



Oktober 2003, Einzelpreis: 5 e€
ISSN 0179-535X
VERKEHRSZEICHEN
Eduardstr. 4, D-45468 Mülheim

Sonderdruck aus

VERKEHRS ZEICHEN

4/03

19. Jahrgang

Für die Bewegung im Umweltverbund



Mülheim mobil

Mobilitätsmanagement - auch im ländlichen Raum?

Neue Mobilitätsangebote im ländlichen Raum

Erfolgsfaktoren und Stolpersteine in der Bahnhofsentwicklung

Integriertes Gesamtverkehrskonzept für Usedom

Renaissance des InterRegio in Deutschland?

Editorial 3

Klaus-Peter Kalwitzki 4

W. Gronau, A. Kagermeier 8

Willi Loose 12

Ludger Strathmann 15

Heiner Monheim, Rolf Monheim 19

K.D. Bodack, W. Hesse,
H. Monheim 26

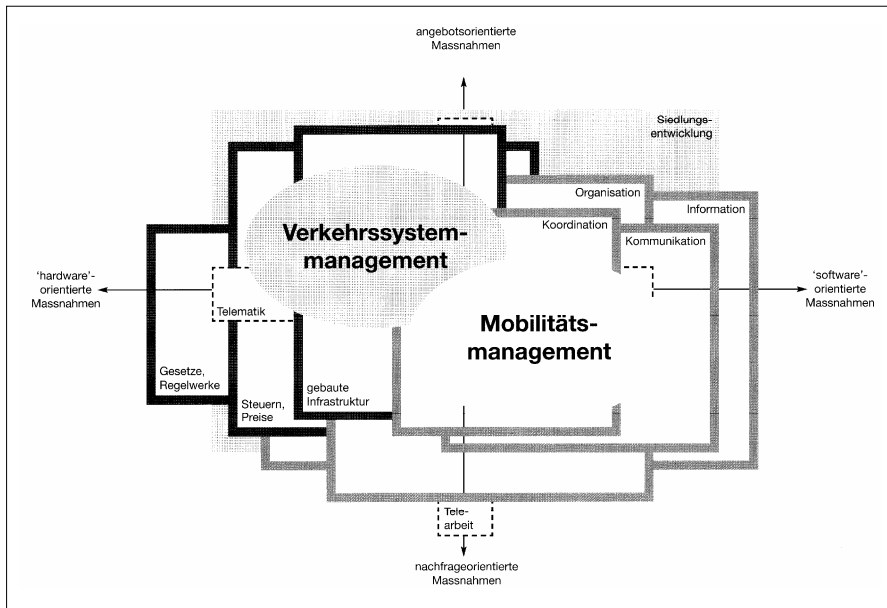
Mobilitätsmanagement - auch im ländlichen Raum?

Werner Gronau & Andreas Kagermeier

In der Verkehrspolitik und der Verkehrsplanung dominierten lange Zeit angebotsorientierte Ansätze zur Schaffung von Verkehrsinfrastruktur, die unter dem Begriff "Verkehrssystemmanagement" subsummiert werden können. In den letzten Jahren gewinnen demgegenüber Ansätze an Bedeutung, die verstärkt auf sog. "weiche" Maßnahmen (wie Information, Kommunikation, Organisation und Koordination) setzen und damit die Nachfrage nach Mobilitätsdienstleistungen stärker in den Vordergrund rücken [-1-]. Als Sammelbegriff für Ansätze, die über Mobilitätsberatungsdienstleistungen oder die Koordination von unterschiedlichen Mobilitätsangeboten versuchen, "die Einstellung und das Verhalten in Richtung auf eine vermehrte Nutzung des Umweltverbundes" zu beeinflussen, hat sich in den letzten Jahren der Begriff "Mobilitätsmanagement" durchgesetzt (vgl. Abb. 1). Mobilitätsmanagement wird dabei als Ergänzung und nicht als Konkurrenz zum Verkehrssystemmanagement angesehen [-2-].

In den letzten Jahren sind in einer Vielzahl von Großstädten unterschiedlichste Mobilitätsmanagementmaßnahmen umgesetzt worden. Der Beitrag lotet die Möglichkeiten und Grenzen einer Übertragung dieser Ansätze auf Kleinstädte und Gemeinden im ländlichen Raum aus.

8



In den letzten Jahren haben Ansätze des Mobilitätsmanagements in Deutschland einen deutlichen Aufschwung erlebt. Dabei beschränken sich die Maßnahmen nicht nur auf die inzwischen bereits in vielen Großstädten etablierten Angebote wie Mobilitätszentralen, Car-Sharing oder Job-Ticket. So wurden z.B. im Rahmen des BMBF-Förderschwerpunkts "Mobilität in Ballungsräumen" bei dem in der Region München angesiedelten Projekt MOBINET

- mit der sog. "Shopping Box" arbeitsplatzorientierte Liefersysteme zur Reduzierung des Einkaufsverkehrs implementiert [-3-],
- mit MOBIKIDS Ansätze zu einer intermodalen Verkehrserziehung in Schulen verfolgt [-4-],
- zum Abschluss von MOBINET im Jahr 2003 die Funktion eines Mobilitätsberaters eingerichtet, um sicherzustellen, dass Mobilitätsmanagementangebote auch weiterhin ausgebaut werden [-5-].

Verkehrssystem-Management – Mobilitätsmanagement (Quelle: [-1-] S. 11)

Übertragbarkeit von großstädtischen Mobilitätsmanagementansätzen auf Kleinstädte und den ländlichen Raum

Im Gegensatz zur relativ weiten Verbreitung in Großstädten sind Mobilitätsmanagementmaßnahmen bislang im ländlichen Raum noch kaum anzutreffen. Voraussetzung für Mobilitätsmanagementmaßnahmen ist allerdings, dass adäquate Alternativen zur Benutzung des privaten Pkw vorhanden sind, damit die Verhaltensumorientierung nicht ins Leere greift. In vielen Klein- und Mittelstädten mit den in den 90er Jahren entstandenen Stadtbussystemen [-6-] existiert heute ein ÖPNV-Angebot, das nicht nur der Daseinsvorsorge dient, sondern sich bewusst auch als Alternative zum MIV positioniert. Damit sind in Gemeinden mit Stadt- und Ortsbussystemen prinzipiell die Voraussetzungen für ein ergänzendes Mobilitätsmanagement gegeben. Aber auch Marktführer unter den Stadtbusstädten wie z.B. das nordrhein-westfälische Lemgo oder Hürth hatten lange Zeit keine Aktivitäten im Hinblick auf Mobilitätsmanagementmaßnahmen entwickelt.

Stadtbus-Rendezvous in Lemgo (Foto: K.-P. Kalwitzki)



In diesen beiden Stadtbusstädten wird mit dem vom BMBF geförderten Forschungsprojekt IMAGO (Innovative Marketing- und Angebotskonzepte in Gemeinden mit Ortsbussystemen) ausgelotet, welche Möglichkeiten zur weiteren Stärkung der bestehenden Stadtbussysteme durch Einbeziehung von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements bestehen, um somit die Weiterentwicklung der Systeme zu integrierten Mobilitätsdienstleistungsangeboten zu fördern. Ziel des 2002 angelaufenen Projekts ist es, die Möglichkeiten einer Übertragung der in großstädtischen Kontexten entwickelten Ansätze des Mobilitätsmanagements in kleinstädtische und ländlich geprägte Räume zu testen, dabei insbesondere die Rahmenbedingungen zu beleuchten und ggf. durch notwendige Anpassungen der Instrumente adäquate Lösungen zu entwickeln. Von den verfolgten Ansätzen werden hier exemplarisch die Erfahrungen mit der Einführung eines Job-Tickets und der Entwicklung von angepassten Mobilitätsberatungsangeboten vorgestellt.

Unabhängig von den konkreten Demonstrationsvorhaben wurde bereits vor Beginn der Untersuchungen eine Reihe von Rahmenbedingungen identifiziert, welche die Einführung von Job-Tickets in Kleinstädten erschweren:

- An erster Stelle sind die sehr unterschiedlichen Kosten für Parkraum anzuführen. In Großstädten begünstigen hohe Stellplatzko-

sten sowie die knappe Verfügbarkeit von freien Flächen aus rein betriebswirtschaftlichen Motiven die Einführung eines Job-Tickets durch die Unternehmen. Darüber hinaus können leistungsfähige öffentliche Nahverkehrssysteme in Großstädten gerade zu Stoßzeiten teilweise eine bessere Erreichbarkeit gewährleisten als der MIV. In ländlichen Räumen stellen demgegenüber Stellplatzkosten eine nur marginale Größe dar, zudem können die in der Regel außerhalb der Innenstadt gelegenen größeren Arbeitgeber meist problemlos mit dem PKW angefahren werden.

- Innerhalb der großstädtischen Ballungsräume finden sich in der Regel mehrere größere Unternehmen, die ein bedeutendes, oftmals auch räumlich konzentriertes Nachfragepotential darstellen. In Kleinstädten in ländlichen Räumen sind Großbetriebe seltener anzutreffen und die wenigen sind zudem häufig dispers im Stadtgebiet verteilt.

- Aber auch bezogen auf die Quellgebiete im Berufsverkehr gilt, dass sich kleinere Städte und Gemeinden im ländlichen Raum durch relativ niedrige Bevölkerungsdichten auszeichnen, so dass Arbeitnehmer dort prinzipiell schwieriger mit öffentlichen Verkehrsmitteln adäquat anzubinden sind, da das Nachfragepotential pro Haltestelle relativ gering ist.

Abgesehen von diesen grundlegenden Rahmenbedingungen wurden im Rahmen der Projektarbeit für IMAGO in der Beispielstadt Lemgo (ca. 27.000 Einwohner in der Kernstadt) weitere Aspekte ermittelt, welche die Einführung von Job-Tickets ebenfalls nicht begünstigen. Wie in den meisten anderen Stadtbusstädten besteht auch in Lemgo das Liniennetz aus mehreren Durchmesserlinien, so dass die höchste Erreichbarkeit im Stadtzentrum gegeben ist. Die Analyse der Netzstruktur zeigte aber eine relativ geringe Netzabdeckung der

zumeist kleineren und dispers am Stadtrand verteilten Industrie- und Gewerbebetriebe. Gleichzeitig wurde festgestellt, dass – wie in vielen Kleinstädten üblich – die Kapazitäten des ÖPNV stark am Bedarf des Schülerverkehrs orientiert sind. Dadurch sind in der morgendlichen Hauptverkehrszeit vor 8 Uhr für den Berufsverkehr so gut wie keine zusätzlichen Kapazitäten verfügbar. Gleichzeitig fühlen sich viele Berufstätige subjektiv von den Schülern abgeschreckt und werden damit quasi aus den Bussen verdrängt.

Die mangelnde Kapazität zu den Hauptverkehrszeiten ist typisch für den Großteil der ÖPNV-Systeme im ländlichen Raum, die sich aus ursprünglich reinen Schülerverkehren entwickelt haben und damit auch heute noch kapazitatativ primär an der Nachfrage im Schülerverkehr orientiert sind. Eine Nachfragegenerierung durch weitere Personengruppen zu den Schulanfangs- und -endzeiten ist damit praktisch nicht möglich, so lange nicht parallele Systeme aufgebaut bzw. die Kapazitäten erheblich aufgestockt werden. Dies ist allerdings nur in den seltensten Fällen kostendeckend realisierbar.

Da auf Grund der allgemein prekären Lage der öffentlichen Haushalte weder eine Erweiterung des Fahrtenangebots noch eine Umstrukturierung (und Verdichtung) des Netzes in Frage kommt, bleibt für die intendierte Einführung eines Job-Tickets nur die Möglichkeit, spezielle Zielgruppen zu identifizieren. Das Gebiet mit der besten Erreichbarkeit stellt in Lemgo – wie in den meisten anderen Stadtbusstädten – die Innenstadt um den zentralen Geschäftsbereich dar. Dort sind gleichzeitig auch kleinere Dienstleistungsunternehmen angesiedelt, bei denen der Arbeitszeitbeginn nach dem Schulbeginn liegt.

Vor diesem Hintergrund beschränken sich die Möglichkeiten der Einführung eines Job-Tickets auf Dienstleistungsunternehmen im Innenstadtbereich, da damit die kapazitativen und netzstrukturellen Restriktionen umgangen werden. Auch wenn noch keine endgültigen Ergebnisse über die Akzeptanz vorliegen, da zurzeit die entsprechenden Vorbereitungen noch laufen, ist die bisherige Resonanz recht ermutigend.

Gleichzeitig zeigt dieses kleine Beispiel einen der wichtigsten Aspekte beim Transfer von Mobilitätsmanagementmaßnahmen in ländliche Räume: Es müssen in der Regel neue Kooperationen eingegangen und für kleinteilige Strukturen entsprechende Lösungen erarbeitet werden. Während in Großstädten zumeist gerade die großen Arbeitgeber Abnehmer von Job-Tickets darstellen, da die großen Verbänden oftmals aus abwicklungstechnischen Gründen Betriebe mit einem Potenzial unterhalb von 100 Tickets gar nicht einbeziehen, sind in ländlichen Räumen neue Partner fast nur in kleineren Einheiten zu finden. Gleichzeitig ist die Überzeugungsarbeit teilweise schwieriger, da der Parkplatzdruck deutlich geringer ausgeprägt ist.

Auch bei der Einführung von Mobilitätsberatungs- und informationsangeboten in kleinstädtischen Kontexten war von Anfang an klar, dass eine Reihe von grundsätzlichen Restriktionen bestehen:

- Der zentrale Unterschied zwischen den beiden räumlichen Kategorien liegt in der Wahrnehmung des ÖPNV durch die Bevölkerung. Im großstädtischen Kontext wird der ÖPNV selbst von den Nichtnutzern in der Regel als prinzipielle Verkehrsmittelalternative

Einführung von Job-Tickets in kleineren Städten und im ländlichen Raum



In Stadtbusssystemen strapaziert der Schülerverkehr häufig die vorhandenen Kapazitäten (Foto: Stadtbus Rheine; K.-P. Kalwitzki)

wahrgenommen. Damit ist das Hauptanliegen von Mobilitätszentralen, das bestehende Informationsdefizit auf Seiten der Bürger zu reduzieren. Demgegenüber fehlt in Kleinstädten und ländlichen Räumen bei weiten Teilen der Bevölkerung oftmals das grundsätzliche Bewusstsein, dass Alternativen zum privaten Pkw vorhanden sind. Damit ist das Primärziel bei der Einrichtung von Mobilitätsberatungsangeboten, überhaupt erst einmal die grundsätzliche Wahrnehmung von Verkehrsmittelalternativen in den Köpfen zu induzieren. Erst im zweiten Schritt geht es dann darum, die entsprechenden Informationen zur Nutzung des Systems zu vermitteln.

- Diesem noch umfassenderen Anspruch an eine Mobilitätszentrale im ländlichen Raum stehen allerdings die in der Regel sehr viel geringeren finanziellen Ressourcen im ÖPNV sowie eine sehr viel stärker zersplitterte Anbieterstruktur im ÖPNV gegenüber. Diese ist vor allem auch auf die europaweit in den 90er Jahre umgesetzte Regionalisierung des ÖPNV zurückzuführen, die in Deutschland vor allem auch im ländlichen Raum zu unterschiedlichsten Akteurskonstellationen zwischen der Regieebene, der Besteller und der Leistungserbringerebene führte.

- Der große Anteil von Klein- und Kleinstunternehmen im Umfeld der Leistungserbringer erschwert ein kooperatives Vorgehen, wie es zur Errichtung einer Mobilitätszentrale, die ja auch von eben diesen Akteuren gemeinschaftlich finanziert werden muss, notwendig ist.

- Die geringen Einwohnerdichten und die damit verbundene geringere Nachfrage bieten zudem häufig Anlass zu breiten Auseinandersetzungen im politischen Raum, ob Mobilitätsberatungsangebote überhaupt notwendig sind.

All diese Hemmnisse gilt es wiederum bei der Konzeption einer Mobilitätszentrale im ländlichen Raum zu berücksichtigen. Aufgrund der niedrigen absoluten Einwohnerzahlen und den teilweise niedrigen Einwohnerdichten schiedens großzünftig dimensionierte Mobilitätszentralen an zentralen Standpunkten wie sie in den meisten Ballungsräumen errichtet wurden, von vornherein aus. Es galt vielmehr – mit dem Ziel, die Wahrnehmung des ÖPNV zu verbessern – möglichst nah an den potentiellen Kunden "kleine" dezentrale Mobilitätszentralen zu entwickeln. Um die Kosten in einem überschaubaren Rahmen zu halten, wurden Lösungen entwickelt, diese "kleinen" Mobilitätscenter so weit als möglich kostenneutral zu betreiben. Dies bedeutet, dass die laufenden Kosten für Personal und Miete so gering wie möglich sein sollten, gleichzeitig aber die Lösungen so bürgernah wie möglich gestaltet werden müssen, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Dabei sind im Rahmen von IMAGO zwei Typen von Lösungen umgesetzt worden:

1.) In den Landkreisen Paderborn und Höxter – mit einer Vielzahl von Gemeinden, die nur wenige Tausend Einwohner aufweisen – wurde eine Integration von zum großen Teil selbst erklärenden Mobilitätsberatungsangeboten (analog und digital)



"Kleine" Mobilitätszentrale (nph-center; Quelle: Nahverkehrsverbund Paderborn/Höxter)

in vorhandene Einrichtungen wie Bürgerbüros der Gemeinden oder andere öffentliche Einrichtungen mit Publikumsverkehr installiert. Bürgerbüros bzw. Anlaufstellen z.B. des Arbeitsamtes stellen öffentliche Einrichtungen dar, die – im Sinne einer Dienstleistungszentrale – mit der zusätzlichen Funktion der Mobilitätsberatung angereichert werden. Die Bürgerbüros befinden sich in der Regel in Rathäusern der jeweiligen Gemeinde und sind täglich ganztätig besetzt. Die Tatsache, dass die Bürger dieses Stellen als Anlaufpunkt zur Informationsgewinnung nutzen, prädestiniert sie als Standort für eine "kleine" Mobilitätszentrale. Der Umstand, dass die Städte und Gemeinden Träger dieser Einrichtungen sowie gleichzeitig auch Träger des ÖPNV sind, erleichterte die Kooperation. Darüber hinaus konnte nach einer speziellen Schulung des ohnehin vorhandenen Personals auch eine persönliche Betreuung der Bürger erreicht werden. Diese "kleinen" Mobilitätszentralen bieten dem Bürger nachfolgende Möglichkeiten: Zunächst kann er sich mittels einer visuellen Präsentation über das

lokale ÖPNV-Angebot informieren, darüber hinaus erhält er Infomaterial und Fahrpläne in gedruckter Form. Dank eines Computerterminals besteht auch die Möglichkeit, elektronische Fahrplanauskünfte einzuholen sowie individualisierte Fahrpläne zu erstellen. Bei möglichen Fragen oder notwendiger Hilfestellung steht auch persönliche Beratung einerseits über das integrierte Telefon in Form einer Hotline so wie über das speziell geschulte Personal des Bürgerbüros zur Verfügung.

2.) Im Rheinland – zweite Beispielregion von IMAGO – ergab sich die Möglichkeit der Kooperation mit der Sparkasse. Dort wurde in der Mittelstadt Hürth eine den dortigen Gegebenheiten angepasste Lösung entwickelt, die dem großstädtischen Vorbild einer Mobilitätszentrale sehr viel näher kommt. Für die Mobilitätszentrale Hürth wurde der genau entgegengesetzte Weg wie in der Region Ostwestfalen beschritten: die Mobilitätsberatung wurde nicht in eine andere Einrichtung integriert, sondern um zusätzliche Funktionen erweitert, um die Tragfähigkeitsschwelle zu überschreiten. So wurde gegen Übernahme der Mietkosten durch die lokale Sparkasse ein Geldautomat und ein Bankterminal für

Standard-Bankgeschäfte in den Räumlichkeiten installiert. Der Nutzen für die Sparkasse besteht darin, dass ohne Einsatz von eigenem Personal deren Installationen vor möglichem Vandalismus geschützt sind. Zur besseren Auslastung des Personals ist an die Mobilitätszentrale ein Reisebüro angegliedert, das gleichzeitig als Verkaufsstelle für Bahnfahrkarten fungiert. Als weitere Funktion wurde der Vorverkauf für Veranstaltungen in der Region mit übernommen. Der multifunktionale Einsatz des Personals bedeutet, dass einerseits attraktive Öffnungszeiten gewährleistet werden und andererseits die Personalkosten sich auf mehrere Dienstleistungsfunktionen verteilen. Als Zusatznutzen ist noch anzusehen, dass für die Mobilitätszentrale Besucherfrequenzen generiert werden und damit gleichzeitig das Ziel einer verstärkten Bewusstmachung von alternativen Mobilitätsangeboten erreicht wird.

Beide erfolgreichen Adaptionen des Konzepts "Mobilitätszentrale" für ländlich strukturierte Räume verdeutlichen grundsätzliche Aspekte der Übertragung städtischer Mobilitätsmanagement-Konzepte in den ländlichen Raum. Angesichts der ungünstigeren Voraussetzungen in Kleinstädten und Gemeinden im ländlichen Raum müssen stets kreativ Kooperationspartner gesucht werden, die eine ausreichende Auslastung der Angebote und somit eine finanziell solide Basis garantieren.

Die Umsetzungen von Mobilitätsmanagementmaßnahmen in ländlichen Räumen stehen unter einem extremen Kostendruck, da die Akteure im ÖPNV auf Grund der niedrigen Einwohnerzahlen und des aus politischer Sicht eher geringen Problemdrucks mit einem sehr viel geringeren Budget agieren müssen. Diese finanzielle Benachteiligung gegenüber den städtischen Räumen wird durch die starke Zersplitterungen der Zuständigkeiten und die damit verbundenen höheren Kosten noch weiter verschärft. Auch die geringe Einwohner- und Siedlungsdichte und somit die höheren Kosten der flächendeckenden Erschließung belasten das Budget darüber hinaus. Diese Vielzahl von Kosten eröffnet keinerlei finanzielle Spielräume für weitere, über das klassische Angebot hinausreichende Aktivitäten. Diese können somit nur umgesetzt werden, wenn damit keinerlei weitere Kosten verbunden sind bzw. den möglichen Mehrausgaben auch entsprechende Mehreinnahmen, etwa in Form einer Steigerung der Fahrgastzahlen, gegenüberstehen.

Das Ziel der Steigerung der Fahrgastzahlen ist jedoch gerade im Umfeld der traditionell sehr IV-affinen ländlichen Regionen wohl nur sehr schwer zu realisieren. Das bedeutet wiederum: die Angebote müssen sowohl in ihrer Konzeption wie auch in ihrer Umsetzung eher dem Diktat der Kosten denn dem Diktat des optimalen Angebotes genügen, um überhaupt die Chance einer Umsetzung zu ermöglichen.

Wie die vorgestellten Beispiele zeigen, lassen sich solche Lösungen aber durchaus realisieren, vorausgesetzt, es werden Partner gefunden, die sowohl den nötigen Innovations- und Kooperationswillen mitbringen wie auch die Bereitschaft, neue Wege zu suchen und zu beschreiten. Hier gilt es besonders, kleinteilige Lösungen zu suchen, die den regional spezifischen Umständen umfassend Rechnung tragen, sowie im Rahmen einer hartnäckigen Überzeugungsarbeit das Problembewusstsein zu stärken und die lokale Kompetenz auf dem Feld der Mobilitätsmanagementmaßnahmen zu erweitern.

Gleichzeitig sollte mit der Vorstellung weniger erfolgreicher Beispiele auch gezeigt werden, dass sich nicht alle im großstädtischen Raum entwickelten Angebote des Mobilitätsmanagements auf ländliche Räume übertragen lassen. Trotz der aufgezeigten Potentiale zur Entwicklung spezifischer Angebote werden die Möglichkeiten des Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum insgesamt gesehen auch in Zukunft erheblich geringer ausfallen als im großstädtischen Kontext. Umgekehrt wurde aber auch deutlich, dass durchaus eine Reihe von Potentialen vorhanden sind, für die es gilt, kreative und auf die spezifischen Situationen adaptierte Lösung zu entwickeln, auch wenn diese wohl deutlich weniger gut standardisierbar sind als in Großstädten.

Das neue Service-Center in Hürth
(Eigene Aufnahme)



Schlussfolgerungen

Anmerkungen

[-1-] ILS/ISB (= Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW/Institut für Stadtbauwesen RWTH Aachen) (Hrsg.) (2000): Mobilitätsmanagement Handbuch. Dortmund/Aachen

[-2-] Beckmann, K. & A. Witte (2003): Mobilitätsmanagement und Verkehrsmanagement – Anforderungen, Chancen und Grenzen. In: Beckmann, K. (Hrsg.): Tagungsband zum 4. Aachener Kolloquium "Mobilität und Stadt". Aachen, S. 5-27 (= Stadt, Land, Region, 75)

[-3-] Römmelt, S. (2002): Online-Shopping und Mobilitätsverhalten am Beispiel der Shopping Box. In: Kagermeier, A., T.J. Mager & T.W. Zängler (Hrsg.): Mobilitätskonzepte in Ballungsräumen. Mannheim 2002, S. 61-72 (= Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung, Bd. 2)

[-4-] Zängler, T.W. (2002): Innovative Konzepte für die mobile Gesellschaft: Ansatz und Wirkungsanalyse des MOBINET-Arbeitsbereich D. In: Kagermeier, A., T.J. Mager & T.W. Zängler (Hrsg.) - s. Anm. [-3-]

[-5-] Schreiner, M. (2002): IMBUS – Information, Marketing, Beratung und Service. Der Schlüssel zu mehr nachhaltiger Mobilität in München. In: Kagermeier, A., T.J. Mager & T.W. Zängler (Hrsg.) - s. Anm. [-3-]

[-6-] VDV (= Verband Deutscher Verkehrsunternehmen) (Hrsg.) (2000): Stadtbuss – mobil sein in Klein- und Mittelstädten. Düsseldorf