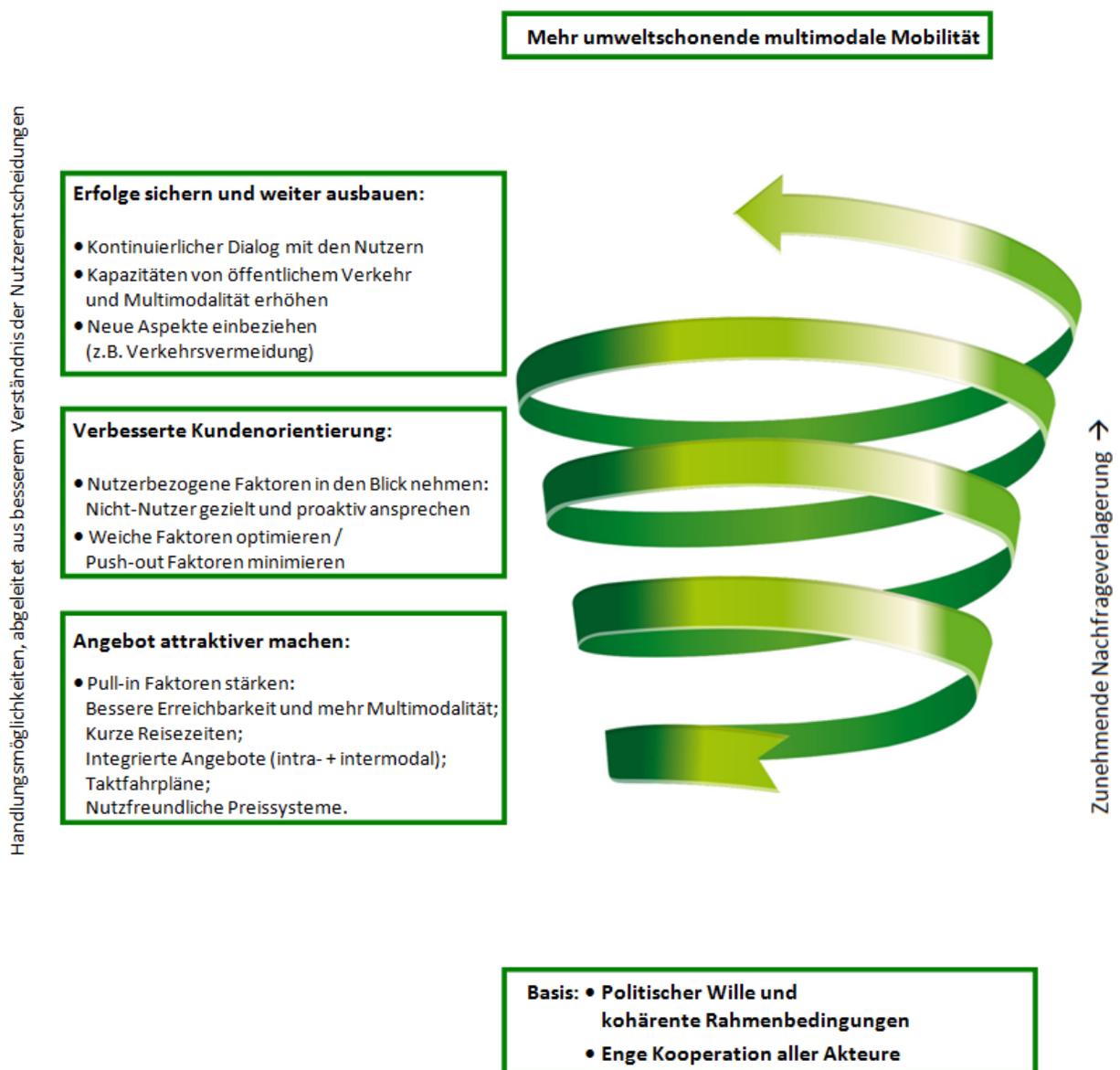


Abbildung 18 – Aufwärtsspirale für mehr umweltschonende multimodale Mobilität

5. Quellen und Literatur

AKN: Bannig mobil mit der AKN, <http://www.akn.de/service/mobilitaetstraining/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Allianz pro Schiene: 15 Beispiele erfolgreicher Bahnen im Nahverkehr, 01.2010, <https://www.allianz-pro-schiene.de/publikationen/stadt-land-schiene/stadt-land-schiene-3-neuaufgabe-ianuar-2010.pdf> letzter Zugriff: 15.03.2013

Allianz pro Schiene: 16 Beispiele erfolgreicher Bahnen im Nahverkehr, 05.2006 <https://www.allianz-pro-schiene.de/publikationen/stadt-land-schiene/stadt-land-schiene-2-auflage-juni-2006.pdf#page=6> letzter Zugriff: 15.03.2013

Allianz pro Schiene: Regionalisierungsmittel, <http://www.allianz-pro-schiene.de/service/glossar/regionalisierungsmittel/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Attaining Energy-Efficient Mobility in an Ageing Society: Munich – Senior citizen mobility training, <http://www.aeneas-project.eu/?page=munichmeasure3> letzter Zugriff: 15.03.2013

Bayerische Eisenbahngesellschaft: Der Bayern-Takt, <http://beg.bahnland-bayern.de/die-beg/projekte/bayern-takt> letzter Zugriff: 15.03.2013

Bayerische Eisenbahngesellschaft: Qualität – eine Frage der Kontrolle, <http://beg.bahnland-bayern.de/qualitaetssicherung> letzter Zugriff: 15.03.2013

Berlin: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt: Stadtentwicklungsplan Verkehr (StEP Verkehr 2.0) – Kurzfassung http://www.stadtentwicklung.berlin.de/verkehr/politik_planung/step_verkehr/download/StEP_Verkehr_Berlin_Kurzfassung.pdf letzter Zugriff: 15.03.2013

Brusselse Hoofdstedelijke Regering. Besluit van de Brusselse Hoofdstedelijke Regering betreffende de bedrijfsvervoerplannen, 08.04.2011, http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2011040708 letzter Zugriff: 15.03.2013

Bundesministerium der Justiz: Gesetz zur Regionalisierung des öffentlichen Personennahverkehrs (Regionalisierungsgesetz - RegG), 14.12.2012, <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/regg/gesamt.pdf> letzter Zugriff: 15.03.2013

Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT): Gesamtverkehrsplan für Österreich, <http://www.bmvit.gv.at/verkehr/gesamtverkehr/gvp/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: Energiekonzept für eine umwelt schonende, zuverlässige und bezahlbare Energieversorgung, 28.09.2010: <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/energiekonzept-2010,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf> letzter Zugriff: 15.03.2013

Das Land Steiermark: Park&Ride in der Steiermark,
<http://www.verkehr.steiermark.at/cms/ziel/28465402/DE/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Das Land Steiermark: S-Bahn (suburban railway) Styria,
<http://www.verkehr.steiermark.at/cms/beitrag/11099454/41537773> letzter Zugriff: 15.03.2013

EPOMM (European Platform on Mobility Management): Main aims,
<http://www.epomm.eu/index.php> letzter Zugriff: 15.03.2013

Europäische Kommission: Eine nachhaltige Zukunft für den Verkehr: Wege zu einem integrierten, technologieorientierten und nutzerfreundlichen System, (KOM(2009) 279 endgültig),
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0279:FIN:DE:PDF> letzter Zugriff: 15.03.2013

Europäische Kommission: Weißbuch: Fahrplan zu einem einheitlichen europäischen Verkehrsraum – Hin zu einem wettbewerbsorientierten und ressourcenschonenden Verkehrssystem, (KOM(2011) 144 endgültig),
[http://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/doc/2011_white_paper/white_paper_com\(2011\)_144_de.pdf](http://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/doc/2011_white_paper/white_paper_com(2011)_144_de.pdf) letzter Zugriff: 15.03.2013

Forschungsinformationssystem: Regionalisierungsgesetz, 23.03.2010,
<http://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/298720/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Freiburg: Umsetzungsbegleitung des Verkehrskonzeptes im Stadtteil Freiburg-Vauban,
<http://www.vauban.de/info/verkehrsprojekt/index.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

Freiburg: Umsteigen auf Bus und Bahn,
http://www.co2libri.freiburg.de/servlet/PB/menu/1230226_11/index.html letzter Zugriff: 15.03.2013

Gelderland Staatsregio: Over ROCOV, <http://www.rocovgelderland.nl/over-rocov> letzter Zugriff: 15.03.2013

Großraum-Verkehr Hannover: HANNOVERmobil, <http://www.gvh.de/hannovermobil.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

Le gouvernement luxembourgeois: Ministère du Développement durable et des Infrastructures,
<http://www.gouvernement.lu/gouvernement/programme-2009/programme-2009/06-dev-infr/index.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

metronom Eisenbahngesellschaft: <http://metronom-alkoholfrei.de/public/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Ministerium für Umwelt, Energie und Verkehr Saarland: Ozon ausbremsen. Bus & Bahn fahren,
http://www.saarland.de/59845_81194.htm letzter Zugriff: 15.03.2013

Mitteldeutscher Verkehrsverbund: Verbundgebiet, <http://www.mdv.de/inhalte/verbundgebiet.php>
letzter Zugriff: 15.03.2013

Municipality of The Hague: Directie Economie en Verkeer, ABC location parking policy,
<http://www.eltis.org/studies/leda10.htm> letzter Zugriff: 15.03.2013

Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH: Schnittstellenprogramm,
<http://www.nasa.de/oepnv/foerderung/foerderprogramme/schnittstellenprogramm/> letzter
Zugriff: 15.03.2013

ÖBB-Holding AG: Perfekte Kombination von Wohnen und sauberer Mobilität, 16.11.2012,
http://konzern.oebb.at/de/Presse/Presseinformationen_aus_den_Bundeslaendern/Salzburg/PDF/2012/Q4/2012_11_16_Salzburg_Perfekte_Kombination_von_Wohnen_und_saubere_Mobilitaet.pdf letzter Zugriff: 15.03.2013

ÖBB-Holding AG: Neue Wohnung. Neuer Kunde. Neue Möglichkeit, 20.11.2012,
http://konzern.oebb.at/de/Presse/Presseinformationen_aus_den_Bundeslaendern/Steiermark/PDF/2012/Q4/2012_11_16_PI_PV_Steiermark_Willkommenspaket_Bruck.pdf letzter Zugriff:
15.03.2013

OV-fiets: <http://www.ov-fiets.nl/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Rheinbahn: Mobil in Düsseldorf –Bus und Bahn, Auto und Fahrrad,
http://www.rheinbahn.de/tickets/weitere_ticketangebote/Seiten/Mobil-in-Duesseldorf.aspx
letzter Zugriff: 15.03.2013

Rheinland-Pfalz Takt: Broschueren, <http://www.der-takt.de/broschueren/freizeitbroschueren/>
letzter Zugriff: 15.03.2013

Rheinland-Pfalz Takt: TourenTipps für Ausflüge mit Bus und Bahn, <http://www.der-takt.de/freizeit/tourentipps/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Rheinland-Pfalz-Takt: Das ist der Rheinland-Pfalz-Takt, <http://www.der-takt.de/ueber-den-takt/idee-und-ziele/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Rhein-Main-Verkehrsverbund: Der RMV-Fahrgastbeirat;
http://www.rmv.de/de/Verschiedenes/Informationen_zum_RMV/Der_RMV/Wir_ueber_uns/Struktur_des_RMV/33022/RMV-Fahrgastbeirat.html letzter Zugriff: 15.03.2013

S-Bahn Berlin GmbH: Berliner S-Bahn, Mobilitätsketten für Berlin und das Umland,
<http://www.s-bahn-berlin.de/unternehmen/firmenprofil/mobilitaet.htm> letzter Zugriff: 15.03.2013

S-Bahn Hamburg GmbH: Grüner geht's nicht - Die S-Bahn Hamburg fährt mit Ökostrom,
http://www.s-bahn-hamburg.de/s_hamburg/view/service/oekostrom.shtml letzter Zugriff:
15.03.2013

Stadt Zürich: Tiefbau und Entsorgungsdepartment, Die 19 Teilstrategien,
<http://www.zuerich.ch/content/ted/de/index/taz/mobilitaet/mobilitaetsstrategie/teilstrategien.html>
letzter Zugriff: 15.03.2013

USEmobility: Report D2.1: State-of-the-art assessment, 2011,
http://usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility_wp2_d2.1_state-of-the-art_assessment_20110502_final_draft.pdf letzter Zugriff: 15.03.2013

USEmobility: Report D2.2: National trends in passenger transport regarding the choice of transport mode, 2011,
http://usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility_wp2_d2.2_national_trends_in_passenger_transport_regarding_the_choice_of_transport_mode_110511_final.pdf letzter Zugriff: 15.03.2013

USEmobility: Report D2.3: Selection of 10 regions to be investigated, 2011,
http://www.usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility_wp2_d2.3_region-selection_110505_v03.pdf letzter Zugriff: 15.03.2013

USEmobility: Report D3.6: Factors influencing behavioural change towards eco-friendly multimodal mobility, 2012,
http://usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility_wp3_d3_6_v2b.pdf letzter Zugriff: 15.03.2013

USEmobility: Report D4.4: Evaluated feedback on future scenarios, 2012,
http://www.usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility_d4_4_evaluated_feedback_final_draft.pdf letzter Zugriff: 15.03.2013

Verkehrsverbund Rhein-Ruhr: SchokoTicket,
<http://www.vrr.de/de/tickets/vielfahrer/schokoticket/index.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

Zweckverband Ringzug: Warum Ringzug?, <http://www.ringzug.de/cms/de/9/Ringzug> letzter Zugriff: 15.03.2013

Anhang 1: Zusammenfassung: Die USEmobility Befragung von Wechselnutzern

1. Einführung

1.1 Zielsetzung der Befragung

USEmobility hat Bürger aus sechs europäischen Ländern befragt, um deren Verhalten bei der Verkehrsmittelwahl zu erforschen und repräsentativ abzubilden. Ziel der Befragung ist es, die individuellen Beweggründe herauszufinden, die hinter einer Entscheidung für die Nutzung eines Verkehrsmittels stehen. Besonderer Fokus liegt dabei auf Gründen, die aus Sicht der Befragten dazu führen, umweltfreundliche Verkehrsmittel wie den öffentlichen Personenverkehr stärker zu nutzen. Die Analyse legt offen, in wie weit dabei multimodale Reiseketten eine Rolle spielen.

Die Befragung ist umfassend angelegt. Sie behandelt sowohl Faktoren des Mobilitäts-Angebotes als auch Faktoren, die in den Mobilitäts-Bedürfnissen und dem persönlichen Umfeld der Nutzer wurzeln. Sie beleuchtet Potenziale öffentlicher Verkehrssysteme zur Kundengewinnung und arbeitet gleichzeitig relevante Faktoren zur Kundenbindung heraus.

1.2 Ansatz der Befragung

Zentraler Ankerpunkt der Befragung ist eine repräsentative Auswahl von Bürgern, die in den letzten fünf Jahren ihre Verkehrsmittel-Wahl geändert haben. Diese Gruppe von Reisenden nennen wir Wechselnutzer (englisch: swing-user). Darunter verstehen wir sowohl Menschen, die komplett von einem Verkehrsmittel auf ein anderes umgestiegen sind, als auch Reisende, die innerhalb ihres Mobilitätsmixes die Gewichtung verändert haben.

Aus der Perspektive bereits vollzogener Wechsel haben wir die Nutzer nach den Gründen ihrer Umorientierung gefragt. Bedeutende Wechselgründe fächert der Fragebogen für jeden Befragten noch einmal auf, um herauszufinden, welche weiteren Motive sich hinter den genannten Gründen verbergen.

Alle Wechselnutzer werden anhand einer für USEmobility zusammengestellten Palette an sozio-ökonomischen, sozio-kulturellen und psychologischen Eigenschaften verortet. Die Analyse konzentriert sich auf die Dimensionen *Wechselanlass*, *Wechselrichtung* und *Wechselumfeld*. Aus welcher Situation heraus hat der Wechsel stattgefunden? Ist der Anlass extern und liegt er somit nicht primär in der Mobilität? Insgesamt geht es auch darum, das Umfeld des Nutzers möglichst breit in die Analyse einzubeziehen. Von wo nach wo ist der Nutzer gewechselt? Von besonderer Bedeutung sind hier natürlich die Ströme zwischen öffentlichem Nahverkehr und motorisiertem Individualverkehr. Wie stellt sich das Mobilitätsangebot zum Zeitpunkt des Wechsels dar?

Danach lässt sich klar differenzieren, welche Umstände gravierender waren: die Attraktivität des neuen Verkehrsmittels (Pull-In Faktoren) oder die Unzufriedenheit mit dem alten Verkehrsmittel (Push-Out Faktoren). Als potenzielle Faktoren enthält der Fragebogen nicht nur harte, klar definierbare Betriebsparameter, wie etwa Pünktlichkeit und Preis, sondern auch „weiche Faktoren“, wie Sicherheitsempfinden und Fragen des Designs.

Die Analyse der Nutzerinformationen erlaubt es dann, Profile derjenigen Nutzer zu erstellen, die gleichzeitig ein charakteristisches Wechselverhalten und ein hohes Potenzial für eine verstärkte Nutzung multimodaler Verkehre an den Tag legen. Für weitere Empfehlungen an Politik oder die Unternehmen der Mobilitätsbranche sind diese Gruppen besonders interessant. Die USEmobility-Befragung hat sich mit sechs beteiligten europäischen Ländern von Belgien bis Kroatien an den verkehrspolitisch interessanten Punkten aufgestellt. Sie konzentriert sich auf europäische Gemeinsamkeiten, arbeitet aber auch landesspezifische Besonderheiten heraus. Zusätzlich haben wir zehn Befragungen überwiegend in Regionen durchgeführt, in denen sich besonders erfolgreiche öffentliche oder multimodale Verkehrsangebote etablieren konnten.

1.3 Umfang und Grenzen der Befragung

USEmobility verfolgt den neuartigen Ansatz, sich nicht mit Absichtserklärungen der Nutzer für wünschenswerte Mobilitätsentscheidungen zu begnügen. Für eine Beteiligung an der USEmobility-Befragung musste der Nutzer angeben, dass bei ihm in den letzten fünf Jahren eine Verhaltensänderung tatsächlich stattgefunden hat. Dies war je nach Fahrtzweck bei bis zu 50 Prozent der zunächst befragten Personen der Fall, so dass sich sagen lässt, dass fast die Hälfte aller Reisenden als Wechselnutzer anzusehen sind.

Das USEmobility-Team hat ein Befragungs-Design gewählt, das den oft schwer zu greifenden Bereich der Psychologie und Soziologie mit harten Fakten in Einklang zu bringen vermag. Besonders die Hinweise der Nutzer und Akteure in den zehn Regionen mit den besten ÖV-Praktiken hat dazu wertvolle Hinweise geliefert.

Entscheidende Fragen haben uns dabei geleitet: Ist die Verkehrsmittel-Wahl der Menschen eher statisch und persönlich geprägt? Fällt die Entscheidung für ein neues Verkehrsmittel plötzlich oder ist der Wechsel eher ein längerwieriger Prozess? Die Antworten auf solche Fragen sind entscheidend, wenn es darum geht, neue Nutzer zu gewinnen. Warum wird die Rolle des Nutzers bei der Wechselentscheidung bisher nicht gesehen? Reicht ein gutes Angebot aus? Wurden weiche Faktoren in ihrer Bedeutung für die Wechselentscheidung bisher unterschätzt? Gibt es eindeutige Kundengewinnungs- und -bindungsfaktoren?

Die Erhebung ist in den meisten ihrer Aussagen repräsentativ für die Motivation und das Verhalten der Wechselnutzer. Nur ausgewählte Fragestellungen sind dagegen repräsentativ für die Gesamtheit aller Nutzer. Im Gegensatz zu den landesweiten Befragungen erheben die regionsspezifischen Befragungen keinen Anspruch auf Repräsentativität.

Während die offiziellen Verkehrsprognosen mit der Bezugsgröße „Verkehrsleistung“ arbeiten, mit der sich der genaue Marktanteil (Modal Split) der verschiedenen Verkehrsträger angeben lässt, wählt USEmobility als Bezugsgröße die von den Befragten wahrgenommene Änderung der Nutzungshäufigkeit. Unsere Befragung ist nicht darauf ausgelegt, Daten zur exakten Menge gefahrener Verkehrskilometer zu erheben; sie kann daher nicht zur Bestimmung von Änderungen im Modal-Split verwendet werden.

Dennoch bietet das bessere Verständnis des Wechselverhaltens eine Basis, um Potenziale für einen höheren Modal Split des öffentlichen Verkehrs zu erkennen.

2. Zentrale Aussagen

2.1 Neue Erkenntnisse

Unsere Befragung hat eine Reihe von neuen, teils überraschenden Erkenntnissen gebracht: So verhalten sich die Nutzer bei der Verkehrsmittel-Wahl weit dynamischer als es der statisch anmutende Modal Split erwarten lässt. Fast die Hälfte der Befragten gab an, in den letzten fünf Jahren ihr Mobilitäts-Verhalten geändert zu haben. Dies wirft ein neues Licht auf die gängige Marktanteilsanalyse, wonach die Verkehrsmittel-Wahl im Ergebnis kaum Dynamik aufweist. Für die Praxis hat diese Erkenntnis eine große Bedeutung: Wo viel Bewegung ist, da gibt es für Politik und Unternehmen auch vielfältige Gelegenheit, eine Entscheidung der Reisenden im Sinne des öffentlichen Verkehrs (ÖV) herbeizuführen.

Heute gehört bereits die Hälfte aller Menschen zur Gruppe der Wechselnutzer. Innerhalb dieser Gruppe sind lediglich 30 Prozent monomodal unterwegs. 40 Prozent entscheiden hingegen pragmatisch, für welchen Anlass sie welches Verkehrsmittel nutzen. Die meisten Neuorientierungen finden bei der Entscheidung statt, mit welchem Verkehrsmittel der Befragte zur Arbeit fährt.

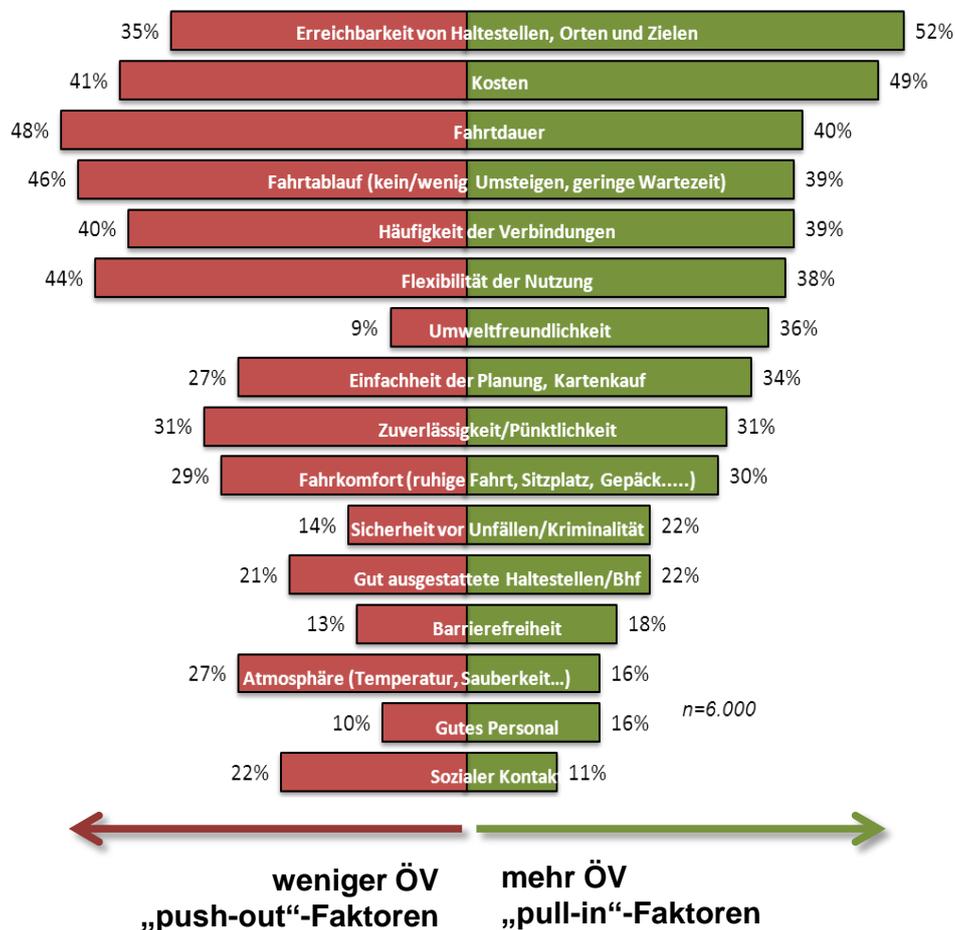
30 Prozent wissen um die Vorteile, mehrere Verkehrsmittel auf einer Fahrt multimodal zu kombinieren, und haben ihr Verkehrsverhalten entsprechend angepasst. Bei der Verkehrsmittelwahl liegt somit weniger ein klassisches Entweder-Oder vor, als ein dynamisches Sowohl-Als-Auch. Multimodalität ist für den größten Teil der Wechselnutzer bereits gelebte Praxis.

Entscheiden sich Menschen für eine verstärkte Nutzung des öffentlichen Verkehrs, liegt der Anteil der ‚Komplettwechsler‘ zum ÖV, die gar keinen motorisierten Individualverkehr (MIV) mehr nutzen, dennoch bei fast 30 Prozent. Insgesamt ist der Wechsel zum ÖV keinesfalls immer eine Folge davon, dass der Nutzer nicht über ein Auto verfügt. Multimodale ÖV-Nutzer wählen bewusst, wann sie in ihren PKW steigen und wann nicht. Insgesamt liegt mit steigendem Alter eine immer höhere Wahlfreiheit bei den Wechselnutzern vor. Menschen im fortgeschrittenen Alter haben oft einen PKW und zeigen dennoch eine hohe Flexibilität, sich je nach Situation für oder gegen den ÖV zu entscheiden.

Der Wechsel-Anlass ist vor allem von Veränderungen im persönlichen und privaten Umfeld der Nutzer geprägt. Über die Hälfte der Befragten nannten persönliche Gründe als Anlass für ihre Neuorientierung. Dabei sind Veränderungen in den Lebensumständen, die für die Verkehrsmittelwahl relevant sind, nicht selten. Im Schnitt wurden fast drei relevante Änderungen in den letzten fünf Jahren genannt.

Spitzenreiter in Häufigkeit und Relevanz sind ein *Arbeitsplatzwechsel* oder ein *Umzug*, sei es in eine andere Stadt oder stadintern. Hier bieten sich den Anbietern gute Möglichkeiten, neue Nutzer für den ÖV zu gewinnen.

Das Wechsel-Umfeld ist von Faktoren geprägt, die Nutzer unzufrieden stimmen und sie veranlassen, von ihrem gewählten Verkehrsmittel weg zu wechseln („Push-Out Faktoren“) und natürlich von Faktoren, die Menschen dazu bewegen, zu einem neuen Verkehrsmittel zu wechseln („Pull-In Faktoren“). Beide Arten von Faktoren sind durch das Angebot der Verkehrsträger geprägt. Im öffentlichen Verkehr wirken Pull-In Faktoren stärker als Push-Out Faktoren, das heißt Reisende entscheiden sich eher für einen Wechsel aus Zufriedenheit als für einen Wechsel aus Unzufriedenheit.



Bei der Entscheidung waren natürlich ‚harte‘ Angebotsfaktoren wie *Erreichbarkeit*, *Preis* und *Reisezeit* von zentraler Bedeutung. Um neue Nutzer zu gewinnen, müssen die Anbieter im ÖV gute Bedingungen schaffen. Umgekehrt gibt es – abgesehen von den Kosten – kaum MIV-interne Faktoren, die Menschen von einer Auto- oder Motorrad-Nutzung abbringen.

Gerade für die Zufriedenheit der Nutzer sind neben den ‚harten‘ Faktoren des Verkehrsangebotes aber auch sogenannte ‚weiche‘ Faktoren verantwortlich. Dazu gehören Aspekte wie *hohe Flexibilität* der Nutzung, *geringer Planungsaufwand* und *Umweltfreundlichkeit*. Insgesamt schätzen die Befragten auch Aspekte der Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit als wichtig ein. Das zeigt sich unter anderem daran, dass 88 Prozent der Wechselnutzer bereit wären, für eine verbesserte Umweltfreundlichkeit des Verkehrsmittels auch gewisse Mehrkosten zu tragen.

Zufriedenstellende ‚weiche‘ Faktoren werden von den Nutzern erwartet, wenn sie dem Verkehrsmittel die Treue halten sollen. Insbesondere wenn neue vergleichbare Verkehrsalternativen bestehen, rücken solche Faktoren weiter in den Fokus. Dann werden auch Aspekte wie *Komfort*, das *Personal* sowie die *Atmosphäre* zu relevanten Entscheidungskriterien.

Es ist interessant zu beobachten, dass die Automobilindustrie die Kunden viel eher gefühlsbetont anspricht als die ÖV-Branche. Im Ergebnis davon zeigt der MIV bei den Wechselnutzern ein meist positives, aber in jedem Fall stark ausgeprägtes Imageprofil. Der ÖV bindet seine Kunden deutlich weniger emotional. Allenfalls Dimensionen wie *Urbanität*, *rationales Verhalten* oder *Gemeinschaftlichkeit* assoziieren die Befragten verstärkt mit dem öffentlichen Verkehr. Hier könnte eine gefühlsbetontere Ansprache im Bereich des ÖV durchaus als Hebel wirken.

2.2 Der Wechsler im Profil

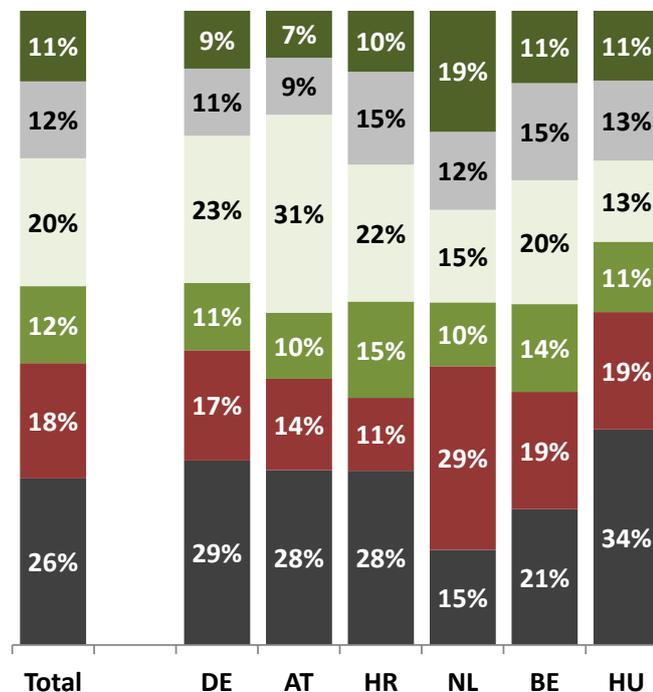
Bei Bürgern, die einen einmal gewählten Mobilitäts-Mix von Zeit zu Zeit verändern, finden die Wechsel in alle Richtungen statt, sind aber vor allem zwischen den Bereichen MIV, Fahrrad und öffentlicher Verkehr zu verzeichnen. Im Falle einer Nutzungsänderung kommt es in einigen Fällen vor, dass die Befragten ihre Mobilität generell eingeschränkt oder ausgeweitet haben; oft jedoch wird die Nutzung im Mix von einem Verkehrsmittel auf das andere verlagert.

Die Wechselentscheidungen bauen beim Nutzer auf einem einstellungsbasierten persönlichen Hintergrund auf. Anhand der Einstellungen zu verschiedenen Transportmitteln und zur Mobilität im Allgemeinen lassen sich die Wechselnutzer in verschiedenen Segmenten genauer beschreiben.

Segmentierung

- 1 Fahrrad- bzw. Nachhaltigkeitsfokussiert, reserviert ggü. ÖV
- 2 Status-orientiert, ohne Festlegung auf Verkehrsmittel
- 3 ÖV-Anhänger, reserviert gegenüber MIV
- 4 Fahrrad- bzw. Nachhaltigkeitsfokussiert, offen für ÖV
- 5 MIV-orientiert
- 6 ÖV / MIV-Pragmatiker

Ergebnisse



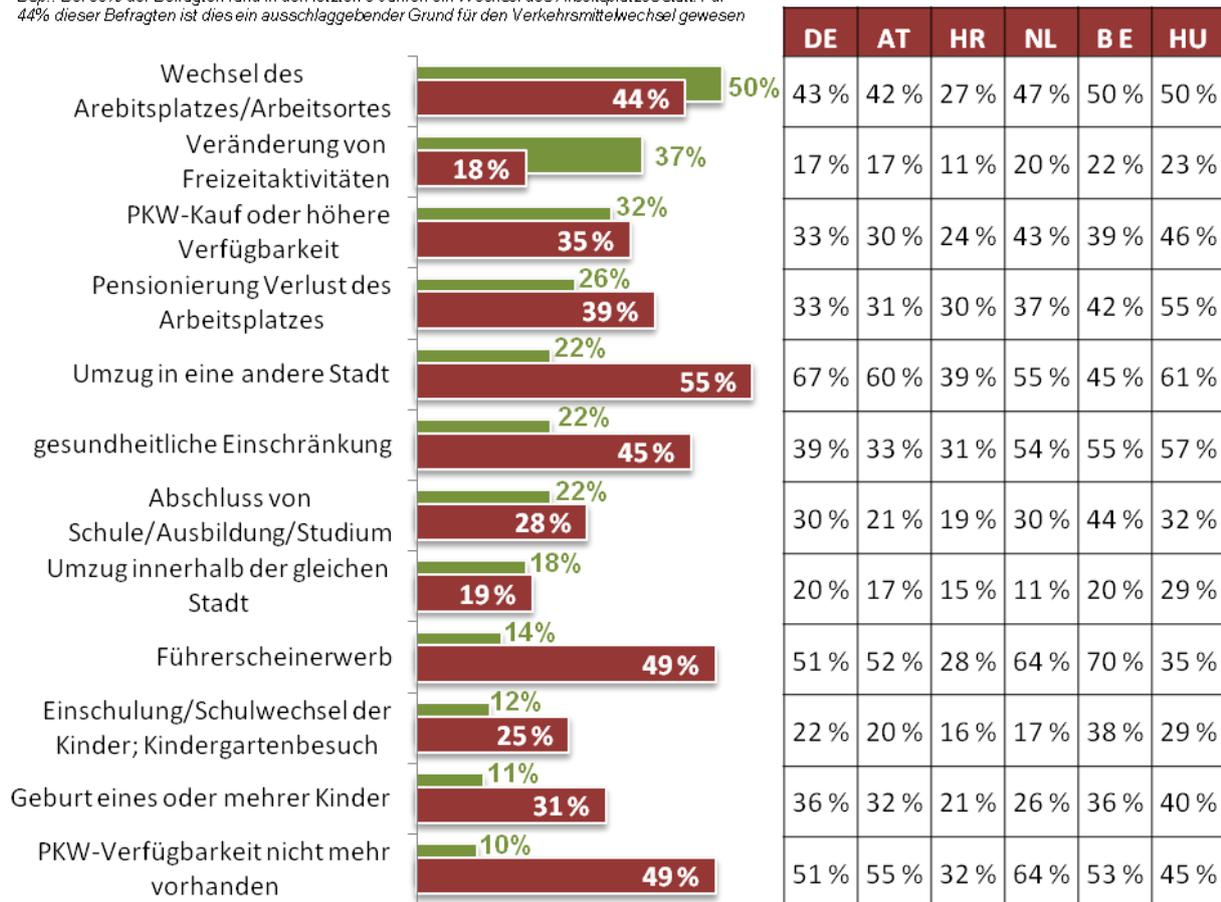
N = 6.000

Das bedeutendste Wechsler-Segment sind mit 26 Prozent die ÖV / MIV-Pragmatiker (Segment 6). Diese Menschen gehen bei der Wahl ihres Verkehrsmittels nach pragmatischen Gesichtspunkten vor. Sie entscheiden je nach Situation anders und sind am dynamischsten in ihrem Wechsel-Verhalten. Ein weiteres wichtiges Segment sind ÖV-Anhänger, die dem MIV gegenüber eher reserviert sind (Segment 3). Die Verteilung der Einstellungssegmente ist landesspezifisch. So zeigen deutsche und niederländische Wechslernutzer durchaus unterschiedliche Schwerpunkte.

Auch nach ihren Lebensumständen lassen sich die Wechsler charakterisieren, denn ein Wechsel folgt auch hier bestimmten Mustern. In den meisten Fällen lag zuerst ein Wechselanlass vor, der die Befragten dazu angehalten hat, ihre Verkehrsmittelwahl zu überdenken. Dies konnte ein Umzug sein oder ein neuer Abschnitt in der Berufstätigkeit – von der Erstanstellung über den Arbeitsplatzwechsel bis hin zur Pensionierung. In dieser Situation schaute der Befragte, ob er mit der bisherigen Wahl noch zufrieden war, oder ob sich ihm bessere Verkehrsmittel-Alternativen boten.

Veränderungen der persönlichen Lebenssituation bei den Befragten (■) und ausschlaggebende Veränderung für den Verkehrsmittelwechsel bei den Befragten (■)

Bsp.: Bei 50% der Befragten fand in den letzten 5 Jahren ein Wechsel des Arbeitsplatzes statt. Für 44% dieser Befragten ist dies ein ausschlaggebender Grund für den Verkehrsmittelwechsel gewesen



Neben den persönlichen Einstellungen und dem Wechselanlass lassen sich noch weitere Eigenschaften zur Charakterisierung der Wechsler heranziehen:

Wechsler in städtischen Gebieten tendieren zu einer höheren Nutzung öffentlicher Verkehre (ÖV); in ländlichen Regionen wird eine höhere Anzahl von Veränderungen hin zum MIV registriert.

Etwa ein Drittel der Wechsler hat sich von einem auf den anderen Tag umentschieden, häufig waren das Menschen im berufstätigen Alter. In den anderen Fällen findet die Umorientierung eher schrittweise statt. Letztere können von den Anbietern nicht mit einer einmaligen ‚Überzeugungstat‘ gewonnen werden, sondern müssen kontinuierlich von einer Alternative überzeugt werden.

3. Länderportraits

Die gewonnenen Erkenntnisse gleichen sich in vielen Punkten in allen untersuchten Ländern, was für eine gute Übertragbarkeit auch auf weitere europäische Länder außerhalb des Projektrahmens spricht. Dennoch konnten wir eine Reihe landesspezifischer Besonderheiten beobachten. Während Merkmale des Wechsels und der Wechselgründe kaum auffällige Abweichungen zeigen, weisen Merkmale der Nutzer dagegen größere Unterschiede auf. Auch die Zufriedenheit mit dem ÖV variiert im Vergleich der Länder, wobei es auch innerhalb der Regionen eines einzelnen Landes zu großen Ausschlägen kommt.

3.1 Belgien

Belgien besitzt mit Brüssel ein politisches und administratives Zentrum und ist gleichzeitig, glaubt man dem herrschenden Klischee, eines der heterogensten Gemeinwesen in der EU. In der USEmobility-Befragung fanden wir hierfür tatsächlich Anhaltspunkte: Flämische Wechselnutzer waren immerhin zu 30 Prozent mit dem ÖV-Angebot zufrieden; bei Wallonen und Brüsselern lag die Zufriedenheit lediglich bei 20 Prozent.

Insgesamt wird der ÖV in Belgien eher als ein städtisches Verkehrsmittel gesehen. Typische Push-Out Faktoren im belgischen ÖV sind fehlende Pünktlichkeit (für rund 50 Prozent ein entscheidender Einfluss) oder eine komplizierte Reisekette (Umstiege, Wartezeiten etc., für rund 60 Prozent). Aber auch der MIV zeigt Stressfaktoren, wie z.B. eine hohe Stauanfälligkeit, welche für 84 Prozent der Wechsler hinter dem Push-Out Faktor „Pünktlichkeitsprobleme im belgischen MIV“ steht.

Die Sicherheit vor Unfällen ist ein deutlich größeres Argument pro-ÖV als beispielsweise in den Niederlanden; bei der Sicherheit vor Straftaten gilt das Gegenteil.

3.2 Deutschland

Deutschland gilt unter Europäern als gut organisiert - auch in ÖV-Belangen. So wird etwa den deutschen Bahnen eine hohe Pünktlichkeit zugeschrieben. Zugleich, so lautet die Gegenseit, sei Deutschland aber auch ‚Autoland‘ und vieles ordne sich dem PKW unter.

Tatsächlich belegen unsere Befragungen, dass der MIV in Deutschland ein starkes Image hat, das überwiegend mit positiven Attributen wie *schnell*, *spontan* und *aufregend* verknüpft ist. Entgegen dem Klischee vom Land der Autofahrer belegt USEmobility jedoch auch, dass die Wechselhäufigkeit in Deutschland besonders hoch ist. Auf dem Weg zur Arbeit haben mehr als 50 Prozent der Befragten in den letzten fünf Jahren einen Wechsel bei der ÖV-Nutzung vollzogen. Zudem weist Deutschland von allen befragten europäischen Ländern die höchste Multimodalität auf (77 Prozent). Innerhalb einer Reisekette sind 42 Prozent der Wechselnutzer multimodal unterwegs, oft in Kombination von PKW und ÖV.

An der Zufriedenheit mit dem Personal kann in Deutschland noch gearbeitet werden. Hier finden sich im Durchschnitt 10 Prozent weniger Wechselnutzer, die zufrieden mit dem Personal sind, als in den anderen Ländern.

3.3 Kroatien

Dem potenziellen EU-Mitglied Kroatien schreibt Resteuropa bei der Verkehrsinfrastruktur Ausbaubedarf zu: Das ÖV-System sei finanziell schlecht ausgestattet. Auch beim Individualverkehr hätten die Bürger Nachholbedarf. Umweltbelange stünden da eher hinten an. Bei der USEmobility-Befragung bestätigte sich dieses Bild nicht. Danach hat Kroatien sogar die geringste Wechslerquote, und es gibt geringe Imageunterschiede zwischen ÖV und MIV. Während die befragten Kroaten den ÖV mit Begriffen wie „sozial“ und „wenig aggressiv“ belegen, ist der Wechsel zum MIV tatsächlich unattraktiver als in anderen Ländern. Die Befragten nannten dafür vor allem hohe Kosten für Anschaffung, Reparaturen und Unterhalt. Auch die Bereitschaft, zukünftige Mobilität verstärkt nach Umwelt- und Nachhaltigkeitsgesichtspunkten auszurichten ist in Kroatien im Vergleich mit den anderen Ländern sogar besonders hoch. 28 Prozent der Befragten planen dies zu tun; 31 Prozent planen dies nicht. 70 Prozent der Wechselnutzer geben an, für umweltgerechten Verkehr Mehrkosten von 10 Prozent und mehr in Kauf zu nehmen.

3.4 Die Niederlande

Die Niederlande gelten in Europa als das Land der Fahrradfahrer. Niederländer seien liberal und offen für den öffentlichen Verkehr, heißt es. Nach der USEmobility-Befragung ist das Gegenteil der Fall: Danach sind in den Niederlanden 43 Prozent der Wechselnutzer strikt monomodal unterwegs, so viel wie in keinem anderen der untersuchten Länder. Insgesamt sind zwar mehr als die Hälfte der Wechselnutzer regelmäßige Fahrrادنutzer (78 Prozent nutzen regelmäßig das Fahrrad); aber immerhin 65 Prozent sind mono- oder multimodale MIV-Nutzer. Lediglich 45 Prozent der Veränderungen hin zu einer verstärkten ÖV-Nutzung sind motiviert durch eigene Erfahrungen mit dem ÖV - im Vergleich zu 66 Prozent in Deutschland. Die Wechseldynamik ist gering. Nur 13 Prozent der Befragten sind unzufrieden mit dem von ihnen heute genutzten Verkehrsmittel.

Die einstellungsbezogene Segmentierung zeigt, dass sich unter den niederländischen Wechselnutzern lediglich 15 Prozent Pragmatiker befinden; 19 Prozent sind radaffine Nutzer, die aber eine deutliche Reserviertheit gegenüber dem ÖV an den Tag legen. 7 Prozent der Wechselnutzer planen, in Zukunft mehr ÖV zu nutzen; 40 Prozent schließen dies indes aus.

3.5 Österreich

Den Verkehr im Alpenland Österreich prägt typischerweise ein starker Kontrast zwischen Stadt und Land. Dass die Berge die Fläche für den Verkehr einschränken, ist natürlich mehr als nur ein Klischee. Dennoch gilt der österreichische ÖV unter Europäern als gut finanziert und staatlich wohl organisiert.

Dieses Bild stimmt weitgehend mit den Ergebnissen unserer Befragung überein: Österreich weist einen hohen Grad an Multimodalität auf (75 Prozent). Innerhalb einer Reisekette sind fast 40 Prozent der Wechselnutzer multimodal unterwegs. So begegnen die Nutzer des Alpenstaates den geografischen Einschränkungen bei den Verkehrswegen mit besonderer Flexibilität.

Mit 43 Prozent Zufriedenheit und nur 7 Prozent Unzufriedenheit erreicht die Kundenzufriedenheit im ÖV in Österreich ein hohes Niveau. Besonders die Punkte *gute Erreichbarkeit* von Zielen, *Umweltfreundlichkeit* und *gute Zugänglichkeit* der Verkehrsmittel tragen dazu bei.

Der ÖV hat insgesamt ein gutes Image. Der öffentliche Verkehr wird als sozial und urban empfunden. 31 Prozent der Wechsler sind ÖV-affin und gleichzeitig reserviert gegenüber dem Individualverkehr. Gegen die MIV sprechen für sie auch eine Reihe ‚weicher‘ Faktoren. So habe man keine Zeit sich zu entspannen oder anderweitig sinnvoll zu beschäftigen. Zudem ist Parkplatzsituation schlecht, was aus der Sicht vieler Österreicher gegen den MIV spricht.

3.6 Ungarn

Ähnlich wie bei Kroatien sehen die Europäer auch in Ungarn Nachholbedarf. Das Land habe, so das Klischee, einen schwach ausgebauten ÖV mit veraltetem Wagenmaterial. Es fehle Geld für entsprechende Infrastrukturmaßnahmen. Der Bürger muss pragmatisch mit dem ihm zur Verfügung stehenden Angebot umgehen.

Tatsächlich herrscht auch nach den Ergebnissen der USEmobility-Befragung auf dem ungarischen Verkehrsmarkt eine hohe Dynamik: Das Verhältnis im Verdrängungswettbewerb zwischen ÖV und MIV ist mit je 20 Prozent strikten Nutzungswechseln allerdings ausgeglichen. Ähnlich sieht es mit der Zufriedenheit / Unzufriedenheit mit dem augenblicklich genutzten Verkehrsmittel aus: Neben 20 Prozent Zufriedenen stehen 18 Prozent Unzufriedene. Die Wechseldynamik ist mit einem Wechsleranteil von fast zwei Drittel hoch.

Wo aus Sicht der ungarischen Nutzer ein modernisiertes ÖV-Angebot vorliegt, sprechen niedrige Kosten, aber auch weiche Faktoren wie die *Sicherheit vor Kriminalität* oder die *Sauberkeit* und *Klimatisierung* der Wagen für den ÖV. Fehlt es jedoch noch an Sauberkeit, Komfort oder adäquat ausgestatteten Haltepunkten kehrt sich die Entscheidung der Reisenden auch gegen den ÖV.

34 Prozent der Wechselnutzer sind Pragmatiker. 28 Prozent planen Park & Ride Möglichkeiten zu nutzen, sobald sie zur Verfügung gestellt werden; 32 Prozent planen dies nicht. Eine verpasste Chance scheint die Informationspolitik der ungarischen Verkehrsbetriebe zu sein: lediglich 7 Prozent der Wechselnutzer erklären, durch die Verkehrsunternehmen über Angebote informiert worden zu sein.

4. Erfolgsgeschichten aus den Regionen

Die Befragungen von Nutzern in überwiegend schienengebundenen öffentlichen Verkehrsmitteln in ausgewählten europäischen Regionen liefern hochinteressante Einblicke in die Verkehrsmittelwahl in ausgesuchten „beste Praktiken“-Umfeldern. Hier nun einige Beispiele:

Effizient vernetzte S-Bahn-Systeme wie die *S-Bahn Salzburg* und die *S-Bahn Rhein-Neckar* garantieren einen hohen Grad an Multimodalität. Weniger als 10 Prozent der Wechselnutzer der S-Bahn Salzburg nutzen allein die S-Bahn. Für fast 40 Prozent ist die S-Bahn fester Bestandteil einer Reisekette aus mehreren Verkehrsmitteln. Gerade mal 4 Prozent der Rhein-Neckar Wechsler sind strikte S-Bahn Nutzer. 80 Prozent entscheiden je nach Fahrtanlass, ob sie die S-Bahn bevorzugen oder stattdessen ein anderes Verkehrsmittel wählen.

Kunden der *Breisgau S-Bahn* zeigen bei ihren primären Wechselgründen ein typisches Profil für Wechsler in ein gut aufgestelltes Nahverkehrssystem. Harte Bestimmungsfaktoren wie Kosten, Verbindungshäufigkeit sowie die Erreichbarkeit von Bahnhöfen sind für mehr als die Hälfte der Befragten ein bedeutender Wechselgrund. Aber auch weiche Faktoren wie Fahrkomfort, flexible Nutzung, Umweltfreundlichkeit und gute Planbarkeit der Reise sind für mehr als 40 Prozent der Befragten entscheidende Faktoren für eine verstärkte Nutzung des öffentlichen Verkehrs.

Die Kunden des öffentlichen Verkehrs in *Zagreb* sind zufriedener mit dem Angebot (45 Prozent) als ihre kroatischen Landsleute (32 Prozent) im Durchschnitt. Besondere Verbesserungen sehen immerhin 60 Prozent der in Zagreb Befragten im Fahrkomfort und in der Zugänglichkeit. Ein komfortabler Einstieg in die Züge hat in Zagreb eine um 20 Prozent höhere Bedeutung für die getroffene Wechselentscheidung als sonst in Rest-Kroatien.

In den meisten Fällen verläuft die Verkehrsmittelwahl als Prozess. Anders im niederländischen Gelderland: die Nutzer des *Valleilijn-Zuges* entschieden sich in fast 60 Prozent der Fälle von einem Tag auf den anderen. Besonders Arbeitsplatzwechsel (68 Prozent Bedeutung) und Wohnortwechsel (70 Prozent) schlugen hier zur Buche.

Unter den Nutzern der *S-Bahn Steiermark* oder der Zugverbindung *Varazdin - Medimurje* in Kroatien befinden sich überproportional viele junge Menschen, die in den letzten fünf Jahren ihre Ausbildung abgeschlossen haben (43 Prozent Steiermark und 41 Prozent Kroatien). Diese Kundengruppe nannte „Kosten“ als einen der wichtigsten Gründe für die verstärkte Nutzung des Zuges; zudem ist die Zufriedenheit mit der Leistung der S-Bahn mit 75 Prozent entsprechend hoch.

75 Prozent der Nutzer der Strecke *Budapest-Esztergom* in Ungarn wurden von Freunden, Familie oder Kollegen zur Bahnnutzung angeregt. Da die meisten Befragten (80 Prozent) Alternativen hatten, kam dieser „Mundpropaganda“ eine besondere Bedeutung zu. Auch die Nutzer des *Metronom* von Hamburg nach Cuxhaven wurden nicht mehr durch die eigenen Erfahrungen mit der Bahn am meisten motiviert, wie es beim Durchschnitt der Wechsler der Fall ist. Hier spielten andere Informationskanäle eine größere Rolle: so gaben etwa die Informationen der Anbieter oder sogar der Arbeitgeber selbst beim Wechsel des Arbeitsplatzes den Ausschlag für die geänderte Verkehrsmittelwahl.

Metropolregionen wie der *Großraum Brüssel* weisen einen typischen urbanen Hintergrund auf. Viele der Wechselnutzer sind neu hinzugezogen (65 Prozent) und vielen steht kein Auto (mehr) zur Verfügung (75 Prozent). Gründe für den Wechsel zum Verkehrsverbundes *STIB/MIVB* sind vorrangig die Umweltfreundlichkeit der Verkehrsmittel (48 Prozent) und die gute Erreichbarkeit von Haltepunkten und Bahnhöfen (45 Prozent). Zugleich haben sich Information und Planungssicherheit in den Augen der Hälfte der Nutzer deutlich verbessert.

5 *Grundlage für strategische Empfehlungen*

USEmobility hat mit seinem Ansatz Neuland betreten. Keine der bisher bekannten Untersuchungen im Bereich Mobilität hat bisher gezielt die Wechsler befragt, um ihre Motivation besser zu verstehen und daraus für die Zukunft der Mobilität zu lernen. Obwohl der Modal Split sich seit Jahren kaum verändert, ist mit der USEmobility-Befragung deutlich geworden, dass sich hinter der scheinbaren Statik eine beträchtliche Dynamik verbirgt: Diese Fluktuation geht sowohl hin als auch weg vom öffentlichen Verkehr. Zweite wichtige Einsicht: Dem Bürger bieten sich mannigfaltige Gelegenheiten zum Umdenken, die häufig mit Änderungen seiner persönlichen Lebenssituation einher gehen. Vor allem der Wechsel des Arbeitsplatzes führt dazu, dass Menschen ihr gewohntes Mobilitätsverhalten hinterfragen.

Da davon ausgegangen werden kann, dass für die Zukunft mehr umweltfreundliche Mobilität gewollt ist, besteht an dieser Stelle eine Chance, die Bedürfnisse der Nutzer stärker wahrzunehmen. Für die Akteure, die an diesem Prozess beteiligt sind, wird USEmobility strategische Empfehlungen erarbeiten. Dies sind einerseits Politiker, die auf der Ebene der Länder und Kommunen den Rahmen für eine nachhaltige Verkehrspolitik setzen. Dies sind natürlich auch die Auftraggeber des Projektes, die Europäische Kommission, die bei der Gestaltung der künftigen europäischen Verkehrspolitik den Bürgern eine umweltfreundliche und multimodale Mobilität sichern wollen. Außerdem richten sich die Empfehlungen natürlich an die Transportanbieter, die mit einem maßgeschneiderten Angebot neue Kunden gewinnen können. Besonders in städtischen Regionen liegt ein hohes Potenzial für den ÖV, das sich mit einem Nutzerbasierten Ansatz und der Berücksichtigung von harten und weichen Entscheidungsfaktoren heben und halten lässt.

Besonderes Augenmerk bei unseren Empfehlungen werden wir auf die Organisationen der Zivilgesellschaft legen, die Fahrgastinteressen bündeln und vertreten. Bei der Verbesserung der politischen Rahmenbedingungen und der wirtschaftlichen Angebote hin zu mehr Kundenfreundlichkeit kommt diesen Fahrgastverbänden eine wichtige Rolle zu, die noch weiter zu stärken sein wird: Nur dann ist sichergestellt, dass die Bedürfnisse des Menschen (des Kunden, des Fahrgastes) im Mittelpunkt der künftigen Entwicklungen stehen.