
Abteilung: GB I Zentrale Dienste & Bürgerservice	Vorlage-Nr: GB I/154/2011
Stichwort: Mobilitätsmanagement	Status: öffentlich
	AZ: GB1-171-02/2-T
	Datum: 03.02.2011
	Verfasser: Trier Siegmar

TOP

"GARCHINGmobil" - Vorstellung des Kommunalen Gesamtkonzepts des Mobilitätsmanagements der Stadt Garching b. München durch Tobias Kipp (verantwortlicher Berater und Leiter der Abteilung Mobilitätsmanagement bei "team red") und Dr. Martin Schreiner (in Personalunion Leiter des Sachgebiets "Verkehrs- und Mobilitätsmanagement" bei der Landeshauptstadt München und Regionalkoordinator Mobilitätsmanagement der Europäischen Metropolregion München e.V.)

Beratungsfolge:

Datum	Gremium
22.02.2011	Stadtrat

I. Sachvortrag:**1. Allgemeines zu: „Mobilitätsmanagement“****1.1. Vorgeschichte**

Ziel des Mobilitätsmanagements ist es, wirksam, kostengünstig und ohne Verbote die Mobilität der Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen und Gäste zu verbessern und gleichzeitig unerwünschte Verkehrsfolgen, wie Staus und Verspätungen, Lärm- und Luftbelastungen sowie Unfälle zu vermindern. Dabei soll durch systematische Information und Beratung KFZ-Verkehr auf den Umweltverbund aus Öffentlichem Verkehr, Radverkehr, Fußverkehr, Car-Sharing, Fahrgemeinschaften und anderen innovativen Mobilitätsformen sowie Kombinationen davon verlagert werden.

Immer mehr Kommunen setzen gerade in Zeiten knapper Kassen auf Mobilitätsmanagement als neuer dritter Säule der Verkehrspolitik in Ergänzung zur klassischen Verkehrs-Infrastrukturplanung und dem verkehrstechnischen und verkehrsordnenden Management der Infrastruktur. Bisher waren die Großstädte die Lokomotiven der Entwicklung, wobei insbesondere die Stadt München mit ihrem Aktionsprogramm „München – Gscheid Mobil“ herausragte. Heute sehen immer mehr kleinere und mittlere Städte und Landkreise aus der Region eine Chance zur Steigerung der Standortattraktivität im Wettbewerb und im Kampf um eine bessere Erreichbarkeit.

Der große Vorteil des Mobilitätsmanagements ist: Ein hoher verkehrlicher Nutzen mit einem Verlagerungspotenzial von mindestens 5 Prozent (im Einzelfall auch bis zu 20 Prozent) des KFZ-Verkehrs verbindet sich mit relativ geringen Kosten, unter Verzicht auf Verbote und bei sehr guter Akzeptanz in Bevölkerung und Wirtschaft. Die Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs ist gut für die Umwelt und trägt zu einer Verbesserung des Lebensraums bei.

Im Jahr 2008 brachte das Bundesumweltministerium in Zusammenarbeit mit der Deutschen Energieagentur (Dena) mit effizient.mobil das erste Programm zur Unterstützung und bundesweiten Umsetzung von Mobilitätsmanagement in den Kommunen auf den Weg. Besonders geeignete und interessierte Unternehmen und Gemeinden sollten kostenlos eine individuelle Mobilitätsmanagement-Beratung erhalten. Mit dieser Erstberatung können sie gezielt über Möglichkeiten und Potenziale des Mobilitätsmanagements informiert und bei der Umsetzung eigener Projekte unterstützt werden.

Um eine der deutschlandweit insgesamt 100 kostenlosen Erstberatungen haben sich Kommunen, Betriebe und andere Akteure beworben, die noch kein Mobilitätsmanagement an ihrem Standort durchführen und sich zukünftig dafür interessieren.

Die Stadt Garching hat sich im Herbst 2008 um eine derartige Erstberatung beworben und im Juli 2009 – neben wenigen anderen Gemeinden bzw. Institutionen im Münchner Raum (Gemeinden Planegg, Pullach, Weilheim, Bergkirchen, Flughafen München, e.on München) – den Zuschlag für eine mit 8.000 Euro dotierte Erstberatung erhalten.

Im Rahmen der Erstberatung haben in den vergangenen Monaten der verantwortliche Berater, Herr Dipl. Geogr. Tobias Kipp, Leiter der Abteilung Mobilitätsmanagement bei „team red“, in enger Zusammenarbeit mit Herrn Dr. Martin Schreiner, in Personalunion Leiter des Sachgebiets „Verkehrs- und Mobilitätsmanagement, VMP“ bei der Landeshauptstadt München und Regionalkoordinator Mobilitätsmanagement der Europäischen Metropolregion München e.V., und dem Garchinger Ordnungsamt ein Mobilitätskonzept erstellt mit folgendem Ablauf:

- a) Bestandsaufnahme vor Ort (Mobilitätsbedürfnisse, verkehrliche Situation, Mobilitätsverhalten)
- b) Entwicklung eines Grobkonzepts und Feinkonzepts (Identifikation geeigneter Maßnahmen, Individuelle Anpassung und Ausrichtung der Maßnahmen, Abschätzung der verkehrlichen, ökonomischen und klimarelevanten Wirkungen)
- c) Ausführliche Vorstellung des Konzepts am Standort
- d) gegebenenfalls Hilfestellung bei den ersten Schritten der Umsetzung.

Da die Stadt Garching im kommunalen Klimaschutz sehr aktiv ist und durch Klimaschutzkonferenzen und andere Maßnahmen seine Bürger intensiv mit einbindet, können die jetzt empfohlenen Maßnahmen zum Mobilitätsmanagement von Anfang an in die Aktivitäten zum kommunalen Klimaschutz eingebettet werden und unter Beteiligung aktiver Bürger weiterentwickelt werden.

Die Stadt Garching hat bereits in 3 Bereichen Aktivitäten ergriffen:

- Am 26.11.2009 wurde ein Radverkehrskonzept beschlossen, dass bei aktuellen und zukünftigen Planungen im Garchinger Stadtgebiet zu beachten ist.
- Am 08.07.2010 beschloss der Stadtrat den Masterplan zum integrierten Garchinger Klimaschutzkonzept, in dem aus dem Klimaschutzprozess bereits einige Mobilitätsmanagementmaßnahmen (z.B. Klimaschutznewsletter, Überarbeitetes Mobilitätsportal im Internet, Betriebliche Mobilitätsberatung, Verkehrserziehung) beschlossen wurden.
- Am 07.09.2010 diskutierten Herr Kipp von der Mobilitätsberatungsfirma Team Red sowie Herr Dr. Schreiner bei Frau Bürgermeisterin Hannelore Gabor die Ergebnisse der kostenlosen Mobilitätsmanagement-Erstberatung im Rahmen des Bundesprogramms „effizient mobil“. Vereinbart wurde ein gesonderter Beschlussentwurf für den Stadtrat, in dem die verschiedenen bisher isoliert voneinander vorangetriebenen Elemente des Klimaschutzprogramms und der Mobilitätsmanagement-Erstberatung zu einem abgestimmten Gesamtkonzept zusammengeführt werden. Dieser Beschlussentwurf wird hiermit vorgelegt.

1.2. Definition Mobilitätsmanagement

Die Zielgruppen des Mobilitätsmanagements sind Bürger, Gäste und Unternehmen. Sie werden in die Lage versetzt, das bestehende vielfältige Angebot an nachhaltigen Mobilitätsdienstleistungen besser für die Erfüllung ihrer spezifischen Mobilitätswünsche zu nutzen.

Mobilitätsmanagement reagiert damit auf das Problem, dass viele Bürger, Gäste und Unternehmen über die grundsätzlichen Möglichkeiten in Garching und den wesentlichen Zielgebieten (wie z. B. München) auf nachhaltige (ressourcenschonende und effektive) Weise mobil zu sein, unzureichend informiert sind. Dies hat im Wesentlichen zwei Gründe:

- Das Angebot ist sehr vielfältig und verändert sich in seinen Facetten permanent. Gebündelte Informationen über das gesamte Angebot, nicht nur über den Öffentlichen Verkehr, sondern auch z. B. über Car Sharing, Fahrgemeinschaftsdienste oder organisatorisches Know-How (z. B. Telearbeit) aus einer Hand gibt es bisher nicht.
- Die Kunden bzw. Nutzer und ihre Mobilitätsbedürfnisse werden aufgrund der Unterschiedlichkeit von Lebensstilen und Produktionsweisen immer vielfältiger. Das bestehende Informationsangebot wird dieser Entwicklung nicht ausreichend gerecht.

Im Ergebnis ist es sehr aufwendig und mühsam, beispielsweise für Senioren, Familien mit Kindern, Neubürger oder auch Unternehmen, die ihren Standort verlagern, herauszufinden, welche Angebote bestehen und wie diese für sie in ihrer jeweiligen Situation erreichbar und sinnvoll nutzbar sind.

Die folgenden zwei Abbildungen verdeutlichen schematisch den Informationsaufwand für den Kunden mit und ohne Mobilitätsmanagement:

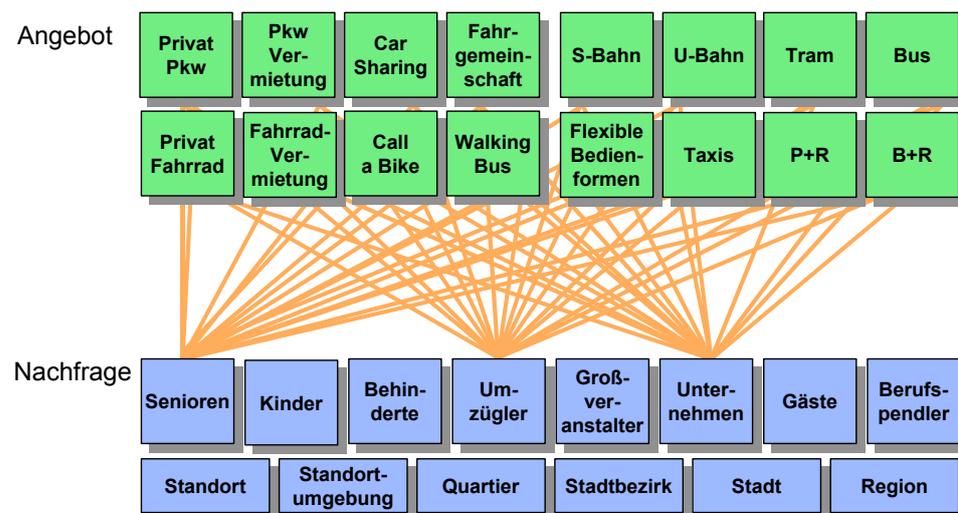


Abb. 1: Aufwand zur Informationsgewinnung ohne Mobilitätsmanagement (dargestellt an den Beispielen Senioren, Umzügler und Unternehmen)

Mobilitätsmanagement reduziert diesen Aufwand und übernimmt in einer Art Maklerfunktion für den Einzelnen die mühevoll Suche und Sammlung einer großen Menge von Informationen über das vielfältige und sich permanent ändernde Angebot an Mobilitätsdienstleistungen. Dieses wird gezielt, in attraktiver Form und verbunden mit einer Empfehlung, an die einzelnen Zielgruppen aktiv herangetragen (vgl. Schaubild auf der nächsten Seite):

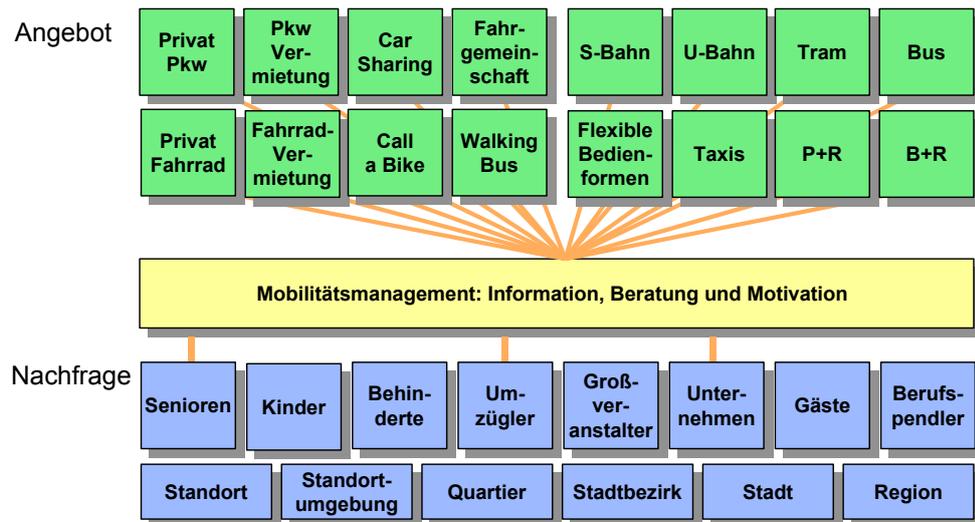


Abb. 2: Reduktion des Informationsaufwands mit Mobilitätsmanagement

Dabei gilt folgender Leitgedanke: Es geht nicht darum, irgendwen irgendwie zu informieren, zu beraten und zu motivieren, sondern die richtigen Personen zum richtigen Zeitpunkt mit dem richtigen Instrument in der richtigen Intensität. Die Vorteile eines so verstandenen Mobilitätsmanagements im Vergleich zu herkömmlichen, häufig sehr unspezifischen Informationsmaßnahmen sind folgende:

- Durch die gezielte Beratung gibt es keine Streueffekte, wie beim Gießkannenprinzip.
- Es bekommen nur *diejenigen* Nutzer Informationen, die sie auch wollen und bei welchen eine Verhaltensänderung wahrscheinlich ist.
- Die Nutzer bekommen ausschließlich die Information, die sie brauchen und keinen unerwünschten weiteren Werbemüll.

Dadurch wird ein effektiver Einsatz knapper Mittel bei größtmöglicher Wirkung erreicht. Kennzeichnend für Mobilitätsmanagement ist eine enge Kooperation mit zahlreichen Partnern, wie Mobilitätsdienstleistern, Verbunde, Interessensgruppen, Unternehmen und sonstigen Dienst-Anbietern. Dadurch soll gewährleistet werden, dass bestehende Informations- und Beratungsangebote nicht gedoppelt, sondern sinnvoll gebündelt zusammengeführt werden und keine Konflikte mit den Marketingstrategien der Partner entstehen.

Ebenso wichtig ist die Verzahnung mit der Stadtplanung und Wirtschaftsförderung, damit beispielsweise bei neuen Siedlungsgebieten oder neuen Gewerbestandorten die künftigen Investoren, Nutzer bzw. Bewohner frühzeitig mit Möglichkeiten des Mobilitätsmanagements vertraut gemacht werden können, bevor sich eingefahrene Routineabläufe und Gewohnheiten gebildet haben.

1.3. Qualitätsanforderungen an Informationen und Beratungsdienstleistungen

Die Qualität der Informationen und Dienste wird durch folgende Kriterien gekennzeichnet:

- Multimodalität: Es müssen grundsätzlich immer übergreifende Informationen zu allen Verkehrsmittel und Möglichkeiten, mobil zu sein, angeboten werden.
- Alles aus einer Hand/Abgestimmtheit: Alle Informationen müssen aufeinander abgestimmt sein. Es darf weder Lücken noch Doppelungen geben. Querverweise im Sinne von „Buchbinder-Wanninger-Erfahrungen“ sollen der Vergangenheit angehören.
- Aktualität und Zuverlässigkeit: Die Informationen müssen zutreffend und stets aktuell gehalten werden.

- Attraktive Aufbereitung: Die eingesetzten Medien müssen gefällig und den Kundenbedürfnissen gemäß gestaltet sein. Die Wiedererkennbarkeit muss durch die durchgehende gestalterische Einbindung einer Dachmarke (Logo) gewährleistet sein.
- Personalisierung: Die Informationen müssen so weit wie möglich aktiv und direkt an die Zielgruppen im Idealfall vor Ort an den Wohnort, den Standort von Unternehmen oder Schulen etc. herangetragen werden. Auslegen in Ämtern genügt nicht. Information ist grundsätzlich eine Bringschuld und keine Holschuld. Im Idealfall werden die Bürgerinnen und Bürger persönlich angesprochen. „Sehr geehrte(r) Herr / Frau Mustermann...“
- Individualisierung: Damit Kundinnen und Kunden nur die Informationen bekommen, die sie auch brauchen und wünschen, ist grundsätzlich die Möglichkeit der individuellen Bestellung von Informationen über die Basisinformation hinaus vorzusehen. Dadurch ist gewährleistet, dass niemand gegen seinen Wunsch über Gebühr belästigt wird und Werbemüll entsteht. Im Idealfall besteht auf Wunsch das Angebot eines regelmäßigen postalischen, virtuellen oder mündlichen Dialogs mit dem Kunden, z. B. auch im Rahmen einer persönlichen telefonischen Mobilitätsberatung. Damit wird erfahrungsgemäß die höchste Zielgenauigkeit und Wirkung erreicht.
- Datenschutz und Sachorientierung: Die Zielgruppen werden grundsätzlich nur mit Informationen und Diensten angesprochen, die im öffentlichen Interesse sind und nicht anderen kommerziellen Zwecken dienen. Die Maßnahmen des Mobilitätsmanagements können nicht als Werbeträger für kommerzielle Produkte genutzt werden.
- Verständlichkeit: „Sprache“ muss einfach und allgemeinverständlich sein.

2. Umsetzung der Mobilitätskampagne „GARCHINGmobil“

2.1. Koordination des Arbeitsprozesses

Wesentlich für den Erfolg des Mobilitätsmanagements ist eine sorgfältige Koordination.

- Alle Mobilitätsdienstleister müssen an einen Tisch (MVV, MVG, DB, Flughafen, Taxianbieter, Car Sharing-Organisationen, Fahrgemeinschaftsvermittlungsdienste etc.) und ihre Informationen beisteuern.
- Alle betroffenen Verwaltungsgliederungen müssen abgestimmt und beteiligt werden.
- Interessensvertreter, wie ADAC, ADFC, Geschäftsleute, Behindertenvertreter etc. sollten eingebunden werden.
- Externe Leistungen müssen ausgeschrieben, vergeben und kontrolliert werden.
- Mobilitätsangebot und –nachfrage und ihre permanente Veränderung müssen stets im Auge behalten werden und ins Informations- und Beratungsangebot sowie in die Arbeitsorganisation einfließen.
- Die Erfahrungen sollten qualitativ und quantitativ im Rahmen einer regelmäßigen Wirkungsanalyse ausgewertet und den Beteiligten und dem Stadtrat berichtet werden. Das Konzept ist aktuell zu halten und permanent weiterzuentwickeln, an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen und zu verbessern.

Die Koordinationsrolle kann nur durch die öffentliche Hand, also durch die Kommunalverwaltung, wahrgenommen werden. Nur sie besitzt die Glaubwürdigkeit und Autorität zur Koordination aller Beteiligten, nur sie kann die verschiedenartigen Interessen der Bürgerinnen und Bürger und das Anliegen des Allgemeinwohls gegenüber den kommerziellen nur ihren Produkten verpflichteten Mobilitätsdienstleistern vertreten, nur sie hat das lokale Knowhow. Und nur sie kann die Anforderungen an den Datenschutz glaubwürdig gewährleisten.

Dabei soll die Kommune das Mobilitätsmanagement nicht selbst durchführen. Sie soll sich auf die Rolle der Initiierung, der Koordination, des Controllings und der Qualitätssicherung beschränken. Die operative Durchführung der verschiedenen Maßnahmen sollte an externe spezialisierte und erfahrene Mobilitätsberater und Agenturen vergeben werden.

Dabei kann auf vielfältige Vorarbeiten zurückgegriffen werden, die bei der Koordination unterstützen und Parallelstrukturen und Mehrfacharbeiten verhindern können:

- Koordinatoren und Netzwerk des Klimaschutzprozesses
- „Team Red“ als Ersteller des vorliegenden Grob- und Feinkonzepts Mobilitätsmanagement
- Die Europäische Metropolregion München bzw. das Bundesprogramm „effizient mobil“ mit der bestehenden Regionalkoordination Mobilitätsmanagement
- Die Erfahrungen und Vorarbeiten des Münchner Aktionsprogramms Mobilitätsmanagement „München – Gscheid Mobil“, da alle Garchinger Akteure gleichermaßen über die Angebote der Stadt und Region München informiert sein müssen. „Lediglich“ die lokalen Spezifika der Stadt Garching müssen zusätzlich eingebracht und verknüpft werden.

Wichtig ist, dass die Stadt Garching eine hohe Qualität der Koordination gewährleistet. Der Königsweg ist dabei eine halbe Stelle in der Stadtverwaltung, die sich mit aller Kraft den beschriebenen Aufgaben widmen kann. Anzusiedeln wäre sie aus Marketingsicht vorzugsweise im Ordnungsamt, da das Ordnungsamt aufgrund seiner angestammten Aufgaben den größten Kontakt zu Bürgerinnen und Bürgern bzw. Nutzern hat und diese vielfältigen Kontakte zur Ansprache der verschiedenen Zielgruppen nutzen kann.

Je nach Stellenbewertung ist jährlich mit Kosten bis zu 40.000 Euro zu rechnen.

Effizienter ist es, einer bestehenden Stelle in der Verwaltung die Koordination zu übertragen und diese durch einen externen Dienstleister zu unterstützen. Als Mindestbudget für einen externen Dienstleister werden jährlich 25 Personentage angesehen. Die Kosten hierfür werden auf 12.500 Euro geschätzt, was eine deutliche Reduktion gegenüber der Variante eines eigenen kommunalen Mobilitätsmanagers darstellt.

Alternativ zur Eingliederung in das Ordnungsamt ist es angesichts der Notwendigkeit der engen Verzahnung mit dem Klimaschutzprozess auch denkbar, die Koordination dem Beauftragten für das Klimaschutzprogramm zu übertragen.

Zusätzliche Kosten: 12.500 Euro jährlich

2.2. Kommunikationsmaßnahmen

2.2.1. Identifikationssymbol bzw. Dachmarke „GARCHINGmobil“

Damit Bürgerinnen und Bürger, Gäste und Unternehmen die ihnen angebotenen Informationen, Beratungsdienstleistungen und Motivationsanreize akzeptieren und annehmen, müssen Vertrauen, Wiedererkennbarkeit und Identifikation geschaffen werden. Neben der Qualität der Informationen und Dienste ist eine Dachmarke in Form eines „Logos“, das für diese Eigenschaften steht und das auf allen Materialien und Kommunikationsinstrumenten wiederzufinden ist, Voraussetzung, um die Kundinnen und Kunden zu erreichen. Daher ist die Entwicklung einer Wortbildmarke, wie z. B. „GARCHINGmobil“, die erste grundlegende Aufgabe für das Gesamtkonzept Mobilitätsmanagement.

Der Name der Stadt Garching ist dabei unverzichtbar, weil den Kommunen von den Bürgerinnen und Bürgern in besonderer Weise gleichermaßen Glaubwürdigkeit, Seriosität und Vertrauen entgegengebracht wird. Was „vom Amt“ kommt, könnte ja wichtig sein... Nicht zuletzt identifizieren sich die meisten Menschen in hohem Maße mit der Stadt, in der sie wohnen. Das ist ein Marketingschatz, den kommerzielle Institutionen nicht bieten können.

Die Kosten für die professionelle Entwicklung einer geeigneten Wortbildmarke als Dachmarke und die Erstellung einer Art Gebrauchsanweisung für den Einsatz der Wortbildmarke in den verschiedenen Kommunikationsmedien werden auf etwa 1.000 Euro geschätzt.

Beispiel von Dachmarken bzw. Logos in der Region München sind u.a. „Weilheim – Mobil mit Gefühl“ oder „München – Gscheid Mobil“.



Zusätzliche Kosten: einmalig 1.000,-- Euro

2.2.2. Mobilitätsportal unter www.garching.de bzw. www.klimakommune-garching.de

Ohne Internet wird heute manche Kommunikation immer schwieriger. Auch die Kommunikation für effiziente Mobilität für die verschiedenen Zielgruppen und über die verschiedenen Medien braucht eine zentrale Ebene im Internet in Form eines Garchinger Mobilitätsportals. Dort können nicht nur Informationen und Dienste für die Bürger, Gäste und Unternehmen angeboten werden. Es kann im Idealfall interaktiv nach den Anforderungen des Web 2.0 gestaltet werden, so dass Nutzer in einem kontrollierten Prozess auch eigene Anregungen an die Verwaltung und für interessierte Bürger zur Verfügung stellen können. Besonders attraktiv ist die Verknüpfung der Informationen mit einer Karte, so dass eine schnelle räumliche Orientierung und Verortung erfolgen kann.

Ein Konzept für die Mobilitätsinformationen wird bereits in der aktuellen Überarbeitung der Seite Stadt Garching eingearbeitet. Für die Inhalte müssen noch redaktionelle Beiträge entwickelt werden.

Bei einer externen Vergabe werden die Kosten für die Erstellung der redaktionellen Beiträge auf 1.000 Euro geschätzt. Die Kosten für ein kartenbasiertes und interaktives Mobilitätsportal, das durch einen externen Anbieter erstellt wird, werden auf ca. 10.000 Euro geschätzt. Für diese Arbeiten könnten die Mittel aus dem Klimaschutzbeschluss vom 08.07.2010 für die entsprechende Homepage genutzt werden.

Zusätzliche Kosten: 0,- Euro

2.2.3. Extrabeilage zum Garchinger Mobilitätsmanagement in der Zeitschrift „Mein Garching“

Mobilität sollte auch in den monatlichen Ausgaben von „Mein Garching“ präsent sein. Dafür müssen von der Stadtverwaltung redaktionelle Beiträge erstellt werden. Die Veröffentlichung der Beiträge sollte, wenn diese eine Extrabeilage erforderlich machen, durch einen externen Dienstleister entwickelt werden, was Kosten von bis zu 2.000 Euro nach sich ziehen dürfte. Dies kann aus dem bestehenden Stadtratsbeschluss zum Klimaschutz finanziert werden.

Zusätzliche Kosten: 0,- Euro

2.2.4. Klimaschutztag

Am 15.05.2011 wird in Garching ein Klimaschutztag stattfinden. Eines der beiden Schwerpunktthemen soll Mobilität sein, das durch Fahrradtouren, Sachvorträge, Projektpräsentationen und einen Marktplatz zum Thema vermittelt werden soll. Mittel für die Organisation der Veranstaltung, Aktionen und Öffentlichkeitsarbeit sind bereits im Stadtratsbeschluss für den Klimaschutz enthalten.

Zusätzliche Kosten: 0,- Euro

2.3. Direkt- und Dialogmarketing

Die mit Abstand verkehrlich wirksamste, wirtschaftlichste und vielfach bewährte Maßnahme im Mobilitätsmanagement ist das Direkt- und Dialogmarketing nachhaltiger Mobilität für Garchings Bürgerinnen und Bürger. Es wird in verschiedenen Formen seit über 10 Jahren erfolgreich in Deutschlands Städten und Gemeinden eingesetzt, um Bürgerinnen und Bürger gezielt direkt anzusprechen und – je nach Kundenwunsch - in einem mehrstufigen Dia-

log individuelle Informationen bis hin zur persönlichen Beratung anzubieten. Dadurch wird sichergestellt, dass jede und jeder nur die Informationen und Beratungsdienste bekommt, die er selber auch wünscht und die für die spezifische Lebenssituation geeignet sind.

Seit 2007 wird das Verfahren für alle 85.000 Neubürgerinnen und Neubürger in München angewandt - mit großem Erfolg. Die Neubürgerinnen und Neubürger mit Beratungsangebot nutzen zu 7,6 Prozent häufiger den Öffentlichen Verkehr als die gleiche Personengruppe ohne Beratungsangebot.

Das Verfahren wurde auch bei alteingesessenen Bürgerinnen und Bürgern getestet - mit vergleichbarem Erfolg. Grund ist, dass diese Zielgruppe zwar glaubt, sich auszukennen, in Wirklichkeit aber über das sich ständig ändernde Angebot im Mobilitätsmarkt schlechter informiert ist, als angenommen. Zudem ändert sich die Lebenssituation der Bürgerinnen und Bürger immer wieder mit einschneidenden Folgen für die Mobilitätsbedürfnisse, z. B. durch die Einschulung der Kinder, den Eintritt in den Ruhestand, dem Eintreten körperlicher Einschränkungen uvm. Wichtig ist auch, dass Alteingesessene telefonisch besser erreichbar sind, als Neubürger. Das telefonische Beratungsangebot, das Gespräch mit einem „echten Menschen“, ist erfahrungsgemäß die entscheidende Komponente im Kundendialog, die eine Verhaltensänderung nach sich zieht. Ein weitere Vorteil ist, dass das Verfahren die zuverlässige Einteilung der Bevölkerung z. B. nach Neubürgern, Senioren, Personen mit körperlichen Einschränkungen, Personen mit Migrationshintergrund zulässt und das individuelle Eingehen auf die jeweiligen Mobilitäts- und Informationsbedürfnisse.

Einen besonderen fachlichen und finanziellen Vorteil bietet die Maßnahme, weil 80 Prozent der Entwicklungsarbeit der vergangenen Jahre in München durch das Aktionsprogramm „München-Gscheid Mobil“ bereits geleistet wurden. Aufgrund der bislang engen Zusammenarbeit in diesem Projekt „Mobilitätsmanagement“ mit Herrn Dr. Schreiner wäre die Stadt München bereit, ihre Erfahrungen von der Erstellung der Leistungsbeschreibung über das komplette Ausschreibungs- und Vergabeverfahren, die operative Umsetzung und die Evaluation den Partnerstädten und Gemeinden der Europäischen Metropolregion kostenlos zur Verfügung zu stellen. Alle nötigen Informationen und Beratungsleistungen für Garchinger Bürgerinnen und Bürger, die Fahrten in der Stadt München betreffen, sind bereits vorhanden. Ergänzt werden muss das Angebot „lediglich“ noch um die spezifischen Angebote vor Ort in Garching und in den übrigen wichtigsten Garchinger Zielen im Umfeld der Stadt und außerhalb Münchens.

In Vorbereitung dieses Beschlusses wurde bereits ein auf die Belange der Stadt Garching abgestimmtes Grobangebot der Fa. Omniphon angefordert. Omniphon hat sich bereits zweimal in europaweiten Ausschreibungsverfahren der Stadt München und der Münchner Verkehrsgesellschaft mit großem Abstand zu den wenigen existierenden Konkurrenten, was Preis und Leistung angeht, durchgesetzt.

Mit rund 6,50 Euro je Haushalt liegt der Preis aufgrund der hohen Synergieeffekte mit der Stadt München und den spezifischen Anforderungen der Stadt Garching um etwa 50 Prozent unter dem Preis, den das Neubürgermarketing in München je Haushalt kostet. Insgesamt beläuft sich der Preis für das Dialogmarketing jährlich auf etwa 60.000 Euro (brutto).

Möglichkeiten zur Kostensenkung könnten sich dadurch ergeben, dass man das Verfahren nur alle 2 Jahre für alle Bürgerinnen und Bürger durchführt und in den Jahren dazwischen nur eine passive Betreuung der Bürgerinnen und Bürger anbietet (Hotlinebetreuung, Bearbeitung verspätet eingegangener Nachbestellungen, evtl. Betreuung der Neubürgerinnen und Neubürger). Die Kosten für die passive Variante in den Zwischenjahren werden auf etwa 10.000 Euro geschätzt.

Zusätzliche Kosten: jährlich 60.000 Euro (alle 2 Jahre) bzw. 10.000 Euro (alle 2 Jahre)

2.4. Mobilitätsberatung für Unternehmen

Erfolgreiches betriebliches Mobilitätsmanagement bietet sowohl für Kommunen, wie auch für Unternehmen und Beschäftigte vielfältige Vorteile:

- Die Erreichbarkeit des Standorts wird verbessert
- Die Produktivität wird durch die Einsparung von Mobilitätskosten gesteigert
- Die Mitarbeiter können Privatleben und Berufsleben besser miteinander vereinbaren
- Die Umweltbelastung durch Kundenverkehre und Berufspendelverkehre wird reduziert
- Die betrieblichen Unfallkassen werden entlastet. Fehlzeiten werden reduziert.
- Das Image des Unternehmens wird positiv gestärkt
- Neue Betriebe können eher dazu bewegt werden, sich in Garching anzusiedeln. Dies stellt eine Form der aktiven Wirtschaftsförderung dar.

Um in Garching die Potenziale für betriebliches Mobilitätsmanagement herauszufinden, bietet sich zunächst die Untersuchung des Mobilitätsverhaltens und der Mobilitätsbedürfnisse von Beschäftigten in Garching an. Darauf aufbauend werden Unternehmen ausgewählt, die Interesse an betrieblicher Mobilitätsberatung haben und gemeinsam mit Ihnen Projekte und Maßnahmen definieren.

Die Kosten für die Untersuchung, begleitende Kommunikationsmaßnahmen und individuelle Konzepte für ein bis zwei ausgewählte Unternehmen werden auf etwa 20.000 Euro geschätzt. Die Finanzierung ist bereits im Rahmen des Klimaschutzbeschlusses gesichert worden.

Für die Finanzierung einer späteren konkreten Umsetzung von Mobilitätsmanagement bei ausgewählten Unternehmen gibt es zahlreiche Varianten. Neben der Eigenfinanzierung durch die Kommune besteht Aussicht auf erhebliche Zuschüsse durch Eigenbeiträge der Unternehmen, eine Kofinanzierung aus dem Förderprogramm Betriebliche Mobilitätsberatung der Landeshauptstadt München oder auch eine Förderung in der nächsten Runde des Bundesaktionsprogramms effizient mobil.

Die Entscheidung über Zahl und Art der Unternehmen, Zahl und Art der umzusetzenden Maßnahmen und die dazugehörige Finanzierung wird seriöser Weise erst nach der Grundlagenuntersuchung und der darauf aufsetzenden konkreten Projektierung des weiteren Vorgehens erfolgen.

Zusätzliche Kosten: 0,- Euro

2.5. Mobilitätsbildung und Verkehrserziehung für Kinder und Jugendliche

In diesem Handlungsfeld zielt die direkte verkehrliche Wirkung aufgrund der relativ geringen Distanzen der Schulwege weniger auf Schadstoffreduktion ab als vielmehr auf die Erhöhung der Verkehrssicherheit auf dem Schulweg und vor allem im direkten Umfeld der Schule und auf die Schaffung der Voraussetzungen für ein anhaltend nachhaltiges Mobilitätsverhalten.

Das beginnt bei Kindern weit vor der Wissensvermittlung bereits im Kindergarten beim positiven Erleben und dem Spaß an selbsterzeugter muskelbetriebener Mobilität und der Vermittlung von grundlegenden motorischen Fähigkeiten. Diese waren früher selbstverständlich, sind aber heute nach stundenlanger Bewegungslosigkeit vor dem Fernseher oder dem Computerspiel und dann auch noch beim Autotransport in die Schule und zurück, oft nicht mehr gegeben.

Als Pilotprojekt vorgeschlagen wird die am besten bewährte Maßnahme, der „Bus mit Füßen“ an Grundschulen. Die Schulwege der Kinder werden analysiert. Kinder, die in räumlich abgrenzbaren Gebieten in der Nähe wohnen, treffen sich, ohne größere Gefahrenstel-

len passieren zu müssen, wohnortnah an einer „Haltestelle“ des Busses mit Füßen. Von dort begleiten sie anfangs erfahrene MobilitätspädagogInnen, später ehrenamtlich Eltern auf dem Weg in die Schule und bringen ihnen dabei die wichtigsten Grundregeln verkehrssicheren Verhaltens auf dem Schulweg bei.

Die Aktion muss mit den im Lehrplan vorgesehenen Inhalten der Verkehrserziehung und den übrigen Angeboten an den Schulen verzahnt und aufeinander abgestimmt sein. Sie muss im Unterricht vor- und nachbereitet werden. Der Erfolg hängt neben der professionellen Einführung durch die MobilitätspädagogInnen entscheidend von der Kooperationsbereitschaft der Schule/Schulleitung, des Verkehrslehrers und der Elternschaft ab.

Die Kosten für ein Pilotprojekt werden auf etwa 10.000 Euro geschätzt. Die Finanzierung ist durch den Klimaschutzbeschluss bereits gesichert.

Zusätzliche Kosten: 0,-- Euro

2.6. Integration Klimaschutzkonzept und Elektromobilität

Grundsätzlich bietet GARCHINGmobil alle Möglichkeiten, bestehende, geplante oder auch künftige Aktivitäten im Themenbereich Klimaschutz und Mobilität oder auch innovativer Konzepte und Technologien, wie der Elektromobilität, zu integrieren. Über die dargestellten Kommunikationsplattformen kann beispielsweise über Elektromobilität informiert, können Produkte beworben und kann zu Veranstaltungen eingeladen werden. Auch können entsprechende Aktivitäten und Produkte zusammen mit konkreten Maßnahmen z. B. in Unternehmen integriert werden.

Nachdem in den nächsten Wochen in der Tiefgarage des Rathauses der Stadt Garching eine E-Tankstelle aufgestellt ist, wird im Sommer 2011 ein elektrisch betriebenes kommunales Nutzfahrzeug für den städtischen Bauhof, finanziert aus Werbung durch Privatfirmen, angeschafft. Dies sind wichtige Schritte, um auch in Garching die Elektromobilität verstärkt den Bürgern nahe zu bringen. Hier hat die Stadt Garching auch eine wichtige Vorbildfunktion zu erfüllen.

Zusätzliche Kosten: 0,-- Euro

3. Nutzen

Die verkehrliche Wirkung des Direkt- und Dialogmarketings ist sehr gut untersucht. Die Stadt München hat gemeinsam mit der MVG bereits 2006 ihr erstes Pilotprojekt anhand einer Testgruppe von 5.000 Neubürgern aufwendig von einem anerkannten externen unabhängigen Wissenschaftler untersuchen lassen. Wie unter 2.3 (Absatz 2) dargestellt, hat sich der ÖPNV-Anteil signifikant erhöht. Daraus lassen sich die Wirkungen für Garching wie folgt grob abschätzen:

- Reduktion Pkw-km: 7 Mio.
- Reduktion volkswirtschaftliche Folgekosten: 1,4 Mio. Euro (v.a. Einsparung von Betriebskosten für die private Nutzung von Pkws)
- Reduktion CO₂: 1.000 Tonnen jährlich

Die verkehrliche Wirkung des ersten Münchner Bus mit Füßen an der Grundschule an der Rothbuschenstraße in München-Harlaching wurde im Rahmen des Projektes MOBINET bereits 2001 von der TU München untersucht: 20 Prozent der Kinder, die sonst mit dem Auto gebracht wurden, gingen durch die Aktion zu Fuß. Sie hatten Bewegung an der frischen Luft, wurden schnell selbständig und sicher auf dem Weg in die Schule und konnten bereits ihrem Drang zur sozialen Kommunikation nachgeben. Die Konzentration im Unterricht wurde dadurch deutlich gesteigert. Die Verkehrssituation vor der Schule wurde durch die Reduktion des „Kinderanlieferverkehrs“, deutlich entspannt.

Der Nutzen des betrieblichen Mobilitätsmanagements kann nicht generalisiert werden. Beispiele zeigen Reduktionen des Pkw-Berufspendelverkehrs durch die Beschäftigten von bis zu 20 Prozent. Manche Beispiele sind aber auch ohne Wirkung. Die Wirkung hängt entscheidend von der spezifischen Problemlage des Standorts und des Unternehmens, der Kooperationsbereitschaft von Unternehmensleitung und Belegschaft und möglichen Maßnahmen ab. Daher sind eine sorgfältige Auswahl der Pilotunternehmen und eine grundlegende Voruntersuchung so wichtig. Letztlich ist aber davon auszugehen, dass Unternehmen, die sich entschlossen haben, eine betriebliche Mobilitätsberatung durchzuführen, auch vom Nutzen überzeugt sind und sich entsprechend engagieren.

Sollte sich die Stadt Garching entschließen, die Kampagne „**GARCHINGmobil**“ umzusetzen, ist die Wahrscheinlichkeit zudem hoch, dass über kurz oder lang Forschungsinstitutionen auf den innovativen und vorbildlichen Garchinger Weg aufmerksam werden und die Aktivitäten im Rahmen von Forschungsprojekten untersuchen wollen. Dies bringt in der Regel Fördersätze für Maßnahmen von 50 bis 70 Prozent (EU-Ebene), wertvolles kostenloses Knowhow und internationale Vergleiche sowie hohes Prestige, das im Standortwettbewerb wertvoll eingesetzt werden kann. Die Stadt München ist momentan an drei EU-Projekten beteiligt, verbunden mit zusätzlichen Mitteln in Höhe von rund 500.000 Euro.

4. Kosten

Zur Realisierung der vorstehend vorgeschlagenen Mobilitätsmaßnahmen fallen im Jahr 2011 Kosten in Höhe von maximal 126.000 Euro an. Davon sind 52.500 Euro bereits durch den Klimaschutzbeschluss (vom 8.7.2010) vorgesehen. Der Differenzbetrag von 73.500 Euro müsste noch im Haushalt 2011 bereitgestellt werden. Ansonsten können die vorgesehenen Maßnahmen

- a) Koordination des Arbeitsprozesses durch externen Dienstleister (2.1.)
- b) Entwicklung einer Dachmarke, z. Bsp. „GARCHINGmobil“ (2.2.1.)
- c) Direkt- und Dialogmarketing (2.3.)

nicht bzw. nicht in dem beabsichtigten Maß umgesetzt werden (vgl. nachfolgende Tabelle):

Maßnahmen 2011	Kosten 2011	Klimaschutzprogramm	GARCHINGmobil
Koordination	12.500		12.500
Entwicklung des Logos	1.000		1.000
Mobilitätsportal und sonstige Öffentlichkeitsarbeit	10.000	10.000 (von 21.000)	
Klimaschutztag	12.500	12.500 (von 25.000)	
Direkt- und Dialogmarketing	60.000		60.000
Betriebliche Mobilitätsberatung	20.000	20.000 komplett	
Mobilitätsbildung und Verkehrserziehung	10.000	10.000 komplett	
Gesamt	126.000	52.500	73.500

Jahr 2012: Dadurch, dass das Direkt- und Dialogmarketing nur alle 2 Jahre durchgeführt wird und in den Zwischenjahren nur eine Basisbetreuung angeboten wird, sowie dadurch, dass alle anderen Projekte zunächst Pilotcharakter haben, verringern sich die Kosten im Jahr 2012 auf 22.500 Euro:

Maßnahmen 2012	Kosten 2012	Klimaschutzprogramm	GARCHINGmobil
Koordination	12.500		12.500
Direkt- und Dialogmarketing	10.000		10.000
Gesamt	22.500		22.500

Im Jahr 2013 entstehen zusätzliche Kosten in Höhe von 72.500 Euro:

Maßnahmen 2013	Kosten 2013	Klimaschutzprogramm	GARCHINGmobil
Koordination	12.500		12.500
Klimaschutztag	2.500	2.500 (von 5.000)	
Direkt- und Dialogmarketing	60.000		60.000
Gesamt	75.000	2.500	72.500

Im Jahr 2014 entstehen Kosten in Höhe von 22.500 Euro:

Maßnahmen	Kosten 2014	Klimaschutzprogramm	GARCHINGmobil
Koordination	12.500		12.500
Direkt- und Dialogmarketing	10.000		10.000
Gesamt	22.500		22.500

Sollten die Pilotprojekte erfolgreich verlaufen und sich daraus erfolgversprechende Folgeprojekte und dauerhaft durchzuführende Maßnahmen entwickeln, wird der Stadtrat dazu in Fortschreibung des vorliegenden Konzepts erneut befasst, sowie die Kostenplanung und die Finanzierung gegebenenfalls angepasst. Bei den Kostenaufstellungen der Jahre 2011 bis 2014 blieben Refinanzierungsmaßnahmen bzw. sonstige Förderungstöpfe (EU-Mittel) unberücksichtigt.

II. Beschlussantrag:

1. Der Stadtrat beschließt das Garchinger Mobilitätsmanagementprogramm „GARCHINGmobil“ für die Stadt Garching in der vorliegenden Fassung als Arbeitsgrundlage für die weiteren Aktivitäten im Mobilitätsmanagement. Die Stadt Garching strebt an, die darin formulierten Ziele möglichst umfassend zu erreichen und die Maßnahmen umzusetzen.
2. Zur Umsetzung der dargestellten Maßnahmen werden in den Jahren 2011 bis 2014 zusätzlich bereitgestellt:
 - a) 2011: 73.500 Euro
 - b) 2012: 22.500 Euro
 - c) 2013: 72.500 Euro
 - d) 2014: 22.500 Euro.
 Danach wird über eine Fortschreibung entschieden.
3. Nach Ablauf von 3 Jahren wird dem Stadtrat über den Erfolg des Mobilitätsmanagementprogramms berichtet.
4. Die Verwaltung wird beauftragt, gemäß Ziffer 4. des Sachvortrags (letzter Satz) nach zusätzlichen Fördermitteln zu suchen.

III. Verteiler:

Beschlussvorlage

zugestellt

