



Berichte der Moderatoren aus den Vorträgen der

Vortragsreihe Umweltverbund

Moderation:

Anne Klein-Hitpaß, Agora Verkehrswende, Berlin



Bahn und Rad erfolgreich kombinieren. Die Strategie der SBB

Amélie Deschamps, Schweizerische Bundesbahnen AG



Zusammenfassung der Ergebnisse Worum ging es?

- Der Vortrag stellte die Aktivitäten der Schweizerischen Bundesbahnen vor, wie Bahn und Rad erfolgreich kombiniert werden können. Die SBB hat attraktive Fahrradparkhäuser errichtet, um das Umsteigen vom Rad auf die Bahn zu erleichtern.
- Ziel ist es, multimodale Mobilitätshubs zu entwickeln. Das Entwicklungspotenzial des Fahrrads ist heute bei weitem noch nicht ausgeschöpft und ist zukünftig weiter zu heben.
- Dabei sind die Angebote integriert zu planen. Neben der physischen Integration wird zukünftig die digitale Integration bedeutsamer.



Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Attraktive Infrastruktur lädt zu multimodaler Verkehrsmittelnutzung ein und ist für eine integrierte Reisekette unabdingbar.
- Attraktive Fahrradparkanlagen erfüllen hohe planerische Standards und sind aus der Perspektive des Radfahrenden konzipiert.

Gibt es noch offene Fragen?

- Fragen der Übertragbarkeit nach Deutschland, insbesondere hinsichtlich der Finanzierung derartiger Infrastruktur.
- Fragen zur digitalen Integration weiterer Mobilitätsangebote, z.B. Teilen von Pedelcs



Carsharing auch in der Fläche: Das Konzept „zeozweifrei unterwegs“

Thomas Holland-Cunz, Umwelt- und Energieagentur Kreis Karlsruhe



Zusammenfassung der Ergebnisse Worum ging es?

- Vorgestellt wurde ein Konzept, E-Carsharing in der Fläche anzubieten und somit auch auf dem Land umweltfreundliche Alternativen zum privaten Pkw bereitzustellen. 40 Fahrzeuge wurden in 13 Kommunen angeboten.
- Realisiert wurde das Projekt mit DB Flinkster als zentralem Anbieter von Fahrzeugen und Buchungssoftware, sowie Arbeitgebern der Region, die die Fahrzeuge tagsüber in ihre Dienstflotten integriert und am Wochenende und abends dem Carsharing-Angebot zur Verfügung gestellt haben.
- Vorstellung der Erfahrungswerte und Auswertungen zu den Fahrzeugnutzungen: im Rahmen des Projektes gab es 1800 aktive Carsharing-Kunden.



Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Carsharing in der Fläche anzubieten ist aufgrund der hohen Autoverfügbarkeit privater Haushalte und der geringen Siedlungsdichte nach wie vor eine Herausforderung und von Förderung abhängig.
- Die Projektergebnisse zeigen aber auch, dass Carsharing in der Fläche möglich ist, wenn auf das Know-how sowie die Plattform, z.B. die Buchungssoftware, eines etablierten und professionellen Carsharing-Anbieters zurückgegriffen werden kann.

Gibt es noch offene Fragen?

- Zentrale Frage für die Zukunftsfähigkeit vergleichbarer Angebote ist, wie eine Verstetigung nach Ablauf von Förderperioden aussehen kann. Ebenso ist die Evaluation der Angebote wesentlich.



Nachhaltig mobil: Ideen und Projekte aus der Stadt und Region München

Sonja Rube, Münchner Verkehrsgesellschaft mbH



Zusammenfassung der Ergebnisse Worum ging es?

- Projekte der Landeshauptstadt München zur Förderung von Intermodalität werden vorgestellt, wie die Errichtung von Mobilitätsstationen, dem Ridesharing-Angebot Isar-Tiger etc.
- Die Angebotserweiterung durch neue bzw. alternative Formen der Mobilität funktioniert und erfreut sich einer hohen Beliebtheit.
- Die Angebote werden über den Stadtrand hinaus erweitert, um auch Entlastungen im Bereich der Pendlerverkehre zu erzielen. Durch attraktive Radinfrastruktur und Pedelec-Verleihsysteme sollen Pendlerverkehre umweltfreundlich verlagert werden.



Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Wenn die Verkehrsprobleme im Stadtumlandbereich nicht gelöst werden, werden sich auch die innerstädtischen Verkehrsprobleme nicht lösen lassen.
- Die Digitalisierung darf für die Bewältigung der Verkehrsprobleme in Großstädten nicht überbewertet werden, eine integrierte Siedlungswicklung und Verkehrsplanung sind zur Bewältigung der verkehrlichen Probleme unabdingbar.

Gibt es noch offene Fragen?

- Zentrale Frage ist, wie wir zu einer gerechten und effizienten Flächenverteilung in den Städten gelangen und wie alternative Mobilitätsoptionen so attraktiv gestaltet werden können, dass die Verkehrsteilnehmenden bewusst und freiwillig auf den privaten Pkw verzichten.



Nudging, Framing, Storytelling – zum Umsteigen motivieren

Michael Adler, tippingpoints agentur



Zusammenfassung der Ergebnisse Worum ging es?

- Der ÖPNV muss, um mehr Menschen zu erreichen und attraktiver zu werden, nicht nur informieren sondern auch kommunizieren. Kollektive Verhaltensänderungen setzen Bilder voraus. Auch der ÖPNV muss solche Bilder erzeugen. Ein Kulturwandel braucht viel Kommunikation.
- „Do – feel – learn“ ist eine Strategie, die bspw. bei Neubürger-Tickets heute schon Anwendung findet. Bei der Kommunikation ist bei der „schweigenden Mehrheit“ anzusetzen, diese Gruppe gilt es zu erreichen.
- Für eine stärkere Verlagerung zum ÖPNV ist dieser als „Gewinnerthema“ zu kommunizieren.



Welche Folgerungen lassen sich ableiten?

- Weniger informieren, mehr kommunizieren. Verkehrsunternehmen müssen ihre Kommunikationsstrukturen und ihre Werbung stärker überdenken. Sie sollten ruhig mutiger sein und sich an erfolgreichen und auch überraschenden Kampagnen orientieren, z.B. BVG Kampagne.
- Die Rolle von Emotionen darf nicht unterschätzt werden, sie sind grundlegend für viele unserer Entscheidungen.

Gibt es noch offene Fragen?

- Eine offene Frage ist, wie sich die Bedeutung guter Kommunikation in Verkehrsunternehmen durchsetzt.