



Mobilitätsmanagementkonzept für die Hansestadt und Region Rostock

Rahmenkonzept

Abschlussveranstaltung am 23. Juni 2016

Ingrid Fuchs

Ausgangssituation / Projektanlass

Kernproblem in der Verkehrsgestaltung

- Die heutigen Verkehrsangebotsformen fördern in der Bevölkerung ein individuelles Verkehrsmittelwahlverhalten, das in der Summe zu einem unausgewogenen Verkehrsmittel-Mix führt.

- **MIV-dominierte Mobilität**

- Hiermit verbunden sind vielfältige negative Einflüsse auf
 - unsere Umwelt,
 - die Gesundheit und
 - das Wohlbefinden der Menschen.



(Foto © Hansestadt Rostock)

Ziel des Projektes ‚Kommunales Mobilitätsmanagement‘ (i.R. der Nationalen Klimaschutzinitiative)

- Neue Verkehrsangebotsformen sollen in der Bevölkerung ein individuelles Verkehrsmittelwahlverhalten anregen, das zu einem ausgewogeneren Verkehrsmittelmix führt.

- **nachhaltig-orientierte Mobilität**



(Foto © IVAS)

Projektaufbau

Projekt Kommunales Mobilitätsmanagement (KMM) in der Region Rostock

mit den Handlungsschwerpunkten: **Information – Kommunikation – Koordination – Organisation – eMobilität**

Bearbeitungsschritte:

- Bestandsanalyse und Darstellung der künftigen Herausforderungen für das regionale Mobilitätsmanagement
- Ermittlung der Potenziale im regionalen Mobilitätsmanagement zur Stärkung des Umweltverbundes und Herstellung des Bezuges zur lokalen/regionalen Ausgangssituation in der Stadt und im Landkreis Rostock
- Identifizierung von Handlungsoptionen, Klassifizierung und Bewertung von Maßnahmentypen
- Bearbeitung ausgewählter Handlungsfelder und Beispielprojekte:

TK 1
Mobilitätszentrale /
Mobilitätsportal

TK 2
Leitfaden „Integriertes
Mobilitätsmanagement“

TK 3
Optimierung der
Stadt-Umland-Verkehre

TK 4
eMobilität
Warnemünde

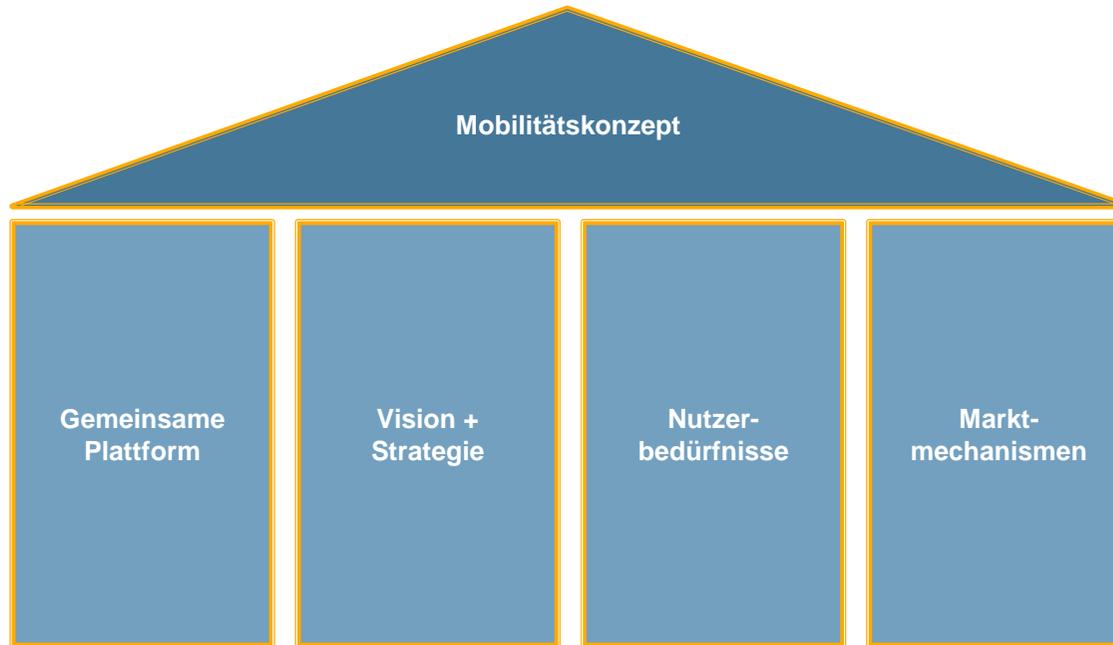
- Bilanzierung der klimabezogenen Maßnahmeneffekte
- Identifizierung weiterer Handlungsfelder für eine nachhaltige Verankerung des regionalen Mobilitätsmanagements im Verwaltungshandeln

Öffentlichkeitsarbeit (Internet, Forum MOPZ, Informationsveranstaltung etc.)

Megatrends

- Veränderungen in der Raumstruktur ➤ **Mega**Citys (schrumpfende Räume)
- Demographischer Wandel ➤ **Down**aging (Smart Senior Services)
- Zunehmende Bedeutung ökologischer Aspekte ➤ **E**-Mobilität
- Flexibilisierung & Pluralisierung von Lebens- & Arbeitsstilen ➤ **24/7**-Gesellschaft
- Veränderungen im Verkehrsmittelwahlverhalten der Nutzer ➤ **Mixed**Mobility / **Pro**sumer
- Trend „Nutzen statt Besitzen“ ➤ **Free**mium
- Technische Trends ➤ **Real**Digital
- Trend „Pkw als verkaufte Mobilität betrachten“ ➤ **Coop**etition

Best Practice im Mobilitätsmanagement



1. Schaffung einer **gemeinsamen Plattform**
2. Erarbeitung und Umsetzung einer gemeinsamen **Vision und Strategie**
3. Strenge Ausrichtung an den identifizierten **Nutzerbedürfnissen** und ihren Verhaltensmustern
4. Sicherstellung von **Marktmechanismen**, die einen fairen Wettbewerb gewährleisten

Zukünftige Handlungsfelder im Mobilitätsmanagement

Aktionsplan für die Beiträge der Verkehrsunternehmen und des Verbundes

Stärkung der regionalen Marke im Mobilitätsmarkt	<ul style="list-style-type: none"> • Stärkung des Verkehrsverbundes Warnow • strategische Positionierung als regionale Informationsdrehscheibe der Mobilität
Etablierung von „Smart Business Networks“ <i>(unternehmensübergreifende Bündelung von Kompetenzen und Ressourcen)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ergänzung der klassischen Verkehrssysteme um innovative, flexible Mobilitätsangebote • weiterer Ausbau des flächendeckenden (elektrischen) Leihradsystems (elros) • Umsetzung von Gemeinschaftsvorhaben: z.B. Buslinie im Fischereihafen • Entwicklung neuer, innovativer Geschäftsmodelle
Optimierung der Vertriebsstrukturen	<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppen und Marktsegmente im Mobilitätsmarkt neu definieren • Ausweitung der Informationsangebote (z.B. Mobilitätsplattform) • Einführung einer Mobilitätskarte • Entwicklung eines Starterkonzeptes für eine Mobilitätszentrale
Intensivierung der Marktforschung	<p>... zur Herstellung von Klarheit über Nachfrage- und Erlöspotenziale</p>
Personalentwicklung	<p>... in den neuen Kompetenzbereichen</p>
Forcierung von make-or-buy-Entscheidungen	<ul style="list-style-type: none"> • Positionierung der Akteure im Hinblick auf die angestrebte Rolle im Mobilitätsmarkt • Verkehrsunternehmen z.B. als Mobilitätsintegrator oder integrierter Anbieter für Elektromobilität • Verbünde z.B. als Clearingstelle, Spezialdienstleister oder regionaler Mobilitätskoordinator

Zukünftige Handlungsfelder im Mobilitätsmanagement

Aktionsplan im Mobilitätsmanagement der Hansestadt und Region Rostock

Etablierung von Dialog-Plattformen	<ul style="list-style-type: none"> ... für die Vernetzung von Industrie, Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung ... für die Intensivierung der kommunalen und regionalen Zusammenarbeit
Engere Verzahnung der Bereiche „ Mobilität und Tourismus “	
Prüfung der kommunalrechtlichen Instrumente zur Förderung der eMobilität	
Stärkung der Siedlungsentwicklung an räumlichen Achsen und in zentralen Orten	... Erleichterung der Erschließung mit Verkehrsmitteln des Umweltverbundes
Erschließung von Nutzerpotenzialen im Radverkehr	... durch einen verstärkten Ausbau und die bessere Pflege der Radverkehrsinfrastruktur
Weiterentwicklung des Verkehrssystemmanagements	
Stärkung von Mobilitätsmanagementansätzen in der öffentlichen Verwaltung	... Bereitstellung ausreichender personeller und finanzieller Ressourcen
Festlegung von Eckpunkten zum Mobilitätsmanagement in rechtsverbindlichen Plänen	<ul style="list-style-type: none"> • Integrierter Einsatz von Push&Pull-Faktoren • Etablierung fairer Marktmechanismen • Berücksichtigung von Barrierefreiheit
Identifizierung neuer, kreativer Finanzierungsmöglichkeiten	
Integration der Wirtschaftsförderung in Mobilitätsmanagementkonzepte	<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung attraktiver (multimodaler) Mobilitätspunkte • Entwicklung neuer Geschäftsmodelle
Erstellung von Personalentwicklungsplänen	... u.a. Entwicklung neuer Verfahren für urbane Teilhabe
Koordination öffentlicher und privater Stakeholder	... z.B. gemeinsamer Aufbau von eMobil-Fahrzeugflotten

Datenbasis für die Marktpotenzialanalyse in der Region Rostock

1. Die Potenzialanalyse beruht auf **Kennzahlen**, die im Rahmen einer Forschungsarbeit auf der Basis:

- von Daten des Deutschen Mobilitätspanels (*Zeitraum von 1999 bis 2008*)
- der Studie Mobilität in Deutschland (*aus den Jahren 2002 und 2008*)

entwickelt wurden.

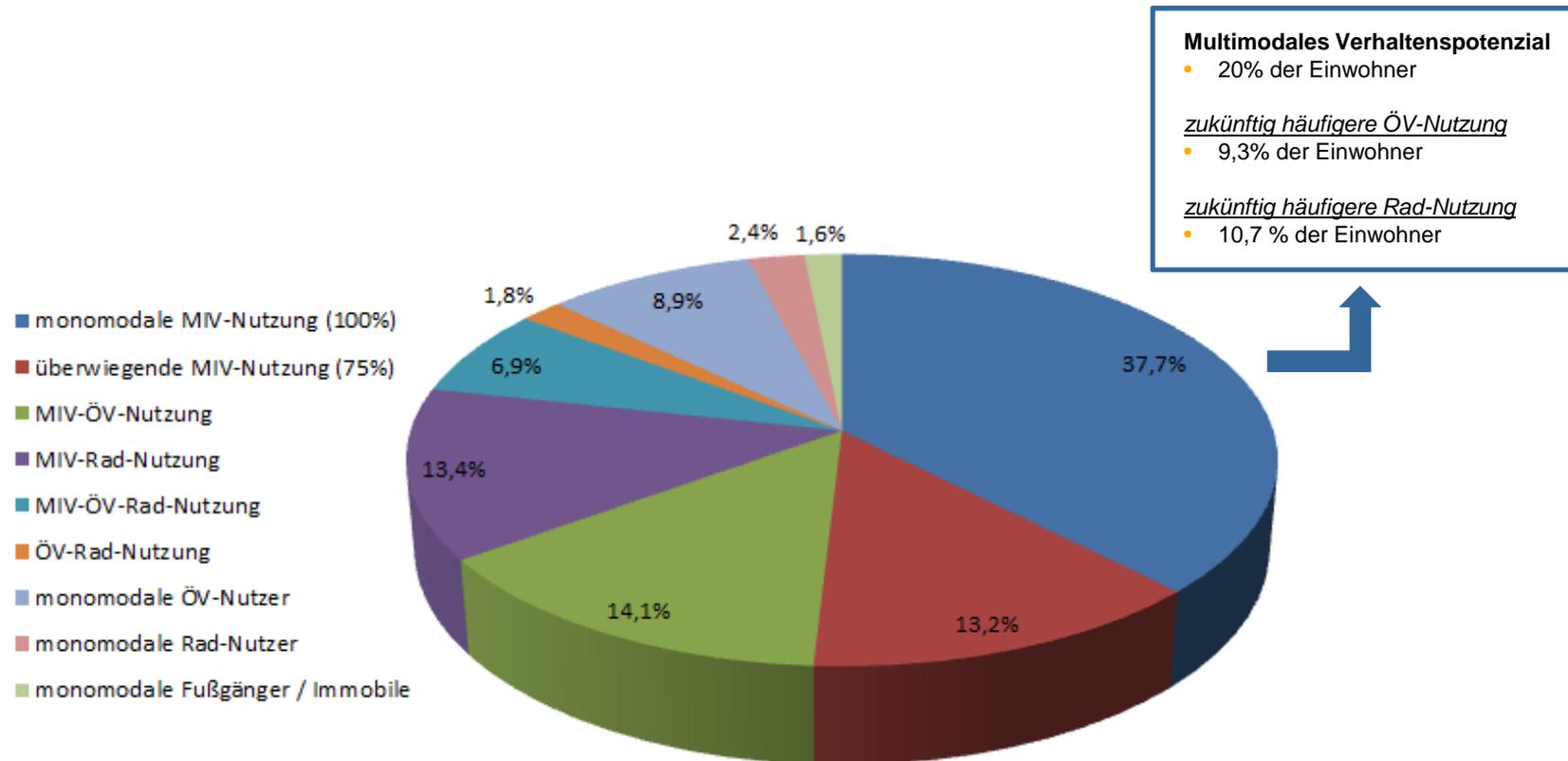
2. In Abhängigkeit davon, welche der Verkehrsmittel MIV, ÖV und Fahrrad im Verlauf einer Woche zum Einsatz kommen, werden die **Verkehrsteilnehmer** einer der folgenden **Modalgruppen** zugeordnet:

Modalgruppen	
monomodale	MIV-Nutzer
	ÖV-Nutzer
	Fahrrad-Nutzer
bimodale	MIV-Rad-Nutzer
	MIV-ÖV-Nutzer
	Rad-ÖV-Nutzer
trimodale	MIV-ÖV-Rad-Nutzer

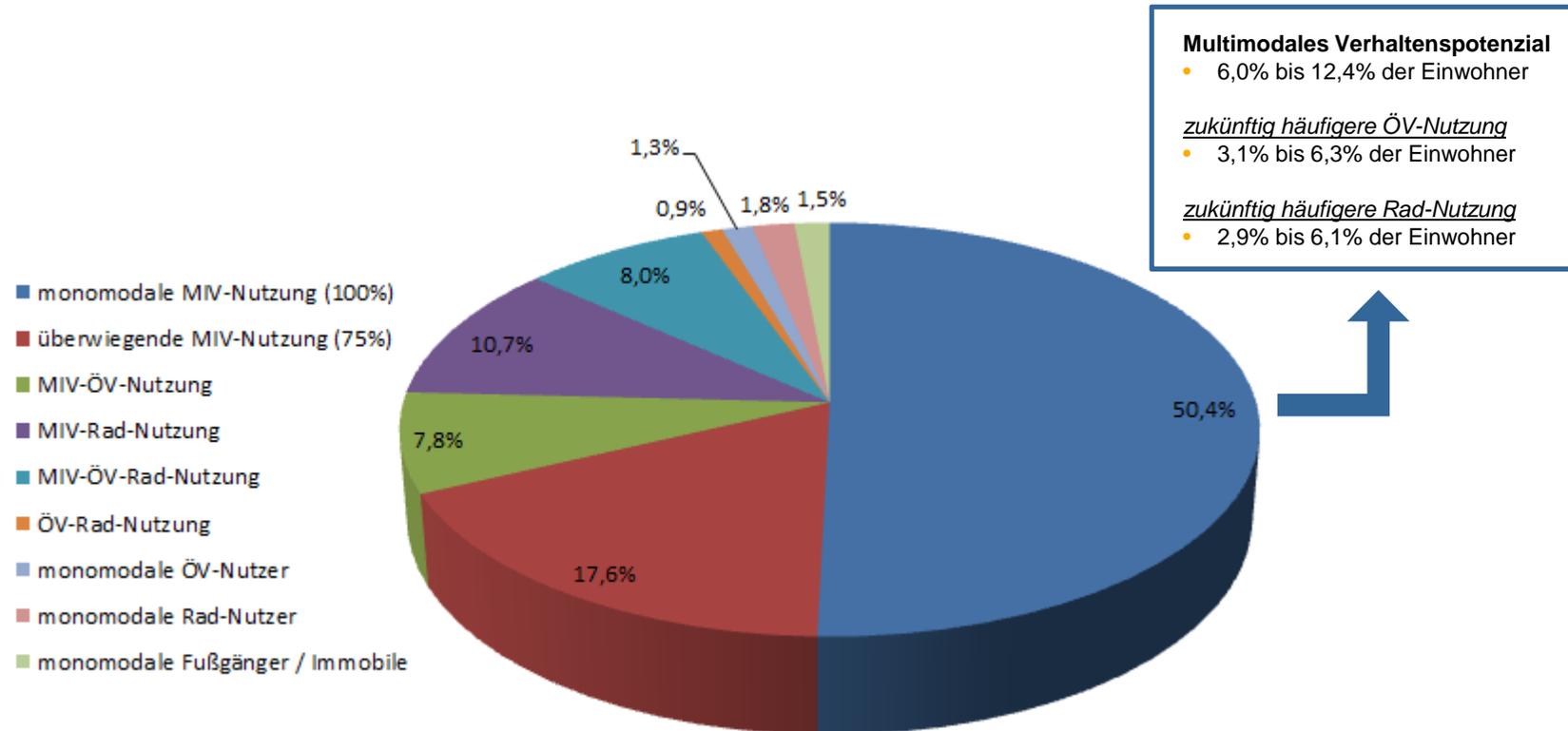
3. Die **Übertragung** der allgemeingültigen Kennzahlen **auf die** Situation des Untersuchungsgebietes (**Region Rostock**) erfolgt auf der Basis

- der ortsspezifischen Einwohnerzahlen,
- der lokalen Besetzung der unterschiedlichen Altersklassen,
- des jeweiligen Raumtyps (Kernstädte, verdichtete bzw. ländliche Kreise)

Multimodales Verhaltenspotenzial in der Hansestadt Rostock



Multimodales Verhaltenspotenzial im Landkreis Rostock



Voraussetzung für eine Potenzialerschließung in der Region Rostock

Evaluierung der Wirksamkeit von angestrebten Maßnahmen

Sind die Maßnahmen geeignet,

- die **Aufgabe unerwünschter Verhaltensweisen** bzw.
- die **Annahme neuer, erwünschter Verhaltensweisen** bei den anvisierten Zielgruppen zu erreichen?

Maßnahmeneignung:

- Überwindung der sozialen und psychischen Kosten bei der Inanspruchnahme der Angebote
- Wahrnehmung der Mobilitätsangebote verändern, so dass eine neue Bewertungssituation entsteht
- Beeinflussung einer Vorstellung/Verhaltensweise bei gleichzeitiger Gestaltung von Verhaltensangeboten
- Einbettung in ein schlüssiges Produktkonzept

Wurde die „**bottom-up-Ausrichtung**“ berücksichtigt?

Erforschung der wahren Zielgruppen-Bedürfnisse

- Erforschung konkurrierender Werte im Entscheidungsprozess der Bevölkerung

Sind die **Zielmärkte** zuverlässig **segmentiert**?

Zielgenaue Ansprache der einzelnen Gruppen

- kostenoptimale Ansprache der einzelnen Gruppen
- erfolgsorientierter, maßgeschneiderter Maßnahmen-Mix für einzelne Gruppen

Sind die Maßnahmen in eine integrierte, strategisch ausgerichtete Kampagnenplanung eingebunden, die den **Langfristcharakter von Verhaltensänderungen berücksichtigt**?