

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 D5.4

Strategische Empfehlungen für Verbände und Organisationen

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_4_DE_vfinal>>

Informationen zum Dokument

Issue date	Version	Changes made
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
20.12.2012	v03	Version für die Review
14.01.2013	vfinal	Finale englischsprachige Version
15.03.2013	vfinal	Deutschsprachige Version

Hauptautor: Andreas Geißler (APS)

Reviewer: Josef Schneider (EPF)

Das USEmobility-Projektconsortium 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-Projektconsortium erarbeitet und geben nicht notwendigerweise die Meinung der Europäischen Kommission wieder.

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

Inhaltsverzeichnis

0. Summary: Strategische Empfehlungen für Verbände und Organisationen kurz zusammengefasst	5
1. Einführung	12
1.1 Ansatz der strategischen Empfehlungen von USEmobility	12
1.2 Struktur und Ziele der strategischen Empfehlungen	13
2. Herausforderungen und Chancen	14
2.1 Herausforderungen	14
2.2 USEmobility Ergebnisse – Chancen für den Wandel	15
2.2.1 Dynamische Verkehrsmittelwahl – viele „Wechselnutzer“	15
2.2.2 Offenheit für Multimodalität	15
2.2.3 Änderungen in der persönlichen Lebenssituation sind wichtiger Auslöser für Veränderungen im Mobilitätsmix	15
2.2.4 Interessante Nutzersegmente	16
3. Strategische Empfehlungen für Verbände und Organisationen	16
3.1 Handlungsfelder und Relevanz für die Akteure	16
3.2 Den Wandel unterstützen – die Rolle von Verbänden und Organisationen	18
3.3 Empfehlungen und Praxisbeispiele im Detail mit mittelfristiger Perspektive (bis 2020)	19
3.3.1 Grundsätzliche strategische Empfehlungen	20
3.3.1.1 Zusammenarbeit mit anderen Akteuren intensivieren	20
3.3.2 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“	24
3.3.2.1 Ziele und kohärente Rahmenbedingungen einfordern	25
3.3.3 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“	28
3.3.3.1 Angebotsoptimierung vorantreiben	29
3.3.4 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“	34
3.3.4.1 Angebote für Menschen, die bereit sind ihre Mobilitätsroutinen zu überdenken	35
3.3.4.2 Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln	36
3.4 Empfehlungen und Praxisbeispiele im Detail mit langfristiger Perspektive (bis 2050)	41
3.4.1 Strategische Empfehlungen mit langfristiger Perspektive im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“	42
3.4.1.1 Mobilität sichern bei weniger Verkehr	42
4. Fazit	45
5. Quellen und Literatur	47
Anhang 1: Zusammenfassung: Die USEmobility Befragung von Wechselnutzern	1

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 – Strukturierung der Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl in Hauptcluster	17
Abbildung 2 – Handlungsfelder	18
Abbildung 3 – Strategische Empfehlung: Zusammenarbeit mit anderen Akteuren intensivieren	21
Abbildung 4 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“	24
Abbildung 5 – Strategische Empfehlung: Ziele und kohärente Rahmenbedingungen einfordern	25
Abbildung 6 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“ ...	29
Abbildung 7 – Strategische Empfehlung: Angebotsoptimierung vorantreiben	30
Abbildung 8 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“	34
Abbildung 9 – Strategische Empfehlung: Angebote für Menschen, die bereit sind ihre Mobilitätsroutinen zu überdenken	35
Abbildung 10 – Strategische Empfehlung: Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln	37
Abbildung 11 – Strategische Empfehlung: Mobilität sichern bei weniger Verkehr.....	42
Abbildung 12 – Aufwärtsspirale für mehr umweltschonende multimodale Mobilität.....	46

Tabellenverzeichnis

Überblick: USEmobility-Empfehlungen für Verbände und Organisationen.....	11
--------------------------------------------------------------------------	----

0. Summary: Strategische Empfehlungen für Verbände und Organisationen 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.

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

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.

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

Diese Ergebnisse stützen die These, dass sich im

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 Verbände und Organisationen, die sich für eine nachhaltigere Mobilität engagieren wollen, lassen sich in allen Handlungsfeldern Handlungsansätze identifizieren. Die Projektergebnisse können dabei den einzelnen Verbänden und Organisationen helfen, konkrete Aktivitäten zu entwickeln, die zu ihren Arbeitsschwerpunkten und Ressourcen passen.

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

Handlungsmöglichkeiten für Verbände und Organisationen:

Um Strukturen und politische Entscheidungsprozesse beeinflussen zu können, müssen Verbände und Organisationen in der öffentlichen Debatte um die Mobilität von morgen sichtbar und hörbar sein. Gerade im Mobilitätsbereich sind Kooperationen mit Partnern ein wirksames Instrument, um eine entsprechende Präsenz zu erreichen oder zu verbessern. So kann z.B. durch eine institutionalisierte Kooperation mit der Verkehrspolitik und den Verkehrsunternehmen (z.B. im Rahmen von Beiräten) die Expertise der Verbände besser und dauerhaft in Entscheidungsprozesse eingebunden werden. Ein gemeinsames Agieren unterschiedlicher Organisationen mit abgestimmten Positionen kann dabei den Anliegen der Verbände mehr Gewicht verleihen und stärkt so deren

Kooperation mit Verkehrspolitik und Verkehrsunternehmen suchen und institutionalisieren, sowie mit anderen Verbänden und Organisationen.

Durchsetzungskraft.

Zwar können Verbände und Organisationen nicht unmittelbar über die politischen Rahmenbedingungen im Verkehrssektor entscheiden, sie haben aber gleichwohl die Chance, Themen und Veränderungsbedarf auf die politische Tagesordnung zu setzen. Insbesondere sollten sie bei der Verkehrspolitik klare Prioritäten zugunsten von öffentlichem Verkehr und Multimodalität einfordern. Zu den Kernelementen in dieser Hinsicht zählen:

- Klare Ziele für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs;
- Ausbau und Verbesserung des ÖV-Angebotes;
- Abbau bestehender Fehlanreize für die monomodale Pkw-Nutzung;
- Bessere Verknüpfung der Verkehrspolitik mit der Stadt- und Raumplanung und anderen Politikfeldern;
- Unterstützung des Forschungs- und Innovationsprozesses im Bereich öffentlicher Verkehr und Multimodalität, einschließlich nichttechnischer und verhaltensbezogener Aspekte.

Verbände sollten klare Prioritäten zugunsten von öffentlichem Verkehr und Multimodalität einfordern.

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.

Verbände und Organisationen sollten daher eine Optimierung des Angebotes einfordern und unterstützen, die zielgerichtet Pull-in Faktoren stärkt und Push-out Faktoren minimiert. Ein ebenso naheliegender wie vielversprechender Handlungsansatz ist dabei, Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger mit der Nutzerperspektive zu konfrontieren und sie für die grundsätzlichen Bedürfnisse und Anliegen der Nutzer zu sensibilisieren. Außerdem können Verbände und Organisationen die Angebotsoptimierung im konkreten Einzelfall unterstützen, indem sie praktische Probleme, mit denen (potenzielle) Nutzer zu kämpfen haben, aufgreifen und konkrete Vorschläge zur Problemlösung machen.

Verbände sollten attraktives ÖV-Angebot einfordern.

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 das Informationsangebot für bisherige Nicht-Nutzer des öffentlichen Verkehrs ist oft nur schwach entwickelt.

Entsprechend ihren jeweiligen Arbeitsschwerpunkten und Möglichkeiten haben Verbände und Organisationen diverse Möglichkeiten, in diesem Bereich aktiv zu werden. Zunächst können Verbände und Organisationen Verkehrspolitik und Anbieter dafür sensibilisieren, wie entscheidend biografische Umbruchsituationen für die Verkehrsmittelwahl sind und wie wichtig die Vermittlung von Wissen über die Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Kombinationen ist. Verbände und Organisationen können sich hier aber auch unmittelbar selbst engagieren, z.B. indem sie sich an Mobilitätsprojekten beteiligen, die sich an Menschen in biografischen Umbruchsituationen wenden, Wissenstransfer und Informationsangebote in Bezug auf umweltfreundliche, multimodale Mobilität organisieren, an Projekten zur Mobilitätsforschung teilnehmen oder Bewusstseins- und Sensibilisierungskampagnen durchführen. Bei allen diesen Aktivitäten empfiehlt sich eine Kooperation mit Verkehrsunternehmen oder Behörden, um eine breitere Wirkung zu erzielen.

Verbände können stärkere Berücksichtigung von Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Nutzer unterstützen (Unterstützungsangebote und Wissenstransfer).

Überblick: USEmobility-Empfehlungen für Verbände und Organisationen

Handlungsfeld	Generelle Empfehlungen
Empfehlungen	<p>Zusammenarbeit mit anderen Akteuren intensivieren (→Seite 20)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Institutionalisierte Dialogprozesse mit Politik und Anbietern (→Seite 21) • Mit Partnern zusammenarbeiten (mit anderen Organisationen, Unternehmen oder Verwaltungen) (→Seite 22)

Handlungsfeld	Handlungsfeld „Politische Rahmenbedingungen“
Empfehlungen (bis 2020)	<p>Ziele und kohärente Rahmenbedingungen einfordern (→Seite 25)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorität für öffentlichen Verkehr und Multimodalität einfordern (→Seite 25) • Forschung und Innovation für eine umweltschonende und multimodale Mobilität unterstützen (→Seite 27)
Empfehlungen (bis 2050)	<p>Mobilität sichern bei weniger Verkehr (→Seite 42)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paradigmenwechsel: Mehr Lebensqualität statt mehr Verkehr (→Seite 43) • Erreichbarkeitsstandards definieren für autofreie Mobilität (→Seite 43) • Finanzielle Anreize für multimodale Mobilität (→Seite 43) • Lokale Beschränkungen des privaten Pkw-Verkehrs (→Seite 44)

Handlungsfeld	Handlungsfeld „Verkehrsangebot“
Empfehlungen	<p>Angebotsoptimierung vorantreiben (→Seite 29)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attraktivitätssteigerung des Gesamtsystems: Integrale Taktfahrpläne, Infrastrukturverbesserungen, einfache und nutzfremdliche Preissysteme (→Seite 30) • Optimierung des Angebots auf lokaler Ebene (→Seite 32)

Handlungsfeld	Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“
Empfehlungen	<p>Angebote für Menschen, die bereit sind ihre Mobilitätsroutinen zu überdenken (→Seite 34)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationsangebote und Unterstützung für Menschen in Umbruchsituationen (→Seite 35) <p>Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln (→Seite 36)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wissensvermittlung (→Seite 37) • Sensibilisierungskampagnen (→Seite 38)

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 für Verbände und Organisationen

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)

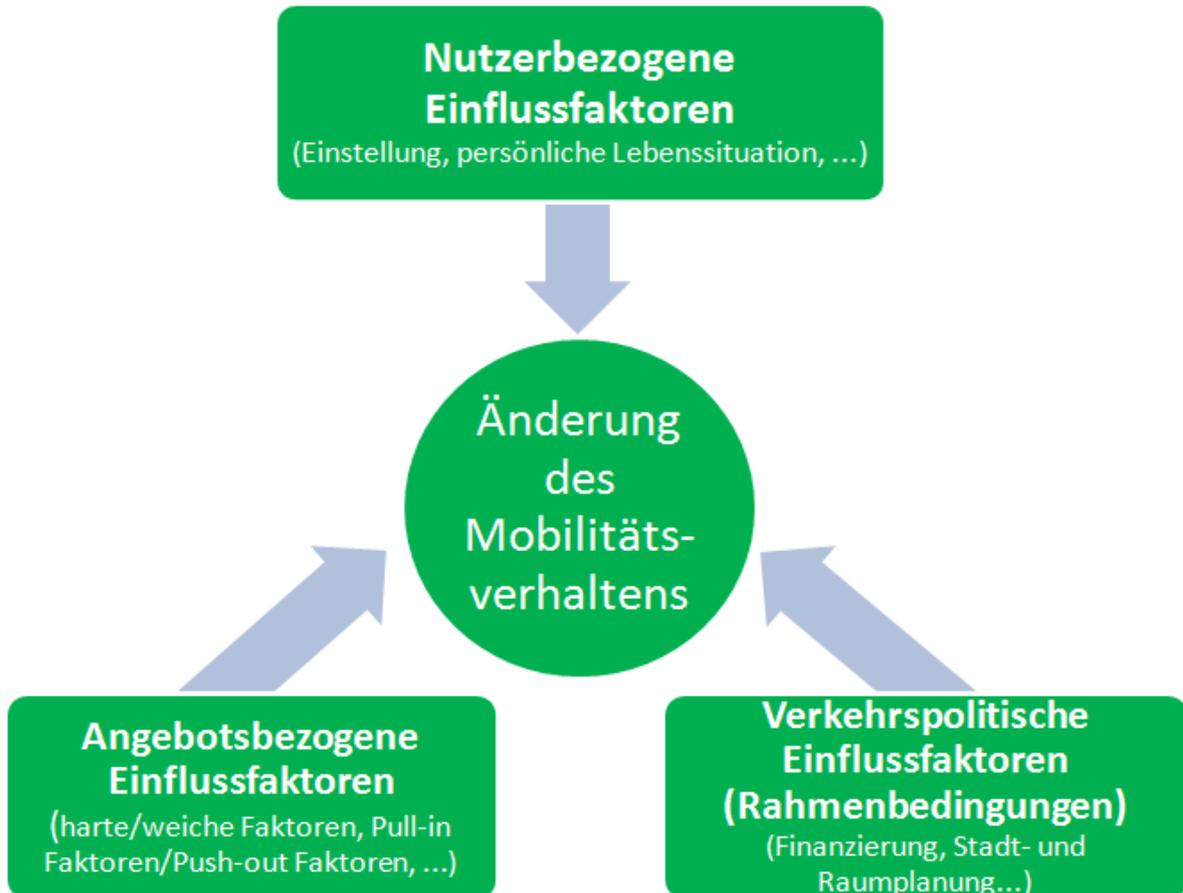


Abbildung 1 – Strukturierung der Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl in Hauptcluster

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 Den Wandel unterstützen – die Rolle von Verbänden und Organisationen

Um tatsächlich einen Wandel der Personenmobilität zu erreichen, ist es entscheidend, die Nutzer in den Mittelpunkt der Überlegungen zu stellen. Verbände und Organisationen können hier eine wichtige Rolle spielen, indem sie eine Brückenfunktion übernehmen zwischen den Nutzern und ihren Anliegen und den Entscheidern in Politik und Verkehrsunternehmen. Der Begriff Verbände und Organisationen umfasst in der Praxis höchst unterschiedliche Gruppen.

Die Empfehlungen des USEmobility Projekts wenden sich dabei an solche Organisationen der Zivilgesellschaft (Nichtregierungsorganisationen und Non-Profit-Organisationen), die sich für den öffentlichen Verkehr oder insgesamt für eine nachhaltigere Mobilität engagieren (wollen). Dies sind in erster Linie Verbraucher- und Fahrgastverbände, Umweltverbände, Gewerkschaften, aber auch Bürgergruppen wie z.B. Seniorenverbände oder Bildungseinrichtungen. Diese Abgrenzung orientiert sich an dem Verständnis der Europäischen Kommission, die unter dem Begriff „Organisationen der Zivilgesellschaft“ soziale und Umwelt-Nichtregierungsorganisationen (NRO), Bürgerorganisationen, Verbraucherorganisationen, Arbeitsmarktparteien sowie Religionsgemeinschaften subsummiert (siehe KOM(2002) 704 endgültig).

Umwelt- oder Verbraucherverbände, die sich für die Förderung des öffentlichen Verkehrs engagieren, spielen eine wichtige Rolle als Multiplikatoren, die nachhaltige Mobilität glaubwürdig populär machen können. Darüber hinaus sind sie auch eine wichtige Informationsquelle für Politik, Verkehrsunternehmen und Medien, indem sie Nutzeranliegen zusammentragen und den Entscheidern zu Gehör bringen. Damit können Verbände und Organisationen eine wichtige Scharnierfunktion zwischen Nutzern und Entscheidern im öffentlichen Verkehr übernehmen. Darüber hinaus können sie dazu beitragen, dass in der verkehrspolitischen Debatte Umweltaspekte, energiepolitische Aspekte, Gesundheitsfragen und Fragen der Stadt- und Raumplanung stärker als bisher mitgedacht werden.

Verbände und Organisationen verfügen also über ein erhebliches Potenzial, die Debatte um die Mobilität von morgen aktiv mitzugestalten und Entscheidungsprozesse auf verschiedenen Ebenen zu beeinflussen. Entscheidend ist, dass die einzelnen Verbände und Organisationen eine eigene Strategie entwickeln, die zu den Arbeitsschwerpunkten und Möglichkeiten der jeweiligen Organisation passt und die es ihnen erlaubt, effektiv zu agieren.

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

Verbände und Organisationen finden in den folgenden strategischen Empfehlungen Vorschläge, wie sie die Ergebnisse des USEmobility Projekts für eigene Aktivitäten nutzen können, die auf die Förderung einer nachhaltigeren Mobilität zielen.

Den Verbänden und Organisationen steht dabei natürlich eine Vielzahl von Instrumenten zur Verfügung. Zu nennen sind hier Lobbying, Partnerschaften und Allianzbildungen, Kampagnen, Projektarbeit, Forschungsaktivitäten etc. Im Folgenden werden beispielhaft bestimmte mögliche Instrumente wie z.B. Kampagnen oder Projektarbeit genannt, ohne dass damit andere Instrumente ausgeschlossen werden sollen. Da der Mobilitätsbereich dadurch gekennzeichnet ist, dass eine Vielzahl von Beteiligten Verantwortung trägt, kann Verbänden und Organisationen aber grundsätzlich empfohlen werden, die Potenziale zu nutzen, die Kooperationen mit anderen Akteuren bieten (siehe unten).

3.3.1.1 Zusammenarbeit mit anderen Akteuren intensivieren

Kontext / Bedeutung: In der Regel können Verbände und Organisationen Strukturen und Entscheidungsprozesse im Verkehrssektor nicht direkt beeinflussen, sondern sind auf eine Zusammenarbeit mit anderen Akteuren angewiesen. Um ihre Anliegen in den Entscheidungsprozessen zur Geltung zu bringen, sollten Verbände und Organisationen einerseits den Kontakt zu den Unternehmen suchen, die öffentlichen Verkehr anbieten, sowie zur Verkehrspolitik und den Aufgabenträgern. Potenzial hat andererseits auch die Zusammenarbeit mit Organisationen, die ähnliche Ziele verfolgen, da gemeinsames Agieren die Erfolgchancen vergrößern kann.

Eine intensivere Einbindung von Verbänden und Organisationen würde der Nutzerperspektive mehr Gewicht verleihen und damit allen Beteiligten einen echten Mehrwert bieten. In der Praxis werden allerdings bislang noch kaum Konsequenzen aus dieser Erkenntnis gezogen. Verbände und Organisationen sollten daher nicht passiv abwarten, sondern selbst zur treibenden Kraft werden, die die Kooperation sowohl mit der Verkehrspolitik als auch mit den Mobilitätsanbietern aktiv sucht.

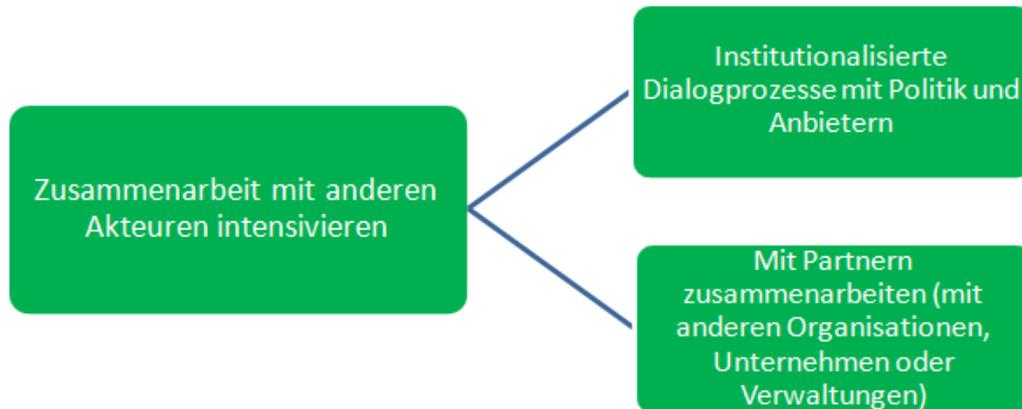


Abbildung 3 – Strategische Empfehlung: Zusammenarbeit mit anderen Akteuren intensivieren

Institutionalisierte Dialogprozesse mit Politik und Anbietern

Verbände und Organisationen, die Strukturen und politische Entscheidungsprozesse im Verkehrssektor beeinflussen wollen, müssen von den anderen Akteuren als relevanter Player anerkannt werden. Dafür ist entscheidend, in der öffentlichen Debatte zur Mobilität hörbar und sichtbar zu sein. Institutionalisierte Dialogprozesse können hier einen wichtigen Beitrag leisten. Mit Blick auf solche Dialogprozesse müssen die unterschiedlichen Verbände und Organisationen *eine eigene Strategie entwickeln*, wie, auf welchen Ebenen, ggf. mit welchen Partnern und bis wann sie ihre Anliegen einbringen wollen. Dabei ist es wichtig, flexibel politische Gelegenheiten zu erkennen und zu nutzen.

Dialogprozesse und Kooperationen brauchen Stetigkeit. Eine institutionalisierte Kooperation mit Verkehrspolitik und Verkehrsunternehmen ist daher in der Regel einem nur sporadischen Austausch vorzuziehen. Feste Strukturen sind dabei eine gute Grundlage für eine regelmäßige und institutionalisierte Einbeziehung der Expertise von Verbänden und Organisationen in die Entscheidungsfindung.

Für die Etablierung solcher fester Strukturen bietet sich in vielen Fällen die lokale oder regionale Ebene an, die die engsten Bezüge zur Alltagsmobilität der meisten Nutzer hat. Verbraucher- und Fahrgastverbände, aber auch Umweltverbände oder Gewerkschaften können die Einrichtung von *Beiräten für den öffentlichen Verkehr* anregen und sich dort engagieren. Hier können lösungsorientiert aktuelle Probleme, mit denen Nutzer konfrontiert sind, und Strategien zur Weiterentwicklung des Systems diskutiert werden, wobei solche Beiräte entweder bei den Verkehrsunternehmen oder auch bei den Aufgabenträgern angesiedelt werden können.

Angesichts des großen Einflusses, den die politischen Rahmenbedingungen auf die Verkehrsmittelwahl haben, sowie der Notwendigkeit, die Entscheidungen in anderen Politikbereichen besser mit der Verkehrspolitik zu verzahnen, sollten Dialogprozesse nicht auf die lokale Ebene und lokale Themen beschränkt bleiben. Auch auf nationaler Ebene sollten Verbände und Organisationen versuchen, die Debatte um die Mobilität von morgen mitzugestalten. Zu den wichtigsten Instrumenten zählt hier zunächst das politische Lobbying. Neben eher *informellen persönlichen Kontakten mit Entscheidern*, kommen hier auch Gespräche in stärker formalisiertem Rahmen in Frage. Zum Beispiel können *runde Tische zu Mobilitätsfragen* ins Leben gerufen werden, sei es als Dauereinrichtung oder als zeitlich

befristetes Instrument zur Lösung eines bestimmten Problems. Ein weiteres effektives, wenn auch anlassgebundenes Instrument ist die *Teilnahme an Sachverständigenanhörungen* von Parlament oder Regierung. Derartige Anhörungen sind eine hervorragende Gelegenheit, um auf nationaler Ebene die Anliegen der Nutzer zu Gehör zu bringen.

Vor allem für ganz oder überwiegend ehrenamtliche arbeitende Verbände und Organisationen kann der Personal- und Zeitaufwand für regelmäßige und institutionalisierte Dialogprozesse eine beträchtliche Hürde sein. Da alle Beteiligten von einer bessern Einbindung der Nutzerperspektive profitieren, sollte nach Wegen gesucht werden, wie die Beteiligung von ganz oder überwiegend ehrenamtlich arbeitenden Organisationen der Zivilgesellschaft unterstützt werden kann. In Frage kommt hier zu Beispiel eine finanzielle Förderung durch die beteiligten politischen Institutionen.

Mit Partnern zusammenarbeiten (mit anderen Organisationen, Unternehmen oder Verwaltungen)

Ein sinnvolles Instrument, um die eigene Effektivität zu erhöhen, ist die *Zusammenarbeit mit anderen Organisationen*. Dieses Instrument bietet die Chance, die Verbandpositionen im Mobilitätsbereich um solche Aspekte zu erweitern, die nicht unmittelbar in der Kernkompetenz des eigenen Verbandes liegen. So können beispielsweise Fahrgastverbände von einer Zusammenarbeit mit Umweltverbänden profitieren, wenn sie sich zum Umweltvorteil des öffentlichen Verkehrs positionieren wollen. Zugleich bietet eine Zusammenarbeit den Verbänden die Chance, mit einer Stimme zu Politik und Unternehmen zu sprechen. Durch solche *gemeinsame Positionen und gemeinsames Agieren* erhalten die Forderungen und Anliegen der Verbände ein größeres Gewicht. Eine Bündelung der Kräfte kann wesentlich dazu beitragen, dass tatsächlich Veränderungsprozesse angestoßen werden.

Natürlich lassen sich Partnerschaften am einfachsten dann realisieren, wenn die beteiligten Verbände und Organisationen eine grundsätzlich ähnliche Orientierung haben (z.B. Umweltverbände und Fahrgastverbände, die beide ein grundsätzliches Interesse am Ausbau des umweltschonenden öffentlichen Verkehrs haben). Aus strategischer Sicht kann es aber ebenfalls lohnend sein, auch *mit Partnern zusammenzuarbeiten, die auf den ersten Blick eine deutlich andere Ausrichtung zu haben scheinen*. Gerade dann, wenn es um die Förderung von Multimodalität geht, sollten Fahrgast- und Umweltverbände auch Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Autoclubs, Fahrradfahrerverbänden oder Fußgängerorganisationen ausloten. Tatsächlich hat die USEmobility Wechselnutzerbefragung gezeigt, dass ein Großteil der Menschen, die zum öffentlichen Verkehr oder zu multimodalen Kombinationen gewechselt sind, nach wie vor Zugang zu einem Pkw haben (siehe USEmobility Report D3.6). Angesichts der großen Offenheit der Nutzer gegenüber multimodalen Lösungen könnten auch Akteure wie Autoclubs, Schülervereinigungen, Seniorenverbände etc. für einen Ausbau des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Angebote gewonnen werden. Gewerkschaften können ebenfalls interessante Partner in Mobilitätsfragen sein. So ist zum Beispiel die Sicherung einer bezahlbaren Mobilität zum und vom Arbeitsplatz ein zentrales Thema für die Gewerkschaften und ihre Mitglieder, und ein weniger auto- und ölabhängiges Verkehrssystem kann hierzu einen wesentlichen Beitrag leisten.

In vielen Fällen bieten sich Verbänden und Organisationen auch Chancen für eine konkrete Projektzusammenarbeit mit Unternehmen oder lokalen Behörden. So könnte es für Arbeitgeber interessant sein, auf die Expertise und das Know-how von Verbänden und Organisationen

zurückzugreifen, wenn sie ein betriebliches Mobilitätsmanagement einführen oder auch schlicht nur die Kosten für Mitarbeiterparkplätze reduzieren wollen. Desweiteren können Verbände und Organisationen auch für lokale Behörden interessante Projektpartner sein, wenn diese umweltschonende Mobilitätsformen fördern wollen.

Schließlich sollten Verbände und Organisationen auch die Möglichkeiten zur Zusammenarbeit mit Partnern oder Dachverbänden auf EU-Ebene nutzen. Eine internationale Zusammenarbeit trägt nicht nur zu einer besseren Präsenz in der europäischen Mobilitätsdebatte bei, sondern eröffnet auch neue Möglichkeiten für den Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch mit Verbänden und Organisationen aus anderen EU-Ländern.

Good Practice und Inspiration:

Institutionalisierte Dialogprozesse mit Politik und Anbietern

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. Verschiedene Verbände und Organisationen haben sich entschlossen, im Konsultationsprozess zusammenzuarbeiten, da ein gemeinsames Auftreten die Erfolgsaussichten vergrößert. Weitere Details:

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

In Großbritannien wurde mit Rail Passengers Council (bzw. Passenger Focus) eine regierungsunabhängige öffentlich-rechtliche Einrichtung geschaffen, um die Interessen der britischen Bahnreisenden zu vertreten. Diese als Kontrollinstanz gedachte Organisation wird von der Regierung finanziert, agiert aber unabhängig. Ziel ist sicherzustellen, dass die Fahrgastperspektive in allen relevanten Diskussionen gehört wird. Dabei stützt sich Passenger Focus auch auf eine umfangreiche Marktforschung, die mit öffentlichen Mitteln finanziert wird. So werden im Rahmen des National Passenger Survey jährlich über 50.000 Bahnreisende und eine vergleichbare Anzahl Busreisende repräsentativ zu ihren Erfahrungen im öffentlichen Verkehr befragt. Weitere Details:

<http://www.passengerfocus.org.uk/>

Allianzen verschiedener Organisationen

Das kroatische Bündnis Savez za željeznicu (Allianz pro Schiene) ist eine Nichtregierungsorganisation auf Non-Profit Basis, die sich für die Förderung eines umweltschonenden, energieeffizienten und modernen Schienenverkehrs einsetzt und Multimodalität im Verkehrssystem unterstützt. In diesem Bündnis haben sich 29 Unternehmen und 16 Verbände und Organisationen zusammengeschlossen. Zu den 16 Verbänden und Organisationen zählen Umweltverbände, Verbände für Öko-Tourismus, Gewerkschaften, Bildungseinrichtungen und Bürgerorganisationen. Im Rahmen des gemeinsamen Bündnisses arbeiten die Partner in verschiedenen Projekten und bei weiteren Aktivitäten zur Förderung einer nachhaltigeren Mobilität zusammen. Weitere Details:

<http://www.szz.hr/o-nama>

Zusammenarbeit mit lokalen Behörden: Umweltfreundliche Mobilität für einen sanften Tourismus

Der Österreichische Alpenverein möchte Menschen für das Erleben der alpinen Bergwelt begeistern und zugleich diesen einzigartigen Naturraum schützen. Aus diesem Grund unterstützt der Alpenverein gemeinsam mit den Behörden vor Ort das Projekt „Nationalpark-Wanderbus“, das Erholungssuchenden eine autofreie Anreise zu den schönsten Wanderrouten im Nationalpark Hohe Tauern ermöglicht. Weitere Details:

http://www.alpenverein.com/portal/natur-umwelt/nationalpark_hohe_tauern/nationalpark-wanderbus/wanderbus_tirol.php

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). Für Verbände und Organisationen, die sich für einen nachhaltigeren Verkehr engagieren, liegt daher hier ein zentrales Handlungsfeld. Zwar können Verbände und Organisationen nicht unmittelbar über die politischen Rahmenbedingungen im Verkehrssektor entscheiden, sie haben aber gleichwohl die Chance, den Veränderungsbedarf im Verkehrssektor auf die politische Tagesordnung zu setzen.

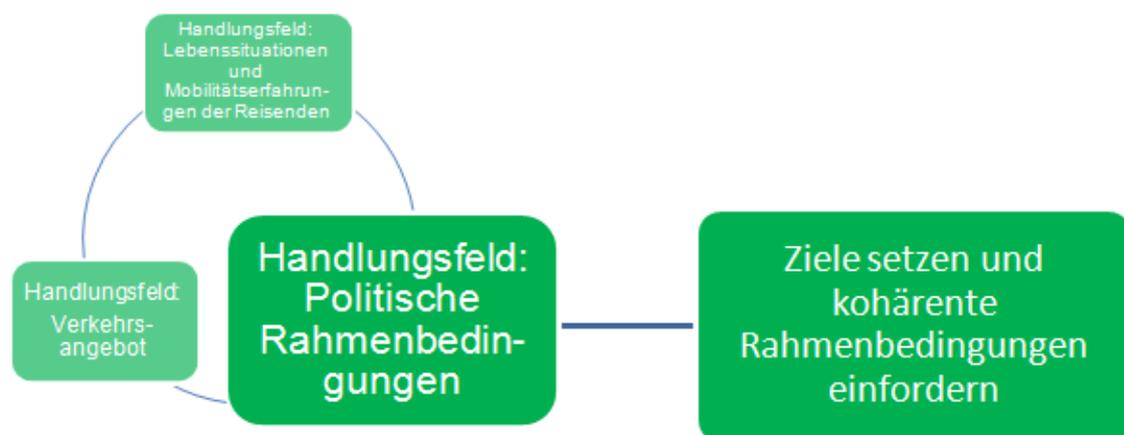


Abbildung 4 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „politische Rahmenbedingungen“

3.3.2.1 Ziele und kohärente Rahmenbedingungen einfordern

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). Verbände und Organisationen können hier einen Wandel unterstützen, indem sie Politik und Öffentlichkeit für die Notwendigkeit einer nachhaltigeren Mobilität sensibilisieren und Impulse für konkrete Maßnahmen geben. Eine besondere Bedeutung hat dabei die Pressearbeit, da Verbände und Organisationen der Zivilgesellschaft eine glaubwürdige und unabhängige Informationsquelle sind, die zudem mit der Nutzerperspektive vertraut sind.

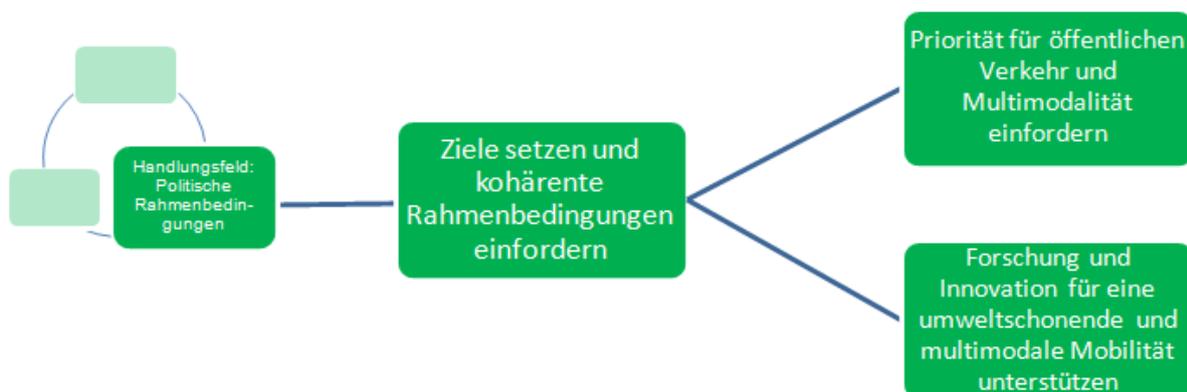


Abbildung 5 – Strategische Empfehlung: Ziele und kohärente Rahmenbedingungen einfordern

Priorität für öffentlichen Verkehr und Multimodalität einfordern

Verbände und Organisationen sollten *von der Verkehrspolitik ein ambitioniertes und klares Konzept einfordern*, das dem öffentlichen Verkehr und Multimodalität Priorität einräumt. Zu den wichtigsten Elementen in dieser Hinsicht zählen klare Ziele für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs, die Verbesserung des Angebotes im öffentlichen Verkehr und Förderung multimodaler Kombinationen, Abbau von Fehlanreizen zur privaten Pkw-Nutzung und eine bessere Verzahnung der Verkehrspolitik mit der Raumplanung und anderen Politikfeldern.

Die *Festlegung klarer Ziele für einen größeren Marktanteil des öffentlichen Verkehrs* sowie eines Zeithorizonts, in dem diese Ziele erreicht werden sollen, ist die Basis für weitere Schritte. Klare und verbindliche Ziele geben allen Beteiligten, nicht zuletzt den Nutzern selbst, Orientierung und Planungssicherheit. Darüber hinaus sind klare Ziele die notwendige Entscheidungsgrundlage für den Infrastrukturausbau und die Kapazitätsplanung.

Wenn es darum geht, mehr Menschen zu einem Wechsel zu umweltschonenden Verkehrsträgern wie zu Fuß gehen, Fahrrad, öffentlicher Verkehr oder multimodale Kombinationen zu motivieren, sollten Verbände und Organisationen einen *dualer Ansatz* einfordern. Aus der Nutzerperspektive ist es natürlich eine Grundvoraussetzung, die Alternativen zur Nutzung des privaten Pkws attraktiver zu machen. Dies bedeutet *ein umfangreicheres und besseres ÖV-Angebot* (gute Erreichbarkeiten, dichtes Fahrplanangebot, erweiterte Betriebszeiten, günstige Tarife und zuverlässiger Betrieb) und eine bessere Verknüpfung mit anderen Verkehrsträgern (siehe USEmobility Report D3.6). Ebenso wichtig ist es jedoch, dass die Politik *Anreize zur Nutzung des motorisierten Individualverkehrs beseitigt*. Häufig hält die Verkehrspolitik 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.

Um einen Wandel im Verkehrsbereich zu erreichen, ist ein integrierter Ansatz nötig. Verbände und Organisationen sollten sich daher für eine bessere Verzahnung der Verkehrspolitik mit anderen Politikfeldern einsetzen. Verbände und Organisationen können in der verkehrspolitischen Debatte auf die *Interdependenzen zwischen Mobilität und Umwelt- und Klimaschutz, Energiepolitik, Gesundheitspolitik* (geringeres Unfallrisiko im öffentlichen Verkehr, aber auch weniger Gesundheitsprobleme durch Bewegungsmangel) *und Stadt- und Raumplanung* hinweisen. Die Wechselwirkungen mit diesen Bereichen werden von der Verkehrspolitik immer noch unterschätzt, insbesondere was den Einfluss von Stadt- und Raumplanungsentscheidungen auf die Verkehrsmittelwahl angeht.

Besonderes Augenmerk sollte daher 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. Verbände und Organisationen sollten sich daher dafür einsetzen, dass die Verkehrspolitik *nicht länger auf einseitig straßenverkehrszentrierte Stadt- und Raumplanungskonzepte setzt*. 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.

Von erheblicher Bedeutung für die zukünftige Entwicklung einer nachhaltigeren Mobilität ist

nicht zuletzt eine ausreichende und verlässliche Finanzierung des öffentlichen Verkehrs. Auch hier sollten Verbände und Organisationen klare politische Entscheidungen einfordern, die eine *auskömmliche und auch stetige Finanzierung des öffentlichen Verkehrs und multimodaler Angebote* sicherstellen. Im Gegenzug sollten öffentliche Ausgaben für den motorisierten Individualverkehr zurückgefahren werden.

Wie bereits eingangs erwähnt, sind institutionalisierte Dialogprozesse mit Politik und Anbietern ein wirksames Instrument, um die Anliegen der Nutzer zu Gehör zu bringen. Als konkrete Maßnahme könnten Verbände und Organisationen die Erarbeitung eines *gemeinsamen Leitbildes für die zukünftige Entwicklung einer bezahlbaren und umweltschonenden Mobilität* vorschlagen. Zentrale Elemente eines solchen Leitbildes sind dabei Multimodalität und öffentlicher Verkehr, aber auch Stadt- und Raumplanungskonzepte, die Alternativen zum motorisierten Individualverkehr fördern. Das gemeinsame Leitbild kann dann von der Politik in einem Masterplan für den Personenverkehr konkretisiert werden. Koordiniert werden muss ein solcher Masterplan Personenverkehr von der Bundesregierung in Zusammenarbeit mit den Ländern und Kommunen, den Verkehrsunternehmen und den Verbänden, einschließlich Fahrgast- und Verbraucherorganisationen. Die Verbände sollten hier ihre Expertise einbringen. Zugleich sollten sie darauf drängen, dass in Dialogprozessen, die in weiteren Politikfeldern (Umwelt- und Klimaschutz, Gesundheit etc.) geführt werden, das Thema Mobilität von vornherein mitgedacht wird.

Forschung und Innovation für eine umweltschonende und multimodale Mobilität unterstützen

Kontinuierliche Forschung und Innovation spielen eine erhebliche Rolle für den zukünftigen Markterfolg von öffentlichem Verkehr und Multimodalität bei den Nutzern. Insbesondere eine genauere Kenntnis der Nutzererwartungen und der Entscheidungsgründe bei der Verkehrsmittelwahl sind entscheidend, wenn sich das Verkehrsverhalten und damit das Verkehrssystem grundlegend ändern sollen. Hier sollte die Mobilitätsforschung verstärkt ansetzen. Wichtig für einen erfolgreichen Innovationsprozess ist dabei, die Nutzerperspektive und die multimodale Perspektive nicht aus den Augen zu verlieren. Gleichwohl wird Innovation immer noch viel zu häufig in einem technizistischen Sinne verstanden. Üblich sind auch nach wie vor Innovationsstrategien, die nicht verkehrsträgerübergreifend auf eine Optimierung des Gesamtsystems zielen, sondern isoliert die Optimierung einzelner Verkehrsträger vorantreiben wollen. Geboten wäre stattdessen ein Systemansatz, der auch nichttechnische und verhaltensbezogene Aspekte integriert. Verbände und Organisationen können einen solchen umfassenderen Forschungs- und Innovationsansatz unterstützen, indem sie sich beispielsweise selbst *an Forschungsvorhaben beteiligen, oder auch an Plattformen für Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch zum Thema nachhaltige Mobilität*. Desweiteren können Verbände und Organisationen Innovationsprozesse unterstützen, indem sie *Best-practice-Beispiele sammeln und veröffentlichen, oder gezielt auf Innovationen hinweisen, die erfolgreich zu Verkehrsverlagerungen und/oder zu Verkehrsvermeidung beigetragen haben*.

Good Practice und Inspiration:

Ziele und kohärente Rahmenbedingungen einfordern

In Österreich setzt sich der Verkehrsclub VCÖ für verkehrspolitische Rahmenbedingungen ein, die eine ökologisch verträgliche, sozial gerechte und ökonomisch effiziente Mobilität fördern. Unter anderem veröffentlicht der VCÖ Informationsbroschüren, die den Veränderungsbedarf, aber auch Veränderungsmöglichkeiten im Mobilitätsbereich erläutern (z.B. „Wie wohnen Verkehr lenkt“ – hier wird der Einfluss von Stadt- und Raumplanung auf das Mobilitätsverhalten dargelegt –, „Verkehr fair steuern“, – hier wird der Einfluss von steuerlichen Regelungen auf das Mobilitätsverhalten dargelegt –, etc.). Weitere Details:

<http://www.vcoe.at/de/ueber-vcoe>

Forschung und Innovation unterstützen

Der Verkehrsclub Deutschland (VCD) hat einen wissenschaftlichen Beirat ins Leben gerufen. Der wissenschaftliche Beirat gibt dem VCD Zugang zu Experten von Hochschulen, sonstigen wissenschaftlichen Einrichtungen, Planungsbüros und Politik. Außerdem beteiligt sich der VCD auch direkt an Forschungsprojekten im Mobilitätsbereich, beispielsweise am SIPTRAM-Projekt, das die versteckten Kosten des motorisierten Individualverkehrs für die öffentlichen Haushalte in den Städten untersucht hat.

Weitere Details:

<http://www.vcd.org/beirat.html> und <http://www.vcd.org/kostenwahrheit.html>

3.3.3 Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“

Kontext / Bedeutung: Angebotsdichte und Angebotsqualität des öffentlichen Verkehrs haben einen entscheidenden Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl. Zwar befassen sich nicht alle Verbände und Organisationen, die sich für eine nachhaltigere Mobilität einsetzen, mit der Angebotsgestaltung im öffentlichen Verkehr oder bei multimodalen Kombinationen. Eine Reihe von Organisationen, wie z.B. Fahrgastverbände haben hier allerdings beträchtliche Expertise, und sind mit den Angeboten und Kundenwünschen im Detail vertraut. Diese Organisationen können mit ihrem Fachwissen im Handlungsfeld Verkehrsangebot aktiv werden und den Kontakt mit Verkehrsunternehmen und Aufgabenträgern suchen.

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).

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.

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

Verbände und Organisationen können die USEmobility Projektergebnisse nutzen, wenn sie den Ausbau und die Verbesserung des öffentlichen Verkehrs fordern. Während Handlungsempfehlungen zu nutzerbezogenen Einflussfaktoren im folgenden Kapitel 3.3.4 diskutiert werden, konzentrieren sich die Empfehlungen in diesem Kapitel auf die angebotsbezogenen Einflussfaktoren.

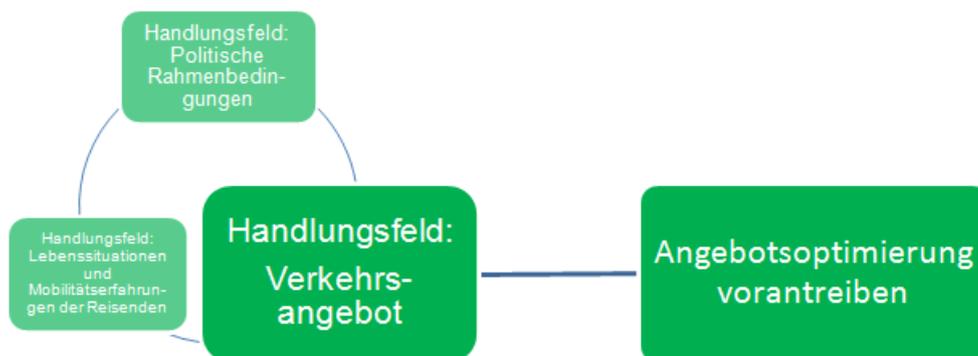


Abbildung 6 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Verkehrsangebot“

3.3.3.1 Angebotsoptimierung vorantreiben

Kontext / Bedeutung: Im Hinblick auf eine stärkere Nutzung des öffentlichen Verkehrs zeichnen die Ergebnisse des USEmobility Projekts ein differenziertes Bild: In allen USEmobility Ländern gibt es eine große Dynamik bei der Verkehrsmittelwahl, aber im Ergebnis sind dennoch fast überall nur leichte Verschiebungen des Modalsplits zugunsten des öffentlichen Verkehrs zu verzeichnen (siehe USEmobility Reports D2.2 und D3.6). Zwar zieht das vorhandene Angebot des öffentlichen Verkehrs nennenswert neue Nutzer an, gleichzeitig kehren aber immer noch zu viele Nutzer dem öffentlichen Verkehr den Rücken, sei es aus Unzufriedenheit oder sei es wegen einer noch größeren Attraktivität des motorisierten

Individualverkehrs. Um eine stärkere Verschiebung des Modalsplits zu erreichen, sollten systematisch beide Aspekte in den Blick genommen werden: Bei der Angebotsentwicklung sollte sowohl bei den Pull-in Faktoren systematisch angesetzt werden, um neue Fahrgäste zu gewinnen, als auch bei den Push-out Faktoren, um die Abwanderung von Kunden zu vermeiden.

Verbände und Organisationen können diesen Ansatz unterstützen, indem sie Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger für die angebotsbezogenen Faktoren sensibilisieren, die für die Wahlentscheidungen der Nutzer besonders relevant sind.



Abbildung 7 – Strategische Empfehlung: Angebotsoptimierung vorantreiben

Attraktivitätssteigerung des Gesamtsystems: Integrale Taktfahrpläne, Infrastrukturverbesserungen, einfache und nutzfremdliche Preissysteme

In Bezug auf die angebotsbezogenen Faktoren hat die USEmobility Wechselnutzerbefragung 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*.

Hier können Verbände und Organisationen ansetzen und konkrete Maßnahmen aufzeigen, die zur Attraktivitätssteigerung des Gesamtsystems beitragen. Da sich die Ausgangssituationen in

unterschiedlichen Staaten bzw. Regionen in der Regel deutlich unterscheiden, müssen die Maßnahmenvorschläge an die konkrete Situation vor Ort angepasst sein und sollten auf dem vorhandenen Angebotsniveau aufbauen.

Ein erhebliches Potenzial zur Attraktivitätssteigerung des Gesamtsystems liegt beispielsweise in einer besseren Abstimmung der vorhandenen Verkehrsangebote, wodurch kürzere Reisezeiten, kürzere Umsteigezeiten, mehr Flexibilität in der Nutzung und eine größere Angebotsdichte erreicht werden können. Ein Schlüsselinstrument in diesem Zusammenhang ist die Einführung von *integralen Taktfahrplänen*.

Integrale Taktfahrpläne sind nicht nur für die Kunden attraktiv, sondern sind in der Regel auch vorteilhaft für die Verkehrsunternehmen und die Aufgabenträger, da durch das Prinzip der Regelmäßigkeit Personal, Infrastruktur und Fahrzeuge effizienter genutzt werden können und die Ressourcenplanung vereinfacht wird. Zudem führt eine Attraktivitätssteigerung des Gesamtsystems zu deutlichen Nachfragesteigerungen und damit auch zu steigenden Fahrgeldeinnahmen– dies zeigen die Erfahrungen aus Best Practice-Beispielen.

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.

Ein weiterer entscheidender Faktor für die Verkehrsmittelwahl ist *Erreichbarkeit*. 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). Verbände und Organisationen sollten sich daher dafür einsetzen, dass gezielt in solche Infrastrukturverbesserungen investiert wird, 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.). Das gleiche gilt für die Errichtung neuer Infrastrukturen. Wenn ein entsprechendes Potenzial für mehr Fahrgäste vorhanden ist, müssen auch neue Verbindungen angeboten werden können. Dies kann durch *Streckenbau* geschehen, aber auch durch *Infrastrukturausbauten oder durch Reaktivierung von Infrastrukturen, die derzeit nicht genutzt werden*.

Multimodalität ist ein Schlüsselaspekt, wenn es um eine bessere Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel 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 Wechsellutzer 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 einem Einsatz für *gezielte Investitionen in die notwendigen multimodalen Schnittstellen* können Verbände und Organisationen 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.

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. Verbände und Organisationen sollten darauf hinweisen, dass hier aus Nutzersicht zu den wichtigsten Maßnahmen zweifellos die Einführung *durchgehender Fahrkarten für alle Angebote des öffentlichen Nahverkehrs* zählt, so dass anbieterunabhängig alle Nahverkehrsangebote mit einem Fahrschein genutzt werden können. Die Optionen reichen hier von der gegenseitigen Anerkennung von Fahrscheinen bis hin zu Verbundtarifen, die unternehmensunabhängig in bestimmten Regionen (Verbundgebiete) gelten.

Optimierung des Angebots auf lokaler Ebene

Verbände und Organisationen haben auch und gerade auf der lokalen Ebene das Potenzial, Optimierungsbedarf auf die Tagesordnung zu setzen. Auch wenn es wichtig bleibt, sich überregional für eine generelle Attraktivitätssteigerung des Gesamtsystems einzusetzen, sind viele Nutzer in ihrem Mobilitätsalltag mit Problemen konfrontiert, die auf der regionalen Ebene angegangen werden können.

Häufig haben schon eher kleinere Unzulänglichkeiten deutliche Folgen für die Verkehrsmittelwahl. Beispiele finden sich in den Bereichen Fahrgastinformation, Umsteigesituationen, Ticketerwerb, Personal etc. Wenn die Informationen zu Fahrplänen unzureichend oder unverständlich sind, oder wenn die Fahrpläne an den Stationen schlecht auffindbar sind, wenn die Zuverlässigkeit der Angebote zu wünschen übrig lässt, wenn Umsteigebeziehungen zwischen verschiedenen Angeboten schlecht aufeinander abgestimmt sind, wenn im Verspätungsfall Anschlüsse nicht warten, wenn der Fahrkartenkauf zu kompliziert ist oder wenn es an Personal mangelt, wo Ansprechpartner erforderlich sind, dann sind dies erstzunehmende Hindernisse, die potenzielle Nutzer von einem Wechsel zum öffentlichen Verkehr abhalten können, und die für vorhandene Nutzer ein Grund sein können, den öffentlichen Verkehr zu verlassen (Push-out Faktor).

Vor allem Fahrgast- und Verbraucherverbände können hier eine Kontrollinstanz bzw. ein Korrektiv sein, die derartige *Unzulänglichkeiten aufspüren und konkrete Vorschläge machen, wie sie abzustellen sind*. Für Verbände und Organisationen, die sich für einen nachhaltigeren Verkehr und eine Verbesserung des öffentlichen Verkehrs einsetzen, bietet eine solche Arbeit auf regionaler Ebene die Chance, relativ kurzfristig greifbare Ergebnisse zu erzielen. Man muss sich vor Augen halten, dass viele der oben erwähnten Unzulänglichkeiten bereits mit eher kleinen organisatorischen oder betrieblichen Änderungen verbessert oder abgestellt werden können, und dies häufig zu nur geringen Kosten oder sogar kostenneutral. Daher lassen sich solche kleineren Maßnahmen in der Regel einfacher und schneller realisieren als Maßnahmen, die größere Investitionen erfordern. Auch eine gute und institutionalisierte Kooperation mit der Verkehrspolitik und den Verkehrsunternehmen (z.B. im Rahmen von Beiräten, siehe oben Kapitel 3.3.1.1) kann wesentlich dazu beitragen, hier schneller voranzukommen

Good Practice und Inspiration:

Veränderungsbedarf auf die Tagesordnung bringen

Verbände wie der Verkehrsclub Deutschland (VCD) in Deutschland und der VCÖ in Österreich führen regelmäßig repräsentative Tests des Bahnangebotes aus Nutzersicht durch („Bahntests“). Die Testergebnisse zeigen Optimierungsbedarf auf und ebenso positive Entwicklungen. Sie bieten den Entscheidungsträgern in der Politik und bei den Unternehmen wertvolle Hinweise und geben der öffentlichen Debatte über die Mobilität von morgen wichtige Impulse. Weitere Details:

<http://www.vcoe.at/de/vcoe-unterstuetzen/vcoe-bahntest>

und

<http://www.vcd.org/bahntest.html>

Neues Angebot auf alten Gleisen durch Verbändeengagement

20 Jahre nach der Einstellung des Personenverkehrs wurde im Jahre 2005 der Schienenpersonenverkehr auf der Strecke Osnabrück – Dissen-Bad Rothenfelde (sogenannter „Haller Willem“) reaktiviert. Die Reaktivierung wurde zum vollen Erfolg, und die Fahrgastzahlen steigen kontinuierlich. Die Reaktivierung des „Haller Willem“ ist ein Beispiel für die erfolgreiche Arbeit von Organisationen der Zivilgesellschaft. Fahrgast- und Verbraucherverbände (PRO BAHN, Verkehrsclub Deutschland), Umweltverbände und Gewerkschaften hatten sich gemeinsam für die Reaktivierung engagiert, und konnten damit die Entscheidungsträger überzeugen, die Stilllegung der Strecke rückgängig zu machen. Weitere Details:

<http://www.pro-bahn.de/fakten/hallerwillem.htm>

Verbändeexpertise in Prozesse zur Angebotsverbesserungen einbringen

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

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

Verbände und Organisationen, die sich für eine nachhaltigere Mobilität engagieren wollen, sollten nicht nur im Handlungsfeld politische Rahmenbedingungen aktiv werden, auch wenn Lobbyarbeit in diesem Bereich zweifellos ein zentraler Aspekt ist. Sie sollten vielmehr auch Chancen für Aktivitäten nutzen, die direkt auf die Entscheidungsprozesse bei der Verkehrsmittelwahl durch die Nutzer zielen. Natürlich spielen Angebotsmerkmale (angebotsbezogene Faktoren) eine wichtige Rolle für die Nutzerentscheidungen. Das vorangegangene Kapitel 3.3.3 ist deshalb darauf eingegangen, wie Verbände und Organisationen angebotsbezogene Faktoren beeinflussen können. Die USEmobility Wechselnutzerbefragung hat aber deutlich gemacht, dass Lebenssituation, Mobilitätserfahrungen und persönliche Einstellungen (nutzerbezogene Einflussfaktoren) ebenfalls hochgradig relevant für die Verkehrsmittelwahl sind. Verbände und Organisationen sollten bei ihrer Arbeit diese nutzerbezogenen Einflussfaktoren stärker in den Blick nehmen. Auch hier gilt wieder, dass Kooperation mit Verkehrsunternehmen oder Aufgabenträgern eine Chance sein können, effektiver zu agieren.

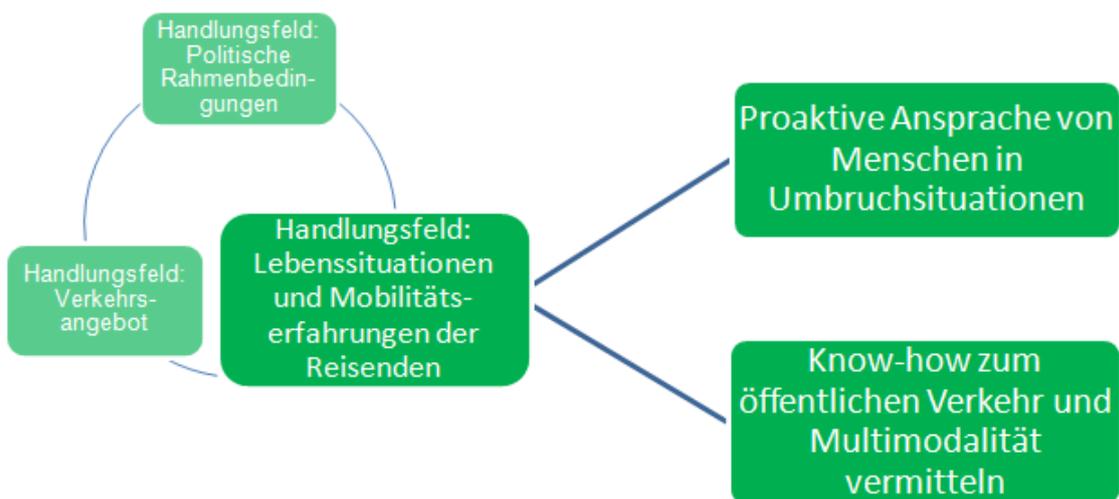


Abbildung 8 – Übersicht: Strategische Empfehlungen im Handlungsfeld „Lebenssituationen und Mobilitätserfahrungen der Reisenden“

3.3.4.1 Angebote für Menschen, die bereit sind ihre Mobilitätsroutinen zu überdenken

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 (Umzug, ein neuer Job, Geburt von Kindern usw.) ein zentrales Motiv dafür waren, die eigene Verkehrsmittelwahl zu überdenken.

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.

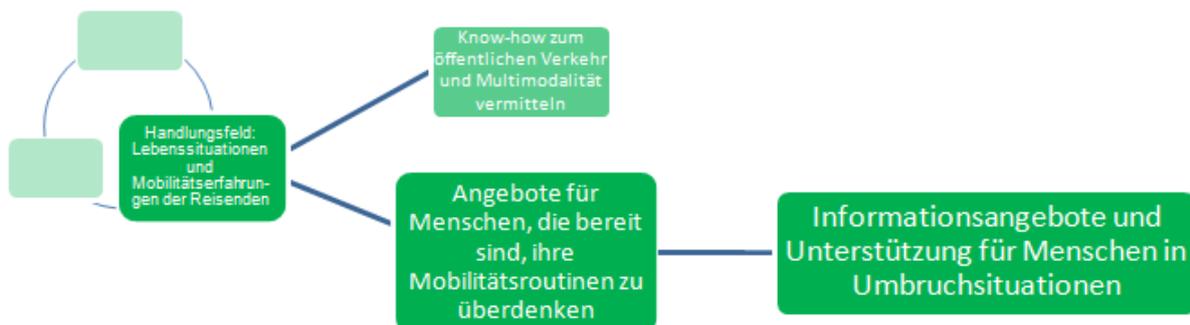


Abbildung 9 – Strategische Empfehlung: Angebote für Menschen, die bereit sind ihre Mobilitätsroutinen zu überdenken

Informationsangebote und Unterstützung für Menschen in Umbruchsituationen

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 können Verbände und Organisationen ansetzen.

Zunächst können Verbände und Organisationen *Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger*

dafür sensibilisieren, welchen großen Einfluss biografische Umbruchsituationen auf die Verkehrsmittelwahl haben.

Organisationen der Zivilgesellschaft, die in diesem Handlungsfeld unmittelbar selbst aktiv werden wollen, können sich *gemeinsam mit weiteren Akteuren an entsprechenden Projekten beteiligen*. Auch wenn Verkehrsunternehmen und/oder Aufgabenträger sicherlich die Hauptverantwortlichen sind, wenn es darum geht, (potenzielle) Kunden in Umbruchsituationen direkt anzusprechen, kann eine Beteiligung auch von Verbänden und Organisationen hier einen Mehrwert bieten. Durch eine Einbindung von Verbänden und Organisationen können weitere Aspekte integriert oder stärker berücksichtigt werden (wie z.B. Umweltfragen oder praktische Fragen, mit denen die Nutzerin Mobilitätsalltag konfrontiert werden).

Desweiteren können Verbände und Organisationen auch *Mobilitätsberatung für ihre eigenen Mitglieder anbieten*, gerade für solche Personen, die sich in einer Umbruchsituation befinden. Ob Angebote zur Mobilitätsberatung ein effektives Instrument sind, hängt natürlich maßgeblich von Art und Größe der jeweiligen Organisation ab. Allerdings bieten zahlreiche Verbände und Organisationen ihren Einzelmitgliedern ohnehin Service- und Beratungsleistungen an, und Organisationen wie z.B. Gewerkschaften haben zudem eine beträchtliche Zahl von Mitgliedern. Begonnen werden könnte z.B. mit mobilitätsbezogenen Beratungsangeboten für Personen, die umziehen. Gerade Arbeitnehmerorganisationen könnten aber weitere Aspekte einbeziehen. Denkbar sind z.B. Angebote, die auf Umbruchsituationen wie Ausbildungsbeginn und -ende, Arbeitsplatzwechsel oder Wechsel in den Ruhestand zugeschnitten sind. Auch bei derartigen Beratungsangeboten bieten sich Kooperation mit Verkehrsunternehmen oder Aufgabenträgern an.

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 Aufgabenträger oder Verkehrsunternehmen bislang klar unterentwickelt (siehe USEmobility Report D3.6). Insofern bietet sich Verbänden und Organisationen auch hier ein Ansatzpunkt für eigene Aktivitäten, zumal Organisationen der Zivilgesellschaft bei den Nutzern als glaubwürdige und unabhängige Informationsquelle anerkannt sind.

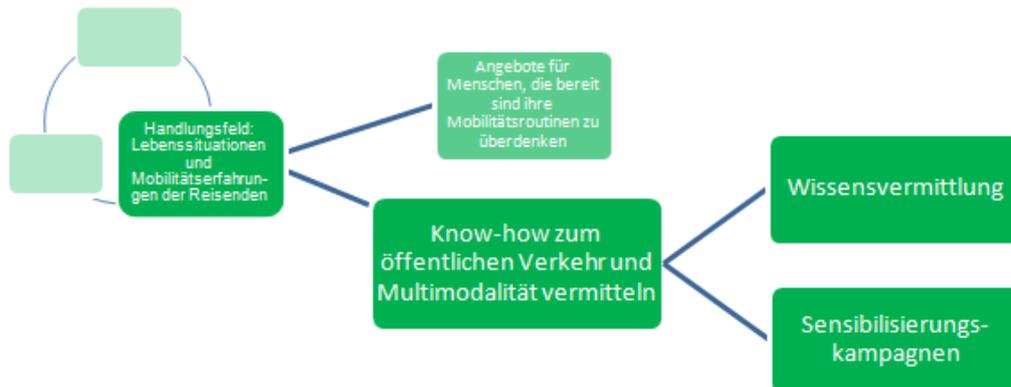


Abbildung 10 – Strategische Empfehlung: Know-how zum öffentlichen Verkehr und Multimodalität vermitteln

Wissensvermittlung

Viele Verbände und Organisationen besitzen große Expertise im Hinblick auf öffentlichen Verkehr, Alternativen zum Individualverkehr per Pkw, die gegenseitigen Wechselwirkungen zwischen Verkehr und Umwelt, Verkehr und Gesundheit oder Verkehr und Lebenshaltungskosten. Sie sollten die Chance nutzen, dieses *Wissen gezielt ihren eigenen Mitgliedern, aber vor allem auch einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen*. Dazu können die Verbände und Organisationen diverse Instrumente nutzen. Entscheidend ist, dass sie Konzepte entwickeln, die zu den individuellen Arbeitsschwerpunkten und Möglichkeiten der eigenen Organisation passen.

Unabhängig vom jeweiligen Konzept sollten sich Aktivitäten zur Wissensvermittlung am praktischen Informationsbedarf der Nutzer orientieren. D.h. neben Informationen zu Umweltvorsprung und Sicherheitsvorteil des öffentlichen Verkehrs, die der allgemeinen Verbraucheraufklärung dienen, sollten auch *praktische Fragen einer nicht ausschließlich auf das Auto fixierten Mobilität thematisiert* werden. Ein Mangel an eigener Erfahrung mit dem öffentlichen Verkehr ist für Nicht-Nutzer oft eine ganz erhebliche psychologische Barriere. Hier können Verbände und Organisationen ansetzen, indem sie Wissen vermitteln, das einen Wechsel zum öffentlichen Verkehr oder multimodalen Kombinationen fördert. Mögliche Themen sind Fahrpläne und Tarife, die Entwicklung des Verkehrsangebotes (Angebotsverbesserungen und -ausweitungen), Möglichkeiten zur Mobilitätskosteneinsparung durch multimodale Mobilitätsmuster, Zugang zur Multimodalität (wo findet der Nutzer z.B. Park & Ride) oder Zugang zu Car-Sharing-Angeboten oder Fahrgemeinschaften (Auto nutzen statt Auto besitzen).

Idealerweise sollten entsprechende Aktivitäten und Angebote die Beratungs- und Informationsbedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen berücksichtigen (u.a. Berücksichtigung von Alter, Einstellungen, Lebensumständen etc.), verschiedene Mobilitätsanlässe berücksichtigen und regionalen Unterschieden Rechnung tragen (städtische und ländliche Räume). Da die Kapazitäten von Verbänden und Organisationen nicht unbegrenzt sind, spielt die Effektivität möglicher Aktivitäten eine große Rolle. Zielgruppenorientierung ist daher hier zentral. Dies gilt zum einen für die Themenauswahl und -aufbereitung. So haben junge

Menschen, die ins Berufsleben starten oder eine Familie gründen, andere Informationsbedürfnisse als ältere Menschen. Bürger aus ländlichen Regionen brauchen im Mobilitätsbereich andere Hilfestellungen als Bürger in Städten oder Metropolregionen. Dies gilt zum anderen aber auch für die genutzten Kommunikationskanäle. Ob Workshops, Mobilitätstrainings mit face-to-face Kommunikation, gedruckte Informationsmaterialien oder internetbasierte Informationen die richtige Kommunikationsform sind, hängt zu einem großen Teil von der Zielgruppe ab.

Mögliche Kriterien für die Abgrenzung der Zielgruppen sind z.B. Reiseanlass, soziodemografische Merkmale wie das Alter oder auch Mobilitätserfahrungen:

- Multimodalität und öffentlicher Verkehr für Arbeitnehmer,
- Multimodalität und öffentlicher Verkehr für bisherige Nicht-Nutzer,
- Senioren und Multimodalität und öffentlicher Verkehr
- etc.

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. Das Verständnis für eine nachhaltige Mobilität sollte bereits vom Kindergartenalter an Teil des Bildungsprozesses sein. Verbände und Organisationen der Zivilgesellschaft können hier *proaktiv auf Schulen oder auch Kindergärten zugehen und Kooperationen anbieten*. So können Fahrgastverbände ihr Wissen zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs einbringen und erklären, wie man das Fahrrad und den öffentlichen Verkehr kombiniert. Eher im Umweltbereich tätige Verbände und Organisationen können ihr Wissen zu den Umweltwirkungen des Verkehrs einbringen.

Sensibilisierungskampagnen

Ein weiteres Instrument, um das Wissen über öffentlichen Verkehr und multimodale Mobilität zu verbreitern, sind *Sensibilisierungskampagnen*. 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. 36 Prozent aller Wechselnutzer, die sich für den öffentlichen Verkehr entschieden haben, haben angegeben, dass der Umweltvorteil des öffentlichen Verkehrs einen starken oder entscheidenden Einfluss auf die Wechselentscheidung hatte. Damit ist die bessere Umweltbilanz der wichtigste weiche Pull-in Faktor zugunsten des öffentlichen Verkehrs. Umweltaspekte spielen auch für das Radfahren und Zufußgehen (bei 50 Prozent der Wechselnutzer) und für die Vermeidung unnötiger Fahrten (ebenfalls bei 50 Prozent der Wechselnutzer) eine Rolle (siehe USEmobility Report D3.6).

Öffentlichkeitswirksame Sensibilisierungskampagnen können Anlässe schaffen, dass Bürger ihr Mobilitätsverhalten überdenken und häufiger den öffentlichen Verkehr und multimodale Transportketten nutzen. Verbände und Organisationen sollten dabei nicht nur die Herausforderungen thematisieren, sondern auch und gerade die vorhandenen Alternativen zum motorisierten Individualverkehr darstellen und vor allem die Chancen herausarbeiten, die eine

nachhaltigere Mobilität für eine bessere Lebensqualität bietet. Verbände und Organisationen können hierzu *eigene Kampagnen starten*, oder *sich an Kampagnen anderer Organisationen, von Verkehrsunternehmen oder politischen Institutionen beteiligen*.

Lohnende Themen für Sensibilisierungskampagnen können sein:

- Verkehr und Umwelt,
- Verkehr und Gesundheit (Bewegungsmangel, alternde Gesellschaft etc.),
- Wohnortwahl und Mobilitätskosten,
- weniger straßenverkehrsorientierte Stadt- und Raumplanungskonzepte und bezahlbare Mobilität,
- Image und nachhaltige Mobilität (positives oder „cooles“ Image für weniger Pkw-orientierte Mobilität)
- etc.

Good Practice und Inspiration:

Umweltschonende Multimodalität Nicht-Nutzern nahebringen

In Baden-Württemberg bieten im Raum Pforzheim Freiwillige aus verschiedenen Verbänden und Organisationen (u.a. PRO BAHN und Verkehrsclub Deutschland) umfassende Informationen speziell für Personen an, die nicht oder nur wenig mit dem öffentlichen Verkehr vertraut sind. Dabei werden Hilfestellungen angeboten zu Tarifen und Fahrplänen, zu Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Verkehrs für Freizeitaktivitäten oder zum Umgang mit Fahrkartenautomaten. Das Angebot der Verbände steht Privatpersonen, aber auch Vereinen, Kindergärten und Schulen oder Religionsgemeinschaften offen. Das Projekt wird vom örtlichen Verkehrsverbund Pforzheim-Enzkreis unterstützt. Weitere Details:

<http://www.vpe.de/busundbahnteam/busundbahnteam.html> und

<http://www.vpe.de/pdf/allgemein/busundbahnteam.pdf>

Wissensvermittlung: Botschafter für den öffentlichen Verkehr

Der belgische Fahrgastverband TreinTramBus hat 2011 in Kooperation mit weiteren Partnern das Projekt „OV-ambassadeurs“ (Botschafter für den öffentlichen Verkehr) ins Leben gerufen. Das Projekt will Senioren ermutigen, vom Auto auf den umweltschonenden öffentlichen Verkehr umzusteigen (Bus, Zug, Tram und Metro). Hierzu werden Workshops angeboten, in denen die Teilnehmer Informationen und praktische Hilfestellungen erhalten, wie der öffentliche Verkehr funktioniert und wie er genutzt werden kann. Die Workshops nutzen dabei einen „Peer-to-Peer-Ansatz“, d.h. Workshop-Anbieter und Teilnehmer gehören derselben Generation an.

Weitere Details: <http://www.mobiel21.be/nl/content/ov-ambassadeurs>

Das Thema umweltschonende Mobilität in Schulen bringen

Mobiel 21, ein unabhängiges belgisches Bündnis zur Förderung nachhaltiger Mobilität, bietet unter anderem Bildungspakete zum Thema Mobilität an, die im Schulunterricht genutzt werden können. Die Inhalte der Bildungspakete wurden gemeinsam mit dem Flämischen Ministerium für Umwelt, Natur und Energie entwickelt. Die Materialien werden für verschiedene Altersgruppen angeboten und sind inhaltlich entsprechend angepasst. Thematisiert werden verschiedene Aspekte des Themas nachhaltige Mobilität, wie zum Beispiel Umweltauswirkungen des Verkehrs, Mobilitätsalternativen oder Mobilitätskosten. Weitere Details:

<http://www.mobiel21.be/en/content/educational-packages-0>

und

<http://www.mobiel21.be/en/content/educational-packages-1>

Aufmerksamkeit schaffen und das Image des öffentlichen Verkehrs verbessern: Auszeichnungen für Best Practices im öffentlichen Verkehr

Wenn es darum geht, Veränderungen des Verkehrssystems und neue Mobilitätsmuster zu unterstützen, ist es entscheidend, den Nutzen des Wandels herauszuarbeiten. Der VCÖ verleiht jährlich eine Auszeichnung für Projekte, die zeigen, wie Mobilität energieeffizienter, ressourcenschonender und klimafreundlicher gemacht werden kann („VCÖ-Mobilitätspreis“). Das Ziel ist, Best Practice-Ansätze bekannt zu machen und den Nutzen nachhaltiger Mobilität öffentlichkeitswirksam aufzuzeigen.

Das deutsche Bündnis Allianz pro Schiene prämiert jedes Jahr aus Kundensicht den „Bahnhof des Jahres“ sowie besonders kundenorientierte Eisenbahner im Rahmen des Wettbewerbs „Eisenbahner mit Herz“. Das Ziel ist einerseits, deutlich zu machen, dass aus Nutzersicht das Bahnsystem längst deutlich besser ist als sein Ruf, und andererseits, die bahnunternehmen anzuspornen, Service und Leistungen weiter zu verbessern.

Weitere Details:

<http://www.vcoe.at/de/netzwerk/vcoe-mobilitaetspreis>

<http://www.allianz-pro-schiene.de/bahnhof-des-jahres/>

<http://www.allianz-pro-schiene.de/eisenbahner-mit-herz/>

Aufmerksamkeit schaffen: Auszeichnung für Planungskonzepte, die umweltschonende Mobilität fördern

Seit 2010 verleiht die Vereinigung für Stadt-, Regional- und Landesplanung (SRL) in Kooperation mit dem Verkehrsclub Deutschland (VCD) den Deutschen Verkehrsplanungspreis. Damit sollen Stadt- und Raumplanungskonzepte bekannt gemacht werden, die umwelt- und klimaschonende Mobilität fördern. Weitere Details:

<http://www.vcd.org/verkehrsplanung.html>

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 den Akteuren 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.

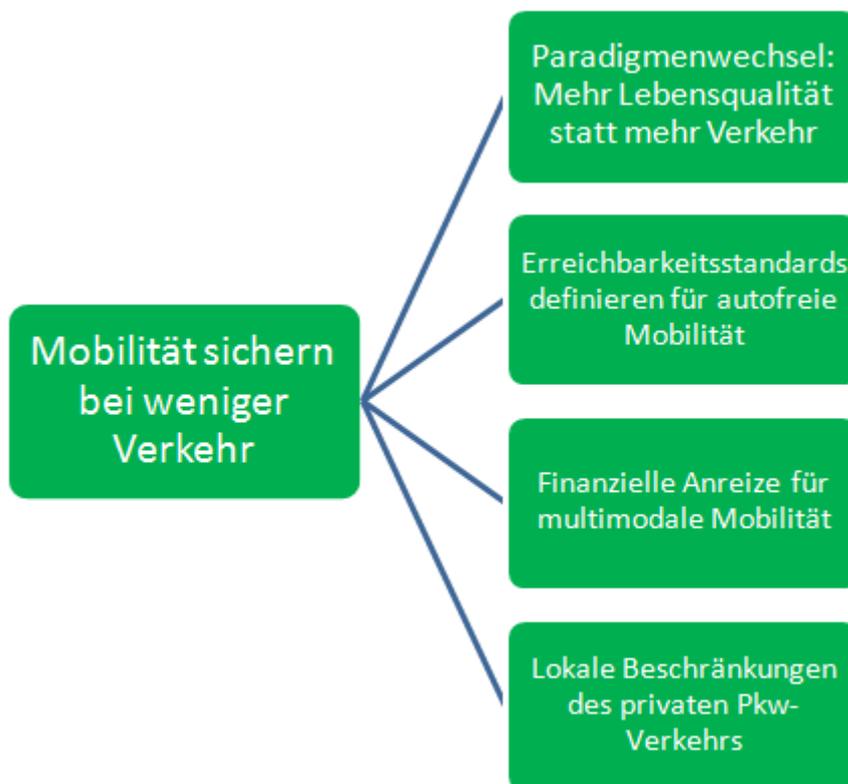


Abbildung 11 – Strategische Empfehlung: Mobilität sichern bei weniger Verkehr

Paradigmenwechsel: Mehr Lebensqualität statt mehr Verkehr

Wege zu einer nachhaltigeren Mobilität zu finden, erfordert einen breiten gesellschaftlichen Konsens. Verbände und Organisationen der Zivilgesellschaft können dabei eine wichtige Rolle im Diskussionsprozess und für die Konsensfindung spielen. Insbesondere sollten Verbände und Organisationen deutlich machen, dass andere, nachhaltigere Mobilitätsmuster kein „Verlust“ für die Gesellschaft sind, sondern neue Chancen eröffnen. Das Aufzeigen von Nutzen und Chancen ist nicht zuletzt deshalb wichtig, weil es sicherlich eine Herausforderung ist, Mobilität zu sichern bei weniger Verkehr.

Der bestimmende Faktor für die individuelle Mobilität ist der Aktionsradius, der erforderlich ist, um im gewünschten Umfang am Leben teilzunehmen. Wenn die Gesellschaft langfristig eine nachhaltigere Mobilität erreichen will, sollte sie 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.

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. Verbände und Organisationen sollten die Entscheider in Verkehrspolitik und Verkehrsunternehmen ermutigen, sich rechtzeitig auf die absehbaren Verschiebungen der Nachfrage vorzubereiten. 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, sollten Verbände und Organisationen darauf drängen, dass die Politik für städtische und ländliche Gebiete Mindest-Erreichbarkeitsstandards definiert. 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

Verbände und Organisationen sollten auch thematisieren, dass es für eine nachhaltigere Mobilität notwendig ist, *klare und eindeutige Preissignale* zu setzen. 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. Verbände und Organisationen der Zivilgesellschaft können die Umsetzung entsprechender Maßnahmen unterstützen, indem sie deutlich machen, dass weniger Pkw-fixierte Mobilität für die Gesellschaft keineswegs „Verlust“ bedeutet, sondern vielmehr der Schlüssel für „moderne Mobilität“ und „bessere Lebensqualität“ ist.

4. Fazit

Ein besseres Verständnis der individuellen Wechselgründe bei der Verkehrsmittelwahl und ein besseres Verständnis der vorhandenen Veränderungsbereitschaft eröffnen Verbänden und Organisationen der Zivilgesellschaft neue Möglichkeiten, sich in die Diskussion um die Mobilität von morgen und die anstehenden Entscheidungsprozesse einzubringen.

Wege zu einer nachhaltigeren Mobilität zu finden, ist eine Gestaltungsaufgabe, die viele Akteure fordert. Es liegt auf der Hand, dass dabei vor allem Verkehrspolitik und Verkehrsunternehmen handeln müssen. Dennoch können und sollten auch die Verbände und Organisationen der Zivilgesellschaft eine wichtige Rolle für den Wandel des Verkehrssystems spielen. Sie können der gesellschaftlichen Debatte wichtige Impulse geben, und sie können eigene Aktivitäten zur Förderung einer nachhaltigeren Mobilität starten.

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.). Dies bedeutet, dass Verbände und Organisationen situationsangepasste Strategien entwickeln müssen. Dennoch sind die Kernelemente einer Strategie für eine nachhaltigere Mobilität länderübergreifend sehr ähnlich.

Zunächst ist es für Verbände und Organisationen, die Strukturen und Entscheidungsprozesse im Verkehrssektor beeinflussen wollen, zentral, von den anderen Akteuren als relevanter Player anerkannt zu werden. Sie müssen in der öffentlichen Debatte um die Mobilität von morgen sichtbar und hörbar sein. Dabei ist es wichtig, flexibel politische Gelegenheiten zu erkennen und zu nutzen.

Nächstes wichtiges Element ist Koordination und Integration. Kooperation mit und Unterstützung durch Partner wie Verkehrsunternehmen und/oder Aufgabenträger erhöht die Erfolgsaussichten, ebenso wie die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen.

Auf dieser Grundlage können Verbände und Organisationen wichtige Beiträge zum Wandel des Verkehrssystems leisten und Maßnahmen unterstützen, 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

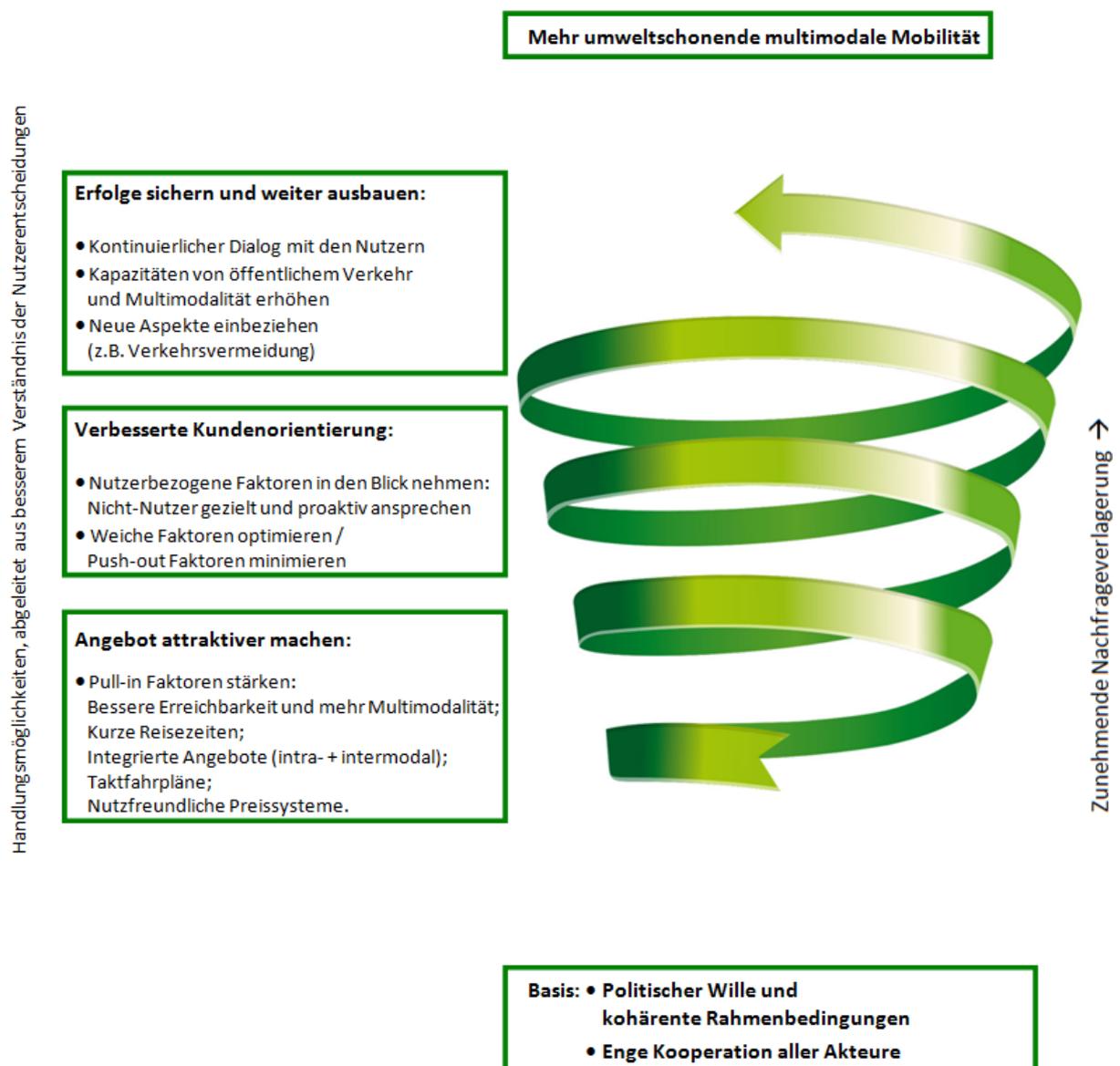


Abbildung 12 – Aufwärtsspirale für mehr umweltschonende multimodale Mobilität

5. Quellen und Literatur

Allianz pro Schiene: Bahnhof des Jahres gesucht, <http://www.allianz-pro-schiene.de/bahnhof-des-jahres/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Allianz pro Schiene: Eisenbahner mit Herz, <http://www.allianz-pro-schiene.de/eisenbahner-mit-herz/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission. Hin zu einer verstärkten Kultur der Konsultation und des Dialogs – Allgemeine Grundsätze und Mindeststandards für die Konsultation betroffener Parteien durch die Kommission, (KOM(2002) 704 endgültig), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0704:FIN:DE:PDF> 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

Fahrgastverband PRO BAHN: Haller Willem bis Osnabrück <http://www.pro-bahn.de/fakten/hallerwillem.htm> letzter Zugriff: 15.03.2013

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

Mobiel 21: Educational Packages, <http://www.mobiel21.be/en/content/educational-packages-0> letzter Zugriff: 15.03.2013

Österreichischer Alpenverein: Wanderbus Nationalpark Hohe Tauern Osttirol, http://www.alpenverein.com/portal/natur-umwelt/nationalpark_hohe_tauern/nationalpark-wanderbus/wanderbus_tiroel.php letzter Zugriff: 15.03.2013

Passenger Focus: The Passenger Watchdog, <http://www.passengerfocus.org.uk/> letzter Zugriff: 15.03.2013

Savez za željeznicu: O nama, <http://www.szz.hr/o-nama> 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 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

VCÖ: Der VCÖ stellt sich vor, <http://www.vcoe.at/de/ueber-vcoe> letzter Zugriff: 15.03.2013

VCÖ: VCÖ-Bahntest 2012. Die Ergebnisse, <http://www.vcoe.at/de/vcoe-unterstuetzen/vcoe-bahntest> letzter Zugriff: 15.03.2013

VCÖ: VCÖ-Mobilitätspreis 2012 „Nutzen nachhaltiger Mobilität“, <http://www.vcoe.at/de/netzwerk/vcoe-mobilitaetspreis> letzter Zugriff: 15.03.2013

Verkehrsclub Deutschland (VCD): Kompetente Beratung, <http://www.vcd.org/beirat.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

Verkehrsclub Deutschland (VCD): Versteckte Subventionen des Autoverkehrs, <http://www.vcd.org/kostenwahrheit.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

Verkehrsclub Deutschland (VCD): VCD Bahntest, <http://www.vcd.org/bahntest.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

Verkehrsverbund Pforzheim-Enzkreis: Bus & Bahn-Team, <http://www.vpe.de/busundbahnsteam/busundbahnsteam.html> letzter Zugriff: 15.03.2013

Verkehrsverbund Pforzheim-Enzkreis: Das Bus & Bahn-Team – mobil für Sie, <http://www.vpe.de/pdf/allgemein/busundbahnsteam.pdf> 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 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.

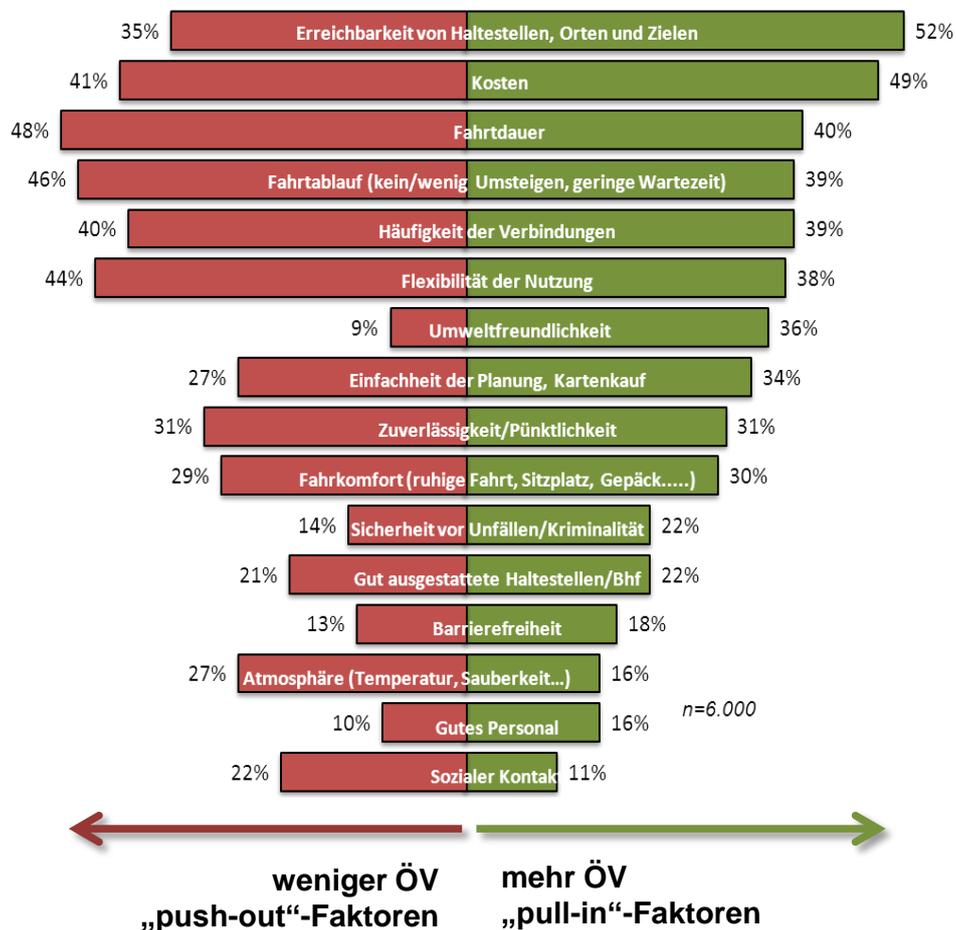
30 Prozent wissen um die Vorteile, mehrere Verkehrsmittel auf einer Fahrt multimodal zu kombinieren, und haben ihr Verkehrsverhalten entsprechend angepasst. Bei der Verkehrsmittelwahl liegt somit weniger ein klassisches Entweder-Oder vor, als ein dynamisches Sowohl-Als-Auch. Multimodalität ist für den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

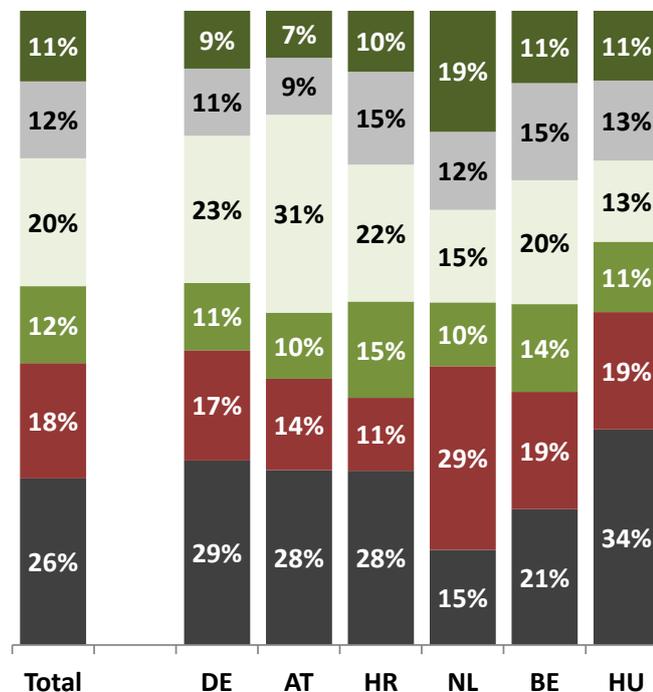
Bei Bürgern, die einen einmal gewählten Mobilitäts-Mix von Zeit zu Zeit verändern, finden die Wechsel in alle Richtungen statt, sind aber vor allem zwischen den Bereichen MIV, Fahrrad und öffentlicher Verkehr zu verzeichnen. Im Falle einer Nutzungsänderung kommt es in einigen Fällen vor, dass die Befragten 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



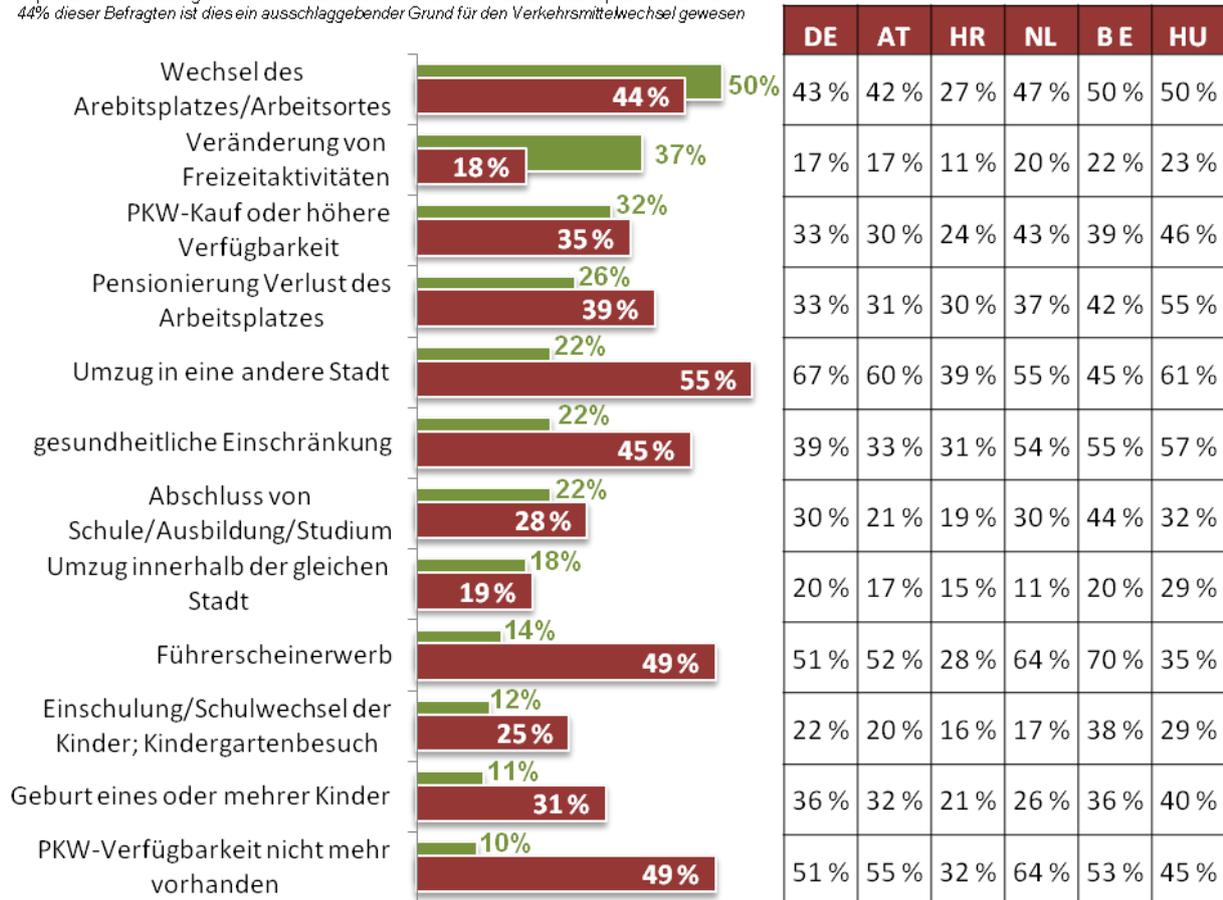
N = 6.000

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 Wechselnutzer 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.