



# DENKANSTÖSSE FÜR ALTERNATIVE MOBILITÄTSRESSOURCEN DER BABYBOOMER

Synthesebericht

Christina Knorr, Constanze Heydkamp

Institut für Sport- und Bewegungswissenschaft, Lehrstuhl  
Sport- und Gesundheitswissenschaften I  
[www.inspo.uni-stuttgart.de](http://www.inspo.uni-stuttgart.de)

Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement  
[www.iat.uni-stuttgart.de](http://www.iat.uni-stuttgart.de)

Dieser Bericht entstand im Namen des Projektkonsortiums  
des Future City Lab\_ Reallabor für Nachhaltige  
Mobilitätskultur der Universität Stuttgart

Gefördert durch das Ministerium für Wissenschaft,  
Forschung und Kunst Baden-Württemberg

Zusätzlich gefördert durch  
das Umweltbundesamt



<b>1</b>	<b>HINTERGRUND UND ZIEL DIESES BERICHTS .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>WARUM SETZEN WIR UNS MIT DER NACHHALTIGEN MOBILITÄT AUSEINANDER? .....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>METHODISCHE VORGEHENSWEISE .....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>ERGEBNISSE DER UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>10</b>
4.1	Einfluss von Einstellungen, Gewohnheiten und Absichten auf das Aktivitätsverhalten.....	11
4.2	Ansätze für Verhaltensveränderungen aus der Befragung .....	12
<b>5</b>	<b>DENKANSTÖßE FÜR ALTERNATIVE MOBILITÄTSRESSOURCEN .....</b>	<b>15</b>
5.1	Denkanstöße für Nutzer*innen.....	16
5.2	Denkanstöße für Kommunen, Land und Bund...	18
5.3	Denkanstöße für Betreiber und Anbieter*innen von Mobilitätsangeboten.....	20
5.4	Denkanstöße für Arbeitgeber*innen.....	23
5.5	Denkanstöße für andere Akteure.....	25
<b>6</b>	<b>FAZIT.....</b>	<b>26</b>
<b>7</b>	<b>LITERATUR .....</b>	<b>28</b>



## 1 Hintergrund und Ziel dieses Berichts

---

Das **Future City\_Lab - Reallabor für nachhaltige Mobilitätskultur** (RNM) macht die kulturelle Dimension der nachhaltigen Mobilität zum Thema. Hier arbeiten Wissenschaft, Verwaltung, Unternehmen und die Bürgerschaft gemeinsam daran, eine Mobilitätskultur zu entwickeln, die nicht nur Ressourcen schont, sondern auch Gesundheit und körperliche Bewegung unterstützt, sozialen Austausch fördert und in Stadt und Region neue Lebens- und Aufenthaltsqualitäten schafft. Das Projekt dient als Zukunftslabor und kooperative Plattform. Es bündelt erzeugtes Wissen, macht es zugänglich und diskutierbar.

Mit dem vorliegenden Synthesebericht möchten wir auf die Frage eingehen: Was müsste sich ändern, dass mehr nachhaltige Mobilitätsformen durch die Nutzergruppe „Generation Babyboomer“ genutzt werden? Unser Ziel ist es, **praxisnahe und umsetzungsfokussierte Denkanstöße zu alternativen Mobilitätsressourcen** zu geben. Dafür werden die Ergebnisse zweier Mobilitätsuntersuchungen ausgewertet und die Projektergebnisse der RNM-Projektpartner INSPÖ und IAT aus den Arbeitspaketen 1 und 2 des Projekts zusammengeführt.

## 2 Warum setzen wir uns mit der nachhaltigen Mobilität auseinander?

---

Dass **körperliche Aktivität** in allen Lebensphasen einen **gesundheitsfördernden Effekt** hat, ist unlängst bekannt. Diese betrifft sowohl die physische als auch die psychische Gesundheit. Vor dem Hintergrund dramatisch wachsender Anteile an übergewichtigen Personen in Deutschland und daraus resultierenden gesundheitlichen Folgen (Mensink et al., 2013) wird die Bedeutung der regelmäßigen körperlichen Bewegung deutlich. Vor allem im Alter aber ist der positive Einfluss eines körperlich aktiven Lebensstils besonders hervorzuheben. So begünstigt ein ausreichendes Maß an körperlicher Aktivität den Erhalt der körperlichen Funktionsfähigkeit, wirkt dem Muskelschwund entgegen, hat positive Einflüsse auf vorzeitiges Versterben sowie auf zahlreiche Erkrankungen wie Diabetes, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, einige Krebsarten und Depression (Reiner, Niermann, Jekauc & Woll, 2013; Vogel et al., 2009).



Wie viel körperliche Aktivität muss nun aber erbracht werden, um von diesen vielfältigen, positiven Effekten profitieren zu können? Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt Erwachsenen **pro Woche mindestens 150 Minuten moderat (z.B. flottes Spazierengehen) oder mindestens 75 Minuten intensiv (z.B. Radfahren oder Ballsportarten) körperlich aktiv** zu sein (WHO, 2010), um einen förderlichen Effekt auf die Gesundheit zu erzielen. Körperliche Aktivität bezieht sich aber nicht nur auf sportliche Tätigkeiten, die in der Freizeit ausgeführt werden. Sie ist auf vielfältige Weise in den Alltag zu integrieren. Z.B. bin ich auch körperlich aktiv, wenn ich mich im Haushalt betätige oder (kurze) Strecken wie etwa zum Bäcker zu Fuß oder mit dem Rad zurücklege. So begünstigt bereits diese moderate körperliche Aktivität unter anderem den Erhalt der körperlichen Funktionsfähigkeit im Alter (Vagetti et al., 2014), stärkt die Knochendichte (Vogel et al., 2009), hat positive Einflüsse auf vorzeitiges Versterben (Kelly et al., 2014) sowie auf zahlreiche Erkrankungen wie Diabetes Mellitus Typ 2, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, einige Krebsarten und Demenz (Reiner et al., 2013; Vogel et al., 2009). Man kann also zu einem aktiven Lebensstil beitragen, indem man **bewusst bewegungsreiche Tätigkeiten** ausübt. Die Auswahl des Verkehrsmittels spielt dabei eine wichtige Rolle.

Chaix et al. (2014) haben im Rahmen einer Untersuchung herausgefunden, dass wir z.B. 38 Prozent unserer täglichen Schritte bewältigen, während wir **Strecken von einem Ort A zu einem Ort B** zurücklegen. Gleichzeitig verbrauchen wir dabei einen großen Anteil unseres Kalorienumsatzes (31 Prozent) und erledigen andererseits ein Drittel der von der WHO empfohlenen wöchentlichen moderaten körperlichen Aktivität. Das bedeutet, dass die Wege, die wir täglich zurücklegen, einen großen Einfluss darauf haben, ob wir unsere wöchentlichen Bewegungsziele erreichen. Die Untersuchung zeigt außerdem, dass neben dem zu Fuß gehen und dem Radfahren auch das **Nutzen des öffentlichen Personennahverkehrs** (ÖV) im Vergleich zur Nutzung des motorisierten Individualverkehrs (MIV) mit einer höheren Schrittzahl, einem größeren Beitrag zur moderaten körperlichen Aktivität und einem höheren Kalorienverbrauch einhergeht. **Die Nutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbunds (Fuß, Fahrrad, ÖPNV) ist demnach nicht nur emissionsarm, sondern jeder von uns profitiert im Sinne der Gesundheit** von ihrer Nutzung. Der Umstieg auf nachhaltige Mobilitätsformen ist somit sowohl gesamtgesellschaftlich als auch auf individueller Ebene von großer Bedeutung. Aktive Mobilität



stellt in diesem Zusammenhang eine Unterform der körperlichen Aktivität dar und ist ein wichtiger Bestandteil der nachhaltigen Mobilität.

### 3 Methodische Vorgehensweise bei der Untersuchung

---

Um die körperliche Alltagsaktivität von Personen der Stadt und Region Stuttgart zu erfassen und auszuwerten, wählten wir für unsere Untersuchung die Generation der **Babyboomer** aus. Die Mitglieder dieser geburtenstarken Jahrgänge erblickten zwischen 1954 und 1969 das Licht der Welt (Statistisches Bundesamt, 2014). Sie weisen folgende zentrale Charakteristika auf: Erstens besitzt in dieser Gruppe ein höherer Anteil an Frauen einen Führerschein als dies in den vorangegangenen Generationen der Fall war. Zweitens handelt es sich um die erste Generation, die mit dem Auto als täglich verfügbares Verkehrsmittel aufgewachsen ist. Dies begünstigt die Wahrscheinlichkeit, dass eine starke **Gewohnheit** bzgl. der Autonutzung besteht und dass in Familien mindestens eine Person (länger) ein Auto fahren kann (Shergold, Lyons & Hubers, 2015). Drittens werden ab dem Jahr 2019 die Ersten dieser Alterskohorte vom Arbeitsleben in den Ruhestand wechseln. Mit dem Renteneintritt fallen dann jene Wege zwischen Wohnung und Arbeitsstätte weg und werden durch eine steigende Zahl von Freizeitwegen ersetzt (Siren & Haustein, 2016). Aufgrund der weitreichenden Umbrüche in dieser Lebensphase öffnet sich ein sogenanntes „**Gelegenheitsfenster**“ (window of opportunity) – eine Phase, in der Veränderungen des (Mobilitäts-)Verhaltens erleichtert werden können (Franke, 2001). Gewohnte Mobilitätsentscheidungen werden dann eher hinterfragt (Franke, 2001; Harms, Lanzendorf & Prillwitz, 2007) und so können Mobilitätsentscheidungen neu getroffen und **neue Gewohnheiten** jenseits der starken Auto-Orientierung entwickelt werden.

Dennoch handelt es sich auch bei dieser Kohorte um eine heterogene Gruppe, die unterschiedliche individuelle **Mobilitätsbedarfe** vereint. Zur Beschreibung dieser Unterschiede gibt es zahlreiche Ansätze, wie z.B. Lebensstilgruppen oder **Mobilitätskomforttypen** (Fraunhofer IAO 2015). Im folgenden Kasten werden die vier Typen, welche das Fraunhofer IAO im Rahmen des Projekts „Urbaner Mobilitätskomfort – Region Stuttgart“ entwickelt hat, in Kürze vorgestellt:



Die **Anspruchsvollen** schätzen zeitliche und räumliche Ungebundenheit, sowie Unabhängigkeit von anderen Personen. Durch ihre starke Gewohnheit, das Auto zu nutzen, sind sie hochgradig eingeschränkt in ihrer Verkehrsmittelwahl – nehmen das allerdings nicht negativ wahr. Körperliches Wohlbefinden und Selbstachtung spielen eine wichtige Rolle bei der Entscheidung für oder gegen ein Verkehrsmittel. Besonders aktive Mobilitätsformen nutzen sie fast ausschließlich in der Freizeit. An ihrem Wohnort haben sie häufig keine gute Anbindung an den ÖV.

Die **Relaxer** sind keine Freunde von aufwändiger Reiseorganisation. Einfach zu nutzende Mobilitätsoptionen sind ihnen am liebsten. Die Direktheit der Wege im Sinne von wenigen Umstiegen und geringe Orientierungsbarrieren sind wesentliche Motive für die Verkehrsmittelwahl der Gruppe. Obwohl sie nicht besonders experimentierfreudig sind, haben sie Erfahrungen in der Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel gesammelt und haben Zugang zu einer Vielzahl davon. Außerdem bieten ihre Wohnorte meist ein gutes Angebot, das sie in kurzer Distanz mit dem Fahrrad oder zu Fuß erreichen können. Sicherheit ist für sie ebenso wichtig, wie ihre körperliche Fitness aufrechtzuerhalten.

Das Hauptmotiv der **Eiligen** für die Wahl eines Verkehrsmittels ist der Zeitgewinn. Deshalb nutzen sie ihre Reisezeit gern produktiv und verbinden verschiedene Zwecke miteinander, um nicht mehrfach aufbrechen zu müssen. Die räumliche Bündelung von Zielen ist daher von Bedeutung, weil sie die Organisation vereinfacht. Wenn die Eiligen aktive Fortbewegungsformen nutzen, sehen sie darin eine Alternative zum Sportprogramm. Sie nutzen gleichermaßen Auto oder ÖV, fühlen sich aber am stärksten von allen Mobilitätskomforttypen in ihrer Entscheidungsfreiheit eingeschränkt. Dies ergibt sich u.a. aus finanziellen Gründen.

Die **Flexiblen** zeigen starke hedonistische Züge und genießen insbesondere die Möglichkeiten der Individualmobilität, da hier keine unnützen Wartezeiten aufkommen. Aufgrund ihrer mehrdimensionalen Anforderungen hinsichtlich Flexibilität und Entscheidungsfreiheit, nutzen sie eine Vielfalt an Mobilitätsangeboten, zu welchen sie auch einen guten Zugang am Wohnort haben. Körperlich aktive Formen der Fortbewegung nutzen sie weniger aus Fitness- oder Umweltgründen, sondern um ihrem Bewegungsdrang nachzukommen. Oftmals möchten sie kein eigenes Auto besitzen, um in der Verkehrsmittelwahl völlig uneingeschränkt zu sein.



Durch die Ausdifferenzierung von Nutzertypen oder Zielgruppen wird es möglich, Mobilitätsangebote auf die Bedarfe verschiedener Personen auszurichten. Soll dabei ein gewisses Ziel verfolgt werden, wie bspw. der **Umstieg auf nachhaltige Mobilitätsformen**, gilt es, die Nutzergruppen gezielt mit unterschiedlichen Maßnahmen zu adressieren. Dies geschieht mit Hilfe sogenannter **Anreize**.

Es gibt traditionelle Klassifizierungen von Anreizmodellen z.B. danach, ob die Motivation für eine Verhaltensveränderung extern oder intern generiert wird und danach, ob der Anreiz materieller oder immaterieller Natur ist. Zu den von extern motivierenden Anreizen zählen **ökonomische Anreize**, wie z.B. Zeit- und Geldersparnisse oder sogar ein Geldgewinn. Weitere Möglichkeiten sind bspw. Rabatte oder Gutscheine. Die immateriellen Anreize hingegen unterteilen sich in drei Unterbereiche: Erstens, **spielerische Anreize** (Gamification), die mit Spaß, Wettbewerb oder Spielmechanik, d.h. Ranglisten, Punktesystemen, locken. Zweitens, Anreize durch **Infrastrukturverbesserungen**, z.B. wenn ein physischer Zugang zu einem neuen Verkehrsmittel geschaffen wird, wenn das Design ansprechend gestaltet ist, oder wenn durch digitale Ergänzungen die Ticketbuchung oder die Informationsbereitstellung verbessert wird. Und drittens, Anreize, die das **Image** im Sinne der Umweltfreundlichkeit oder der Gesundheit aufgreifen und somit bestimmte Einstellungen und Werte der Zielgruppen ansprechen.

Unser Ziel ist es, im Rahmen dieses Syntheseberichts praxisnahe und umsetzungsfokussierte Denkanstöße zu alternativen Mobilitätsressourcen für die Generation der Babyboomer zu geben. Sie greifen unterschiedliche der zuvor genannten Anreize auf, werden von verschiedenen Akteuren angeboten und sprechen jeweils andere Zielgruppen an.

### **Untersuchungsdesign**

Durch das INSPO wurden zwei Mobilitätsanalysen durchgeführt, die als Grundlage für den vorliegenden Synthesebericht dienen: eine Befragung und eine Aktivitätsuntersuchung. Die nachfolgende Abbildung 1 **vergleicht die Stichproben der beiden Mobilitätsuntersuchungen**.

Um den tatsächlichen Einfluss der in Arbeitspaket 1 des Reallabors identifizierten **Determinanten** des Mobilitätsverhaltens (Reyer & Schlicht, 2015) auf die Alltagsaktivität der Babyboomer zu erfassen, wurden aus vier Mittel-

städten der Region Stuttgart (Ludwigsburg, Esslingen, Böblingen, Sindelfingen) insgesamt 5.704 Personen zufällig ausgewählt und um Teilnahme an einer **Online-Befragung** gebeten.



Abbildung 1. Stichprobenvergleich der zwei Mobilitätsanalysen (Fraunhofer IAO 2017)

Als theoretische Basis lag der Befragung die Theorie des geplanten Verhaltens zugrunde (Ajzen, 1991). Sie geht davon aus, dass Verhalten ausschließlich durch **rationale Entscheidungen** beeinflusst wird. Sie besagt außerdem, dass dem Verhalten **Verhaltensabsichten** vorausgehen. Diese werden beeinflusst durch Einstellungen, dem Gefühl, dass wichtige Sozialpartner ein bestimmtes Verhalten erwarten,



sowie die Wahrnehmung, die Situation unter der eigenen Kontrolle zu haben (Ajzen, 1991). Da es sich beim Mobilitätsverhalten oftmals um wiederholte Verhaltensweisen handelt, wurde auch das Konstrukt der **Gewohnheitsstärke** berücksichtigt. Die Online-Umfrage wurde im Zeitraum von Juli 2016 bis Januar 2017 durchgeführt und es nahmen 694 Personen teil.

Die Teilnehmer der Befragung wurden zudem darum gebeten, an einer umfassenden Untersuchung ihrer Alltagsaktivität teilzunehmen. Hierfür sollten sie eine Woche lang einen **Akzelerometer** (Beschleunigungssensor) tragen, der ihre gesamte körperliche Aktivität aufzeichnete. Ferner wurden sie gebeten, alle Wege, die sie in diesem Zeitraum zurücklegten, in einem **Wegetagebuch** festzuhalten. Auf diese Weise konnten Informationen wie Wegezweck bzw. -ziel, zurückgelegte Strecke und etwaige äußere Einflüsse erfasst werden. Wir betrachten hier nur die Wege, die zurückgelegt werden, um von A nach B zu gelangen. Gehen und Radfahren zur Erholung wie bspw. Gassi gehen, die Laufrunde oder Radtour fallen nicht unter den Begriff der aktiven Mobilität. Insgesamt konnte auf diese Weise das **Aktivitätsverhalten von 122** Personen aus der Generation der Babyboomer, die bereits auch an der Befragung teilgenommen hatten, ausführlich ausgewertet werden.

## 4 Ergebnisse der Untersuchung

---

Tabelle 1 zeigt eine Gegenüberstellung der Aktivitätsdaten, die in der vorliegenden Untersuchung ermittelt wurden und den Untersuchungen Mobilität in Deutschland (MiD) sowie dem Mobilitätspanel (MOP). Die Teilnehmer der Aktivitätsauswertung legten im Rahmen des RNM pro Tag zwar durchschnittlich etwas mehr Wege zurück, dafür sind sowohl die Gesamtlänge der Strecken mit 34,9 Kilometern als auch die durchschnittliche Länge der zurückgelegten Wege mit 8,1 Kilometern deutlich kürzer. Auch die durchschnittliche tägliche Unterwegszeit fällt im RNM mit 83 Minuten etwa 7-10 Minuten kürzer aus als in der MiD und dem MOP.



Tabelle 1. Gegenüberstellung der Aktivitätsdaten der MiD, des MOP und der RNM-Untersuchung (INSPO 2017)

		MiD 2008	MOP 2014	RNM 2017
Wege pro Person und Tag	Anzahl	3,5	3,4	4,0
Strecke pro Person und Tag	km	41	41,6	34,9
Unterwegszeit pro Person	min	90	93	83
durchschnittliche Wegelänge	km	11,8	12,3	8,1
<i>Modal Split - Basis km</i>				
Fuß		3	3	7
Fahrrad	%	3	4	10
MIV		78	69	65
ÖPNV		16	20	18

Die Tabelle 1 zeigt auch die Verteilung der zurückgelegten Kilometer auf die einzelnen Formen der Mobilität (Modal Split): Den Großteil der täglich zurückgelegten Strecke bewältigen die Probanden zwar mit dem Auto, doch im Vergleich zu den anderen Untersuchungen fällt der Anteil des Pkw am Modal Split in der RNM-Untersuchung deutlich geringer aus. Dafür sind die Probanden verhältnismäßig häufig mit Fuß und Fahrrad unterwegs.

Diese Unterschiede könnten auf eine Verzerrung der Stichprobe zurückzuführen sein. So wurden die Teilnehmer an der Aktivitätsuntersuchung nicht zufällig ausgewählt, sondern die Stichprobe bestand aus Menschen, die sich freiwillig gemeldet hatten. Die Vermutung liegt daher nahe, dass hauptsächlich Menschen beteiligt waren, die gerne aktiv sind und daher ein höheres Aktivitätslevel aufweisen.

#### **4.1 Einfluss von Einstellungen, Gewohnheiten und Absichten auf das Aktivitätsverhalten**

Dieser Teil der Auswertung zeigt Zusammenhänge zwischen unterschiedlichen Einstellungen, Absichten und Gewohnheiten, die in der Befragung erfasst wurden, mit dem, in der Aktivitätsuntersuchung analysierten, tatsächlichen Aktivitätsverhalten. Fasst man die Ergebnisse zusammen, verbringen die Teilnehmer der Aktivitätsuntersuchung mehr Zeit in nachhaltigen Verkehrsmitteln, die die Einstellung

vertreten, dass **jeder Einzelne einen Beitrag zum Umweltschutz** leisten kann oder soll. Außerdem sind diese Personen **zuversichtlich**, dass sie trotz Barrieren, die ihre eigene Person betreffen (wie bspw. Müdigkeit oder Zeitnot), stets Strecken zu Fuß zurücklegen. Personen, die mehr Minuten nachhaltig unterwegs sind, haben zudem eine nur schwach oder gar nicht ausgeprägte **Absicht**, den motorisierten Individualverkehr zu nutzen und sie sind es **gewohnt**, mit dem ÖV zu fahren.

Der nachfolgende Kasten führt die vorangegangenen Erkenntnisse anhand einzelner Thesen auf:

- 🗨 Wenn ich denke, dass **jeder Einzelne** bspw. durch seine Verkehrsmittelwahl einen Beitrag zum Umweltschutz leisten kann, verbringe ich wöchentlich mehr Zeit in nachhaltigen Mobilitätsformen als im Auto.
- 🗨 Wenn ich überzeugt davon bin, dass ich mich trotz **persönlicher Barrieren**, wie z.B. Müdigkeit, Zeitnot, schicke Kleidung, leichter Schmerz, zum zu Fuß gehen motivieren kann, verbringe ich wöchentlich mehr Zeit in nachhaltigen Mobilitätsformen als im Auto.
- 🗨 Wenn ich mir **vornehme**, nachhaltige Mobilitätsformen zu nutzen, dann verbringe ich weniger Zeit im Auto.
- 🗨 Wenn ich die **Gewohnheit** besitze, die öffentlichen Verkehrsmittel zu nutzen, verbringe ich wesentlich mehr Zeit mit nachhaltigen Mobilitätsformen, als im Auto.

Diese Ergebnisse bestätigen, wenn wir Menschen zum Umstieg gewinnen wollen, müssen wir Gewohnheiten ändern, Absichten wecken und verdeutlichen, wie jeder Einzelne einen Beitrag zum Umweltschutz leisten kann.

#### 4.2 „wenn ..., dann würde ich nachhaltige Mobilitätsformen nutzen“ - Ansätze für Verhaltensveränderungen aus der Befragung

Wenn man mehr über die Bedarfe der Nutzer herausfinden möchte, lohnt es sich, zunächst diese Nutzer selbst zu fragen, welche Mobilitätsbedarfe sie haben. Zu diesem Zweck wurden in der durchgeführten Online-Befragung Faktoren erfasst, die aus Sicht der Nutzer verändert werden müssten, um nachhaltige Mobilitätsformen attraktiver zu

machen. Hierfür wurden sie gefragt, was sich ändern müsste, damit sie mit dem ÖV fahren, das Fahrrad nutzen oder zu Fuß gehen. Die in einem Freitext-Feld eingegebenen Antworten wurden separat für die öffentlichen Verkehrsmittel, das Fahrrad und das zu Fuß gehen erfasst und für die Auswertung zu Kategorien zusammengefasst.

Als bedeutendste Voraussetzung, dass die Teilnehmer Erledigungen zukünftig verstärkt mit den **öffentlichen Verkehrsmitteln** tätigen (siehe Abbildung 2), wurde die Verbesserung der Verbindungen genannt, d.h. Taktung, Vernetzung, Abstimmung, Querverbindungen, Schnellwege, bessere Netzanbindung des Wohn- bzw. Arbeitsorts oder anderer Ziele. Außerdem wurde angemerkt, dass der Preis sinken müsste.

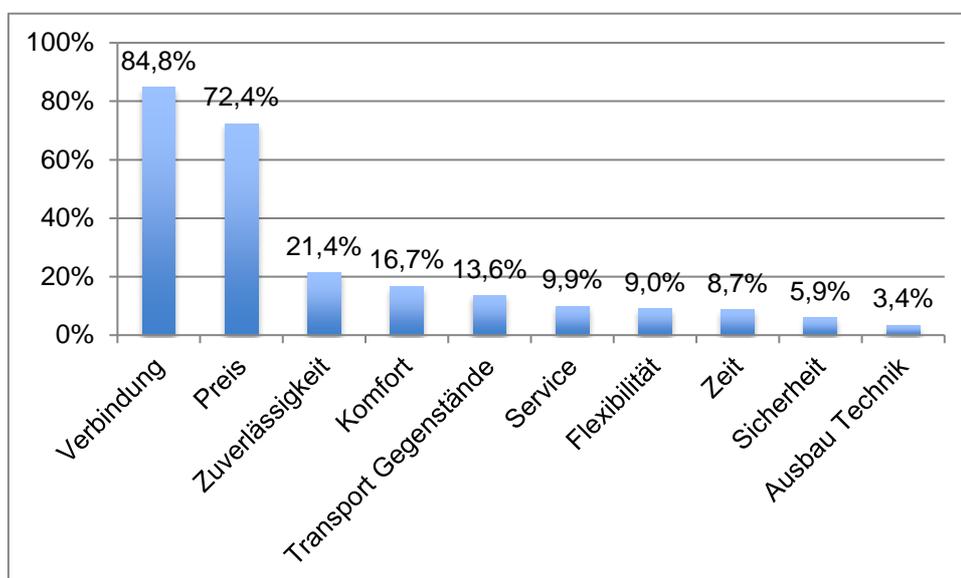


Abbildung 2. Durch die Online-Umfrage erfasste Veränderungsansätze für die öffentlichen Verkehrsmittel (INSPO 2017)

Hinter dem Begriff Komfort verstecken sich in Abbildung 2 u.a. mehr Sitzplätze, Vermeidung von Überfüllung, sanfteres Fahrverhalten und Sauberkeit. Unter Service fallen Aspekte wie die Freundlichkeit des Personals, Park&Ride Möglichkeiten, einfachere Ticketsysteme, eine Kennzeichnung der Umsteigemöglichkeiten, Entertainment und W-LAN. Ein weiterer Faktor ist die verbesserte Möglichkeit, Lasten, sperrige Gegenstände oder Fahrräder in den öffentlichen Verkehrsmitteln ohne Aufpreis transportieren zu können. In diesem Zusammenhang wurde von den Babyboomern der Wunsch nach einem Angebot geäußert, welches die Fahrt zum

Einkaufen mit dem ÖV ermöglicht, jedoch die eingekauften Waren nach Hause liefert. Mit dem Ausbau der Technik werden z.B. die Niederflurtechnik, Elektroantrieb, bargeldloses Bezahlen, Barrierefreiheit beschrieben.

In Abbildung 3 sind solche Faktoren zusammengefasst, welche die Befragten zum Umstieg auf das **Fahrrad** motivieren, um Erledigungen zu machen. Mit 26,3 Prozent wurde am häufigsten der Ausbau von Radwegen genannt. Dazu zählen eine stärkere Verbreitung, breitere und sichere Radwege, Trennung von Fußgängern und Radschnellwege. Die wahrgenommene Sicherheit, die durch vermehrte Rücksichtnahme der Autofahrer gewährleistet werden könnte, wird ebenfalls als aktuell bestehendes Hindernis erwähnt.

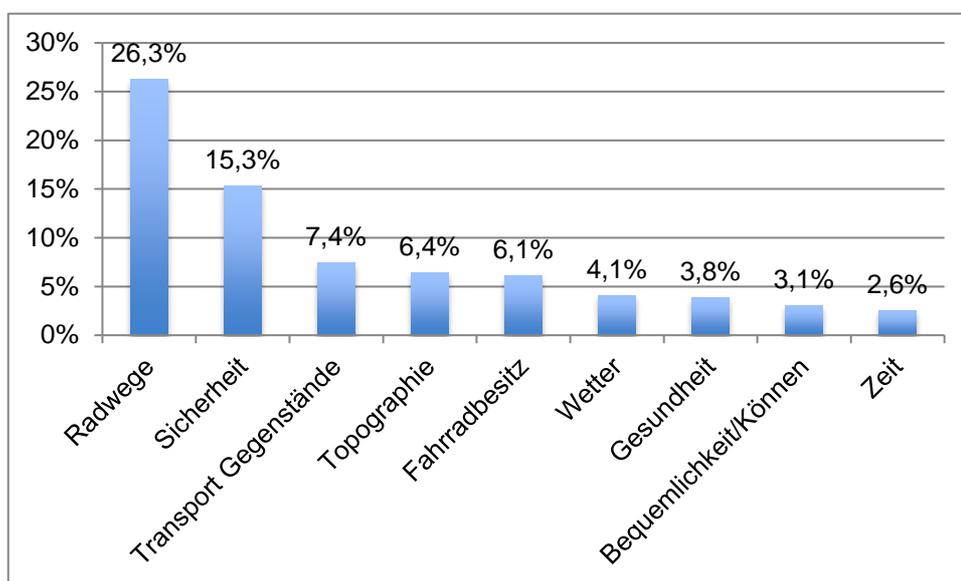


Abbildung 3. Durch die Online-Umfrage erfasste Veränderungsansätze für das Radfahren (INSPO 2017)

Zudem wird erneut die mangelnde Möglichkeit, schwere oder sperrige Gegenstände zu transportieren sowie das Rad in den **öffentlichen Verkehrsmitteln** ohne Aufpreis und ohne zeitliche Einschränkungen mitnehmen zu können als Hindernis wahrgenommen. Nicht zuletzt fühlen sich einige Teilnehmer gesundheitlich bzw. aufgrund unzureichender Fähigkeiten nicht in der Lage, das Rad zu nutzen.

Was sich ändern müsste, damit die Befragten ihre Erledigungen zu Fuß machen, zeigt Abbildung 4. Mit 23,2 Prozent wurde am häufigsten die Entfernung zu Zielen genannt. Auch hier spielte der Transport schwerer oder sperriger Lasten eine Rolle. Neben einem gesteigerten Sicherheitsempfinden vor Kriminalität sowie besseren Möglichkeiten, Straßen

gefahrlos überqueren zu können wurde ein erhöhter Komfort auf den Gehwegen in Form von Sitzmöglichkeiten, Toiletten, Schalldämmung, Beleuchtung, keine Stolperfallen von den Befragten genannt. Auch die ästhetische Gestaltung der Umwelt war in diesem Kontext von Bedeutung für die Teilnehmer der Online-Befragung.

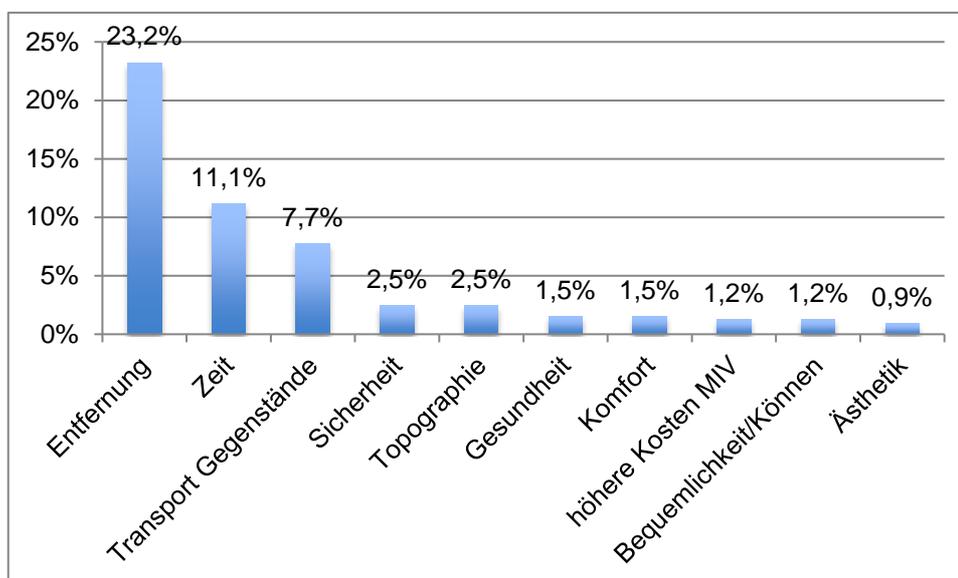


Abbildung 4. Durch die Online-Umfrage erfasste Veränderungsansätze für das zu Fuß gehen (INSPO 2017)

Darüber hinaus müssten Park- oder Spritkosten steigen und begrenzte Einfahrbereiche für Autos in Städte ausgeweitet werden. Nur so könnten Bequemlichkeiten abgelegt werden.

## 5 Denkanstöße für alternative Mobilitätsressourcen

Das nachfolgende Kapitel enthält Denkanstöße für die Nutzung von alternativen Mobilitätsressourcen zum privaten Pkw mit Verbrennungsmotor. Dabei orientieren wir uns an bereits bestehenden Lösungen weltweit vor allem im Kontext des Umweltverbunds (öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad und Fuß) und richten uns mit diesen Ideen an unterschiedliche Zielgruppen: [Nutzer\\*innen](#), [Kommunen, Land und Bund](#), [Betreiber und Mobilitätsanbieter](#), [Arbeitgeber\\*innen](#) und [weitere relevante Akteure](#), wie z.B. Versicherer. Die Generation der Babyboomer behalten wir dabei stets im Hinterkopf.



## 5.1 Denkanstöße für Nutzer\*innen

Nicht zuletzt, liegt der Mobilitätswandel an den Nutzer\*innen. Ein Großteil der Verhaltensänderung beginnt bereits beim Bilden einer Intention: Will ich wegen der Umwelt, aus Kostengründen oder für eine bessere Gesundheit mein Mobilitätsverhalten ändern oder anderen dabei helfen? Bezogen auf die Zielgruppen des RNM haben wir einige Denkanstöße ausgewählt, die z.B. bereits in jungen Jahren ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten fördern. Denn häufig fühlen sich Eltern und Großeltern zu nachhaltigem Verhalten verpflichtet, wenn ihre Kinder und Enkelkinder sie dazu motivieren.

\* Seien Sie Ihre eigene Buslinie! Junge Menschen sollen schon früh an die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel herangeführt werden. Der Bus auf Beinen (BaB) oder auch „Walking Bus“ ist ein wunderbares Beispiel hierfür, das in Deutschland u.a. in Köln und Ludwigsburg umgesetzt wird: Grundschulkindern treffen sich an einer offiziellen BaB-Haltestelle. Pünktlich nach Fahrplan werden sie vom BaB abgeholt und machen sich auf den Weg... zu Fuß! Die Kinder sind körperlich aktiv und empfinden Spaß beim gemeinsamen Schulweg. Gleichzeitig werden Eltern entlastet, weil sie sich für die Begleitung der Kinder abwechseln können. Eine Möglichkeit für die Babyboomer nach Eintritt in die Rente regelmäßig aktiv zu sein und gleichzeitig etwas Gutes zu tun, ergibt sich z.B. über „Busfahrer“-Patenschaften für den BaB.

\* Auf Kinderfüßen klimafreundlich durch die Welt! Schon bei Kindergarten- und Schulkindern sollte das Bewusstsein für klimafreundliche Mobilität geweckt werden. In Aktionswochen zählen die Kinder europaweit ihre „Grünen Meilen“ für das Weltklima, also alle Wege, die sie zu Fuß, mit dem Fahrrad, öffentlichen Verkehrsmitteln, Inlinern oder anderen klimafreundlichen Fortbewegungsformen zurücklegen. Am Jahresende werden die grünen Meilen aller Kinder in Europa zusammengezählt und den Teilnehmern der UN-Klimakonferenz übergeben. Mit diesem spielerischen Anreiz soll dem Trend entgegengewirkt werden, dass Eltern ihre Kinder immer häufiger mit dem Auto zur Schule fahren, was ein Sicherheitsrisiko direkt vor der Schule bedeutet und die Selbstständigkeit der Kinder einschränkt. Neben der intrinsischen Überzeugung und der Ehre gibt es leider keine weiteren Anreize zum Mitmachen. Auch Hol- und Bringzonen werden immer häufiger vor Schulen installiert, um



den Kindern zumindest die letzten Meter zu Fuß zu ermöglichen. Um hier Sicherheit zu wahren, hat der ADAC einen Leitfaden entwickelt. Sichere Schulwege zeigen z.B. die „gelben Füße“ an.

\* Insbesondere für Ältere oder körperlich Eingeschränkte stellt das Auto häufig die einzige Möglichkeit der selbstbestimmten Mobilität dar. Die am Reallabor beteiligte Bürger-Rikscha in Vaihingen hat gezeigt, dass sie das Selbstvertrauen der Nutzer\*innen in eigene Mobilitätsfähigkeiten stärkt und es ermöglicht, im Alter auch ohne Pkw mobil zu sein. Ein weiteres interessantes Angebot sind Tandem-Fahrten mit dem Rad, durch welche Blinden und sehbehinderten Menschen das Fahrradfahren ermöglicht wird.

\* Aufmerksam machen auf gefährliche Situationen! Für die befragten Babyboomer war das Sicherheitsempfinden mit 15,3 % ein wesentlicher Faktor, der gegen die Nutzung des Fahrrads in Stuttgart spricht. Für mehr Sicherheit für Radfahrer im Straßenverkehr sorgen spezielle Fahrradlampen, die rechts und links des Rads einen Lichtstreifen projizieren, der die Abstandsbreite markiert, die andere Verkehrsteilnehmer einhalten sollen. Außerdem gibt es intelligente Fahrradklingeln, die zur GPS-Ortung des Fahrrads dienen, falls es einmal abhandenkommt. Nicht zuletzt gibt es Kurse für Radfahrer, bei welchen die geltenden Verkehrsregeln erstmals gelernt oder wieder aufgefrischt werden können, z.B. vom Bürgerverein Zuffenhausen. Das reduziert Unsicherheiten im Straßenverkehr. Ein spannendes Beispiel ist in diesem Kontext die Mobilitätsschule, bei der neben den klassischen Fahrschule Themen zum Pkw auch andere Mobilitätsformen und alternative Angebote zum Zuge kommen.

\* Mehr als nur „Bahnhof“ verstehen! Für Ältere oder in ihrer körperlichen Mobilität eingeschränkte Menschen ist die Organisation einer Reise mit den Öffentlichen oft eine Hürde: Komplizierte Ticketsysteme, die Bedienung der Touchscreens, Barrierefreiheit? Ehrenamtliche Patenmodelle helfen dabei, gezielt bei ersten Fahrten mit Rat und Tat beiseite zu stehen, bis sie sich sicher im Umgang mit den öffentlichen Verkehrsmitteln fühlen und ihr Wissen an Freunde und Bekannte weitergeben sowie diese beim Umstieg auf Bus und Bahn unterstützen können. Eine besondere Chance für die Babyboomer ergibt sich, indem das Gelegenheitsfenster für den Umstieg genutzt wird und die Generation als Multiplikatoren dient.

\* Wer keinen eigenen Zugang zu einem Pkw oder einem Pedelec hat, der kann möglicherweise ein hausinternes Sharing-



Fahrzeug anschaffen. Das reduziert Kosten und die benötigte Parkfläche. Eine gute Buchungsplattform und klare Spielregeln sind allerdings zwingend notwendig für das Funktionieren dieser Idee. So erfreuen sich etwa Apps für privates Car-Sharing steigender Beliebtheit und sind auch für den ländlichen Raum, wo kommerzielle Car-Sharing-Angebote bisher noch eher rar gesät sind, eine gute Option. Für die Generation der Babyboomer lohnt es sich z.B. Zweitwagen abzuschaffen, private Parkplätze unterzuvermieten oder geteilte Fahrten als Nachbarschaftsdienst anzubieten bzw. wahrzunehmen.

## 5.2 Denkanstöße für Kommunen, Land und Bund

Nachhaltige Mobilität bedeutet nicht nur CO<sub>2</sub>-Einsparungen, sondern hat auch positive Auswirkungen auf die Gesundheit der Menschen, worauf das Reallabor für nachhaltige Mobilitätskultur großen Wert legt. Insbesondere die Verkehrsmittel des Umweltverbunds fördern aktive Bewegung im Alltag, die sich positiv auf Körper und Geist auswirkt. Dabei können bereits kleine Anreize helfen, eine nachhaltige Fortbewegungsform attraktiver zu gestalten – nicht immer müssen große Infrastrukturmaßnahmen am Beginn stehen. Nachfolgend ein paar Gedankenanstöße in diesem Zusammenhang, die nicht nur für die Generation der Babyboomer relevant sind:

- \* Nachhaltige Mobilitätsangebote von Tür zu Tür aus einer Hand! Im Landkreis Hameln-Pyrmont schließen sich die Kommune und der lokale Mobilitätsanbieter zusammen, um ein neues Angebot für ihre Kunden zu schaffen: Bei der MobilCard gibt es für 15 EUR Aufpreis monatlich zum Monatsticket für Bus und Bahn ein Pedelec hinzu, das selbstverständlich auch für alle privaten Fahrten im Alltag genutzt werden kann. Damit wird nicht nur die Anschlussmobilität gesichert und Mobilität als Dienstleistung verstanden, sondern mehr und mehr Fahrten werden vollständig mit dem Pedelec überwunden, z.B. auch bei geringen Taktzeiten im eher ländlich geprägten Raum. Gerade wenn das Vertrauen in die eigene Fitness nicht (mehr) vorhanden ist, ermutigen Pedelecs zu aktiver Mobilität. Anreize sind hier sowohl im finanziellen Kontext zu sehen, als auch durch mehr zeitliche und örtliche Flexibilität und Selbstbestimmung.
- \* Lästige Wartezeiten sinnvoll nutzen! Die Bündelung von Angeboten an zentralen Knotenpunkten, wie z.B. S-Bahn Hal-



testellen schafft einen enormen Mehrwert für die Nutzer\*innen. Wartezeiten können sinnvoll verbracht werden und man muss nicht zweimal aufbrechen, um etwas zu erledigen. Neben heute weit verbreiteten Angeboten wie Bankautomaten, Shops und Dienstleistungen wie Reinigungen etc. könnten zukünftig bspw. auch Bürger-Service-Terminals des Rathauses integriert werden, an welchen Unterlagen eingereicht und vertrauliche Dokumente 24-7 abgeholt werden können.

\* Eine fahrradfreundliche Stadt bietet mehr als nur Radwege! Sogenannte Fahrrad-Service-Stationen verbinden z.B. bewachtes Parken mit Wartung, Reparatur und Pflege auf Wunsch. Werkzeug für dringende Reparaturen und eine Möglichkeit zum kostenlosen Aufpumpen gibt es darüber hinaus an Fahrrad-Reparaturstationen mittlerweile von zahlreichen Anbietern. Diese befinden sich häufig an Knotenpunkten von Radstrecken oder öffentlichen Plätzen. Außerdem werden regelmäßige Radl-Sicherheitschecks vor allem für Vielfahrer empfohlen. Die „Radlhauptstadt München“ bietet diese kostenlos an. Weitere spannende Denkanstöße liefern die intelligenten Ampeln in den Niederlanden, die bei Regen eine Grüne Welle für Radfahrer ermöglichen, oder der Streu- und Räumdienst in Kopenhagen, der Fuß- und Radwege im Winter zuerst bedient. Außerdem wird häufig die Topographie in Stuttgart dafür verantwortlich gemacht, dass das Radfahren sich keiner größeren Beliebtheit erfreut. Fahrradaufzüge könnten hier Abhilfe verschaffen, wie die „Trampe“ in Trondheim (Norwegen) zeigt. Derartige Anreize kommen nicht nur den Babyboomern zugute, sondern Radfahrern aller Generationen.

\* Auf den Geschmack kommen! Das kann man nur, wenn man mindestens einmal von etwas gekostet hat. Wer noch nie einen steilen Berg mit dem Pedelec bezwungen, das Fahrzeug hochgehoben oder eigenständig „getankt“ hat, der urteilt schnell. Daher ist das unverbindliche und einfache Ausprobieren von alternativen Mobilitätsoptionen wichtig zur Generierung von Erfahrungswissen. Bei einer Stadttour auf dem Pedelec, einem Lastenrad-Parcours bei einer Veranstaltung (wie z.B. im Rahmen des World Mobility Forums in Stuttgart) oder durch Initiativen wie das Freie Lastenrad Stuttgart oder Max und Moritz in Augsburg, gibt es in Stuttgart und anderen deutschen Städten schon zahlreiche Möglichkeiten, Pedelecs auszuprobieren. Diese zu fördern, bekannt zu machen und zu vermehren, gilt es im Sinne eines urbanen Labors für nachhaltige Mobilitätskultur.



\* Rücksicht im Straßenverkehr! Wenn es nicht ausreichend Straßenraum für die Erfüllung der Bedarfe aller Verkehrsteilnehmer\*innen gibt, dann muss man sich die Straße teilen. Ein gegenseitiges Verständnis kann bspw. auf der Ebene der Sicherheit erlangt werden. Hier könnten Denkanstöße aus der Guerilla-Rad-Szene aufgegriffen und diese temporär im Sinne einer Aufmerksamkeitskampagne auf den lokalen Kontext angepasst werden: „ich parke auf einem Fahrradweg“-Flyer als Vorstufe zum Strafzettel oder temporäre Abgrenzungen der Fuß- und Radwege von der Straße durch Blumentöpfe, Pümpel, Pylonen oder gar Menschenketten.

\* Stressfreie Fußwege! Wer zu Fuß, mit dem Rad, dem Kinderwagen, einem Rollator oder einem Bollerwagen nachhaltig unterwegs ist, stößt auf Hindernisse – das gilt nicht nur für die Babyboomer. Durch intelligente Fußgängerampeln, die per Sensor erkennen, wenn jemand etwas länger zum Überqueren der Straße braucht, innovative temporäre Querungsmöglichkeiten zu bestimmten Tageszeiten oder bei Events und Barrierefreiheit, z.B. durch abgesenkte Bordsteine, können Gehwege für unterschiedliche Zielgruppen optimiert werden. Auch die Ästhetik spielt bei der Attraktivität von Fußwegen eine Rolle und gilt demnach als Anreiz: Urbane Begrünung zur Erhöhung des Wohlfühlfaktors einer Strecke, die Verwendung natürlicher und lärmreduzierender Materialien und Verweilmöglichkeiten durch Pop-Up Möbel mit Beschattung oder Regenschutz sind hier beispielhaft zu nennen. Die Bewirtschaftung öffentlicher Grünflächen, die Fußwege direkt tangieren, wird u.a. in Andernach thematisiert. Hier werden verzehrbare Pflanzen auf öffentlichen Flächen durch die Stadt angepflanzt, die von jedermann geerntet werden dürfen. Maurice Maggi's Blumengraffiti geht das Thema „essbare Stadt“ von bottom-up an. Die Bedeutung von städtischen Parks und Wäldern ist darüber hinaus nicht zu unterschätzen als urbane Orte der Naherholung. Aber auch die Nutzungskultur, wie z.B. das Aufzeigen von Rotverstößen (siehe Virtual Crash Billboard Paris), ist hierbei von Bedeutung und kann in Projekten durch Kommune, Land oder Bund adressiert werden.

### **5.3 Denkanstöße für Betreiber und Anbieter\*innen von Mobilitätsangeboten**

Auch die Betreiber und Mobilitätsanbieter können ihren Teil dazu beitragen, dass sich mehr Menschen häufiger für



nachhaltige Fortbewegungsformen entscheiden. Neben vermehrten Angeboten und niedrigeren Preisen – die von den Nutzer\*innen häufig gewünscht werden (s. auch S. 13, Abbildung 2) – gibt es eine Reihe weiterer Ansatzpunkte, welche das wahrgenommene Angebot verbessern. Eine Auswahl an Ideen wird im Folgenden vorgestellt.

\* **Smarte und bedarfsgerechte Ausstattung der Verkehrsmittel!** Neben einer höheren Taktung der S-Bahnen, um mehr Flexibilität und auch zu Stoßzeiten eine erträgliche Fahrt zu ermöglichen, rücken zukünftig möglicherweise flexiblere Innenausstattungen von Bussen und Bahnen in den Fokus. Gerade in der Rush-Hour wird die Privatsphäre in den öffentlichen Verkehrsmitteln als eingeschränkt wahrgenommen. Statt durchgehend platzeinnehmende Sessel zu verbauen, erhöhen Klappsitze und Absitzmöglichkeiten auf unterschiedlichen Höhen den Fahrkomfort. Eine ausgeklügelte Anordnung von Haltegriffen hilft dabei, sich im ganzen Wagen gut zu verteilen. Dabei sind Materialien gefragt, die sowohl im Sommer als auch im Winter nicht als schmierig, rutschig oder klebrig sondern hochwertig und natürlich empfunden werden. Eine S-Bahn in Holzoptik ist z.B. in der Lage, ein ganz anderes Image zu vermitteln, als die heutige Innenausstattung. Gut für die Generation der Babyboomer nach Eintritt in das Rentenalter ist, dass sie gezielt außerhalb der Rush-Hour die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen können. Die stärkere Bewerbung des 9-Uhr-Tickets in Stuttgart und die Kombination mit entsprechenden Anreizen für diese spezielle Zielgruppe sind für die Babyboomer relevant.

\* **Lästige Wartezeiten sinnvoll nutzen!** Die Bündelung von Angeboten an zentralen Knotenpunkten, wie z.B. S-Bahn Haltestellen, schafft einen enormen Mehrwert für die Nutzer\*innen. Der DB OneStopShop zeigt, in welche Richtung es gehen kann. Ein weiteres interessantes Beispiel stammt aus Südkorea: Die Wartezeit wird hier mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden, indem es direkt auf dem Bahnsteig virtuelle Einkaufsregale gibt. Die Produkte, die man kaufen möchte, werden mit dem Smartphone abgescannt und dann direkt an eine Lieferstation an der Zielhaltestelle oder gar direkt nach Hause geliefert. Derartige Lösungen reduzieren die Notwendigkeit, schwere Lasten zu transportieren, was durch unsere Untersuchung als Hindernis für die Babyboomer bei der Fortbewegung zu Fuß oder mit dem Fahrrad genannt wurde.



\* Nutzungsbarrieren durch Orientierungshilfen abbauen! Für Ältere und besonders junge Zielgruppen ist eine Lösung zur besseren Orientierung bei der Busnutzung spannend. Dabei werden auf den Außendisplays nicht Busnummern angezeigt, die einerseits leicht zu verwechseln und andererseits aus der Ferne schlecht zu unterscheiden sind, sondern Bilder. Statt „ich fahre mit dem 763“ sagt man also „ich fahre mit der Blume“ oder „ich fahre mit der Brezel“. Das kann man sich doch viel besser merken! Ein idealer Ansatz, für Personen, die das Busfahren neu entdecken.

\* Welches Ticket ist das richtige für mich? Ein einfaches Bezahlsystem ist ein weiterer Anreizpunkt für mehr Bus- und Bahnfahrten. Dies kann z.B. durch Mobilitätskarten wie die KolibriCard in Schwäbisch Hall erreicht werden. Sie ermöglicht durch bargeldloses Zahlen und Gültigkeit in allen Gebieten des Verkehrsverbundes komfortable Mobilität. Fahrgäste halten beim Ein-, Aus- und Umsteigen einfach ihre Chipkarte an ein installiertes Terminal, die zurückgelegte Strecke wird automatisch erkannt und das entsprechende Fahrtgeld wird berechnet und abgebucht.

\* Warten, lächeln und „Danke“ sagen fürs Mitnehmen! Busfahrer\*innen haben oftmals keinen guten Ruf. Unfreundlichkeit und mangelnde Kundenorientierung werden ihnen nachgesagt. Die Berliner Verkehrsgesellschaft BVG startete deshalb die Freundlichkeitsoffensive „Mit Herz & Schnauze“. Freiwillig konnten sich Polizei, Taxi- und Busfahrer\*innen einen Anstecker zulegen, der ein rotes Info-„I“ und ein Herz mit lächelnder Schnauze zeigt. Damit wurde deutlich: Fragen Sie ruhig - wir beißen nicht. Besonders beliebte Busfahrer\*innen, die sich durch Freundlichkeit, Fahrstil und fachliche Kompetenz bei Auskünften über Verbindungen und Tarife auszeichnen, prämiert der VVS jedes Jahr (Busfahrer des Jahres). In anderen Ländern ist es üblich, als Mitfahrer\*in den Busfahrer\*innen beim Aussteigen „Danke“ zuzurufen. Freundliches und hilfsbereites Personal und eine nette Umgangsweise miteinander verbessert das Image der öffentlichen Verkehrsmittel und ermutigt nicht nur die Babyboomer zur Nutzung, auch wenn sie noch etwas Unterstützung beim Umstieg auf die nachhaltigen Mobilitätsformen brauchen.

\* Die Fahrradmitnahme in den Öffentlichen erleichtern! Radfahrer fühlen sich in der S-Bahn stets als „Aussät-zige“, weil sie viel Raum einnehmen. Während der Stoßzeiten müssen sie außerdem ein extra Ticket für das Rad lösen. Deshalb leisten sich einige überzeugte Radfahrer ein



Klapp- oder Faltrad. Intelligent ausgestattete Fahrradabteile, die für die Mitnahme von Rädern optimiert und für diese Nutzer\*innen vorgehalten sind, könnten nachhaltigere Verkehrsmittelketten bestehend aus ÖPNV und Fahrrad fördern. Ebenso Bügel zur Mitnahme von Fahrrädern bei Busfahrten, wie bspw. in Vancouver. Auch erweiterte Sharing- oder Anschlussmobilitätskonzepte, die es Nutzer\*innen ermöglichen, das Rad an der Haltestelle abzustellen und am Zielort ein neues zu nutzen, sind sinnvoll. Ein Beispiel aus dem Landkreis Hameln-Pyrmont zeigt wie es geht: Für einen Aufpreis von 15 Euro monatlich erhalten Zeitkarteninhaber\*innen ein Pedelec mit der MobilCard.

\* Das klassische Fortbewegungsgeschäft um vertikalen Transport ergänzen! Städtische Aufzüge wie in Lissabon oder der chinesischen Stadt Chongqin sind Teil des öffentlichen Nahverkehrs, in Zeitkarten integriert und lassen auch mobilitätseingeschränkte Menschen in Städten mit einer anspruchsvollen Topographie Höhenunterschiede überwinden. Vorteile ergeben sich insbesondere auch für die Barrierefreiheit. Hindernisse wie das Vertrauen in die eigene Fitness oder der Transport von Lasten können durch derartige Lösungen reduziert werden.

## 5.4 Denkanstöße für Arbeitgeber\*innen

Die nachfolgenden Denkanstöße betonen, dass auch für Hin- und Rückwege zur Arbeit bzw. für Dienstreisen vermehrt die ganze Vielfalt der Fortbewegungsformen mitgedacht und dies auch von Arbeitgeber\*innen-Seite aktiv angegangen werden kann. Für die Babyboomer sind derartige Angebote besonders spannend, weil sie die Personen dieser Generation noch vor Eintritt in das Rentenalter an alternative Mobilitätsressourcen heranzuführen. Arbeit\*geberinnen sowie Kollegen und Kolleginnen dienen in diesem Kontext als Inspiratoren und ermöglichen das unkomplizierte Ausprobieren von Angeboten, zu der die Gruppe im Privaten möglicherweise gar keinen Zugang hat und somit in ihren Gewohnheiten verbleibt.

\* Erreichbarkeit mit nachhaltigen Verkehrsmitteln verbessern! Im Gewerbegebiet Kraillinger Innovationsmeile (KIM) in München schließen sich ansässige Arbeitgeber\*innen zusammen, um Fahrräder des Anbieters Nextbike als kostenlose Anschlussmobilität für ihre Mitarbeiter\*innen und somit einen guten Anschluss des Arbeitsorts mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anzubieten. Auf diese Weise werden Anreize



durch Infrastrukturverbesserungen sowie ökonomische Anreize miteinander verknüpft. Auch das JobRad vom Anbieter Rathgeber adressiert die Fahrradmobilität – entweder alleine oder in Kombination mit dem öffentlichen Nahverkehr. Hier unterstützen Arbeitgeber\*innen ihre Mitarbeiter\*innen durch einen Zuschuss beim Leasing eines Pedelecs oder Fahrrads.

\* Bei Regen, Wind und Hitze mit dem Rad zur Arbeit! Wer meint, dass Mitarbeiter\*innen nicht mit dem Rad zur Arbeit fahren, weil es keine Duschköglichkeiten gibt, diese aber nicht einrichten kann – oder sich nicht sicher ist, wie viele der Mitarbeiter\*innen nach dem Abbau dieser Hürde tatsächlich umsteigen würden – kann zumindest temporär ein mobiles Waschküchen aufstellen – ein Zusammenschluss aus Arbeitgebenden wäre in diesem Fall besonders sinnvoll für die Finanzierung.

\* Welche Ziele streben wir im Unternehmen an? Klassischerweise ist der Dienstwagen ein beliebtes Incentive für Mitarbeiter\*innen. Einige Arbeitgeber\*innen haben heute schon umgestellt auf ein verkehrsmittelungebundenes Anreizsystem: In einer bestimmten Position haben die Mitarbeiter\*innen die Chance, aus unterschiedlichen Optionen auszuwählen: Ob Dienstwagen, ÖV-Zeitkarte oder Pedelec. Die Differenz zum Dienstwagen wird jeweils ausbezahlt.

\* Vielfalt in den Unternehmensgaragen! Wie der Unternehmens-Fuhrpark ausdifferenziert werden kann, zeigt das Projekt „elektromobilisiert“. Hier wird anhand der real getätigten Fahrten erprobt und berechnet, welcher Anteil der Dienstfahrzeuge elektrisch fahren kann. Der städtische Fuhrpark Ludwigsburg bietet den Mitarbeiter\*innen neben Autos außerdem Roller und Pedelecs an. Weitere Möglichkeiten sind herkömmliche Fahrräder oder kleine Stadtfahrzeuge. Verringerte Aufwände für die Abrechnung von ÖV-Tickets sind außerdem ein Anreiz, um für Dienstreisen auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen. Ein Kinderticket, das für die Mitnahme eines Rads in der Rush-Hour gelöst werden muss, wird den Arbeitnehmenden meist nicht erstattet. Dann nehme ich also doch den Dienstwagen! Außerdem können Dienstreisen geteilt werden, wie das in München angewendete betriebliche Mobilitätsmanagement verdeutlicht: lokale Online-Portale zeigen z.B. bereits bei der Reise alle relevanten bereits angemeldeten Dienstfahrten an, sodass man sich unkompliziert anschließen kann. Eine Mitfahrbank könnte hier als konkreter Treffpunkt dienen und nicht nur für Dienstfahrten genutzt werden, sondern auch für das Ride-Sharing von zu Hause in die Arbeit und



zurück. Nicht zuletzt, können Dienstreisen durch digitale Alternativen wie Web- oder Telefonkonferenzen vermieden werden. Eine Information über die Umweltauswirkungen einer geplanten Reise bei der Buchung macht Mitarbeiter\*innen hier evtl. aufmerksam. Außerdem sind Incentive-Modelle denkbar, die Kosten und Emissionen durch den Verzicht auf eine Dienstreise einsparen.

## 5.5 Denkanstöße für andere Akteure

\* Versicherer: Bequemlichkeit führt zu nichts! Ein **Bewusstsein** über die Wichtigkeit von Bewegung im Alltag für die körperliche und geistige **Fitness**, z.B. indem kurze Wege zu Fuß getätigt werden oder häufiger die Treppe statt des Aufzugs oder der Rolltreppe genutzt wird, muss aufgrund aktueller Entwicklungen in Deutschland bzgl. Übergewicht und der damit zusammenhängenden Verbreitung chronischer Krankheiten dringend geschaffen werden. Insbesondere für Krankenversicherer ist das ein interessantes Feld und aufgrund der Transparenz über den Gesundheitszustand von Kund\*innen äußerst umstritten. Im „Low Car Diet European City Battle“ treten Städte gegeneinander an, indem sie versuchen, auf das Auto zu verzichten. Das Anreizmodell ist klar der spielerische Wettbewerb. Auch auf die Auswirkungen des Mobilitätsverhaltens auf den körpereigenen Energieverbrauch kann in diesem Kontext hingewiesen werden: „Burn calories, not electricity!“ steht z.B. auf Posters, die direkt an Fahrstühlen und Aufzügen angebracht werden und Denkanstöße liefern sowie das Image des zu Fußgehens verbessern.

\* Ladenbesitzer: Der radfahrende Kunde ist König! Wer möchte, dass Kund\*innen mit dem Rad vorbeikommen, der kann z.B. Belohnungen versprechen. Mithilfe der App radbonus kann man diese dann direkt einlösen. Aber auch ohne Smartphone können durch den Beweis, dass man mit dem Fahrrad unterwegs ist, Rabatte auf Produkte oder Leistungen vergeben werden. Auch das Projekt „Freies Lastenrad für Stuttgart“ demonstriert, wie Ladenbesitzer\*innen nachhaltige Mobilität fördern können: mit einem leihbaren Lasten-Pedelec können im Plattsalat in Stuttgart Einkäufe CO2-freundlich nach Hause transportiert werden.



## 6 Fazit

---

Die Ergebnisse der beiden durchgeführten Mobilitätsuntersuchungen des INSPÖ bestätigen, wenn wir Menschen zum Umstieg gewinnen wollen, müssen wir **Gewohnheiten ändern, Absichten wecken** und verdeutlichen, wie jeder Einzelne einen Beitrag zum Umweltschutz leisten kann. Die Generation der Babyboomer ist dabei eine interessante Zielgruppe, weil ihr ein Großteil der Deutschen angehört und sie sehr autoaffin aufgewachsen sind. Sie sind also in der Lage, einen wesentlichen Beitrag zur Mobilitätswende zu leisten.

Der vorliegende Synthesebericht zeigt, dass es international und in Deutschland bereits **zahlreiche spannende Ansätze** gibt, um die durch die Nutzer\*innen **empfundenen Barrieren** hinsichtlich des Umstiegs auf nachhaltige Mobilitätsformen wie Rad, Fuß oder die öffentlichen Verkehrsmittel abzubauen. Dabei werden ganz unterschiedliche Anreize eingesetzt, um Menschen zum Umstieg zu bewegen.

Es zeigt sich, dass verschiedene Akteure ihren **Beitrag zur Mobilitätswende leisten** können: Um Gewohnheiten zu durchbrechen, können **Arbeitgeber\*innen** ihre Mitarbeiter\*innen an Alternativen zum privaten Auto heranzuführen. Der Arbeitsweg oder Dienstreisen dienen als Anhaltspunkt, nachhaltige Mobilitätsformen auszuprobieren und ihre Nutzung langfristig in Gewohnheiten zu überführen. Die Art und Weise, wie unsere **Kommunen** ausgestattet sind, welche **Mobilitätsangebote** vor Ort vorhanden sind und für wie fahrrad- und fußgängerfreundlich sie empfunden werden, spielt ebenfalls eine wichtige Rolle für die Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl. Harte Faktoren wie die Installation von Infrastrukturen sind dabei gleichermaßen bedeutsam, wie weiche Faktoren, wie z.B. Akzeptanz durch andere Verkehrsteilnehmer, die Ästhetik oder Einfachheit der Angebote. Von Seiten der Anbieter\*innen sind bei der Ausgestaltung der Mobilitätslösungen unterschiedliche Nutzerbedürfnisse und -präferenzen zu berücksichtigen, wenn zum Umstieg ermutigt werden soll. Während für die Gruppe der Eiligen z.B. Flatrate-Zeitkarten mit Zugriff auf mehr Mobilitätsangebote als nur die öffentlichen Verkehrsmittel interessant sind, ist für die Relaxer ein einfaches Ticketsystem von Bedeutung. Sie wollen sich nicht mit dem Ticketkauf aufhalten und dabei stets unsicher sein, ob sie im Ticketschongel die richtige Wahl getroffen haben. Für die Anspruchsvollen sind aufgrund ihrer starken Gewohnheit



hinsichtlich der Autonutzung Park&Ride- oder Ride-Sharing-Lösungen ansprechender als der Umstieg auf das Fahrrad bei Alltagsfahrten. Und die Flexiblen sprechen mehr als die anderen Typen auf Wettbewerbe oder digitale Lösungen an. Um also unterschiedliche Nutzergruppen zu adressieren, bedarf es einem umfangreichen und ausgewogenen System an Anreizen und Angeboten.

Abschließend sind die **Nutzer\*innen** selbst verantwortlich, um ein nachhaltiges und gesundes Mobilitätsverhalten an den Tag zu legen. Denn selbst wenn alle Barrieren nach ihren Wünschen (siehe Kapitel 4.2) abgebaut wären, würden manche von ihnen weiterhin weniger aktive Mobilitätsformen nutzen. Bequemlichkeiten müssen also abgelegt und ein Verständnis für die **langfristigen Vorteile von aktiver Mobilität** vor kurzfristigen Anreizen geschaffen werden. Hier auf können auch Krankenkassen, Schulen und weitere Akteure aufmerksam machen.

Zu Innovationen werden die aufgeführten Denkanstöße erst dann, wenn sie nicht einmalig bleiben, sondern sich in der Gesellschaft verbreiten und mehr Menschen von ihnen profitieren. Jedes einzelne innovative Projekt ist dabei von Bedeutung, um als Vorbild zu dienen. Letztendlich wird jedoch die Summe an Maßnahmen ausschlaggebend sein, um eine langfristige Veränderung des Mobilitätsverhaltens zu bewirken.



## 7 Literatur

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50.
- Chaix, B., Kestens, Y., Duncan, S., Merrien, C., Thierry, B., Pannier, B., et al. (2014). Active transportation and public transportation use to achieve physical activity recommendations? A combined GPS, accelerometer, and mobility survey study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 11(1), 1-11.
- Franke, S. (2001). *Car Sharing: Vom Ökoprojekt zur Dienstleistung*. Berlin: Ed. Sigma.
- Harms, S., Lanzendorf, M. & Prillwitz, J. (2007). Mobilitätsforschung in nachfrageorientierter Perspektive. In O. Schölller, W. Canzler & A. Knie (Hrsg.), *Handbuch Verkehrspolitik* (S. 735-758). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kelly, P., Kahlmeier, S., Gotschi, T., Orsini, N., Richards, J., Roberts, N., et al. (2014). Systematic review and meta-analysis of reduction in all-cause mortality from walking and cycling and shape of dose response relationship. *Int J Behav Nutr Phys Act*, 11, 132.
- Mensink, G.B.M., Schienkiewitz, A., Haftenberger, M., Lampert, T., Ziese, T. & Scheidt-Nave. (2013). Übergewicht und Adipositas in Deutschland - Ergebnisse der Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland (DEGS1). *Bundesgesundheitsblatt - Gesundheitsforschung - Gesundheitsschutz*, 56(5-6), 786-794.
- Reiner, M., Niermann, C., Jekauc, D. & Woll, A. (2013). Long-term health benefits of physical activity - a systematic review of longitudinal studies. *BMC Public Health*, 13, 813-813.
- Reyer, M. & Schlicht, W. (2015). *„Determinanten“ des Mobilitätsverhaltens - Bericht zum Arbeitspaket 1.1*.
- Shergold, I., Lyons, G. & Hubers, C. (2015). Future mobility in an ageing society - Where are we heading? *Journal of Transport & Health*, 2, 86-94.
- Siren, A. & Haustein, S. (2016). How do baby boomers' mobility patterns change with retirement? *Ageing and Society*, 36(5), 988-1007.
- Statistisches Bundesamt. (2014). *Babyboomer*. Zugriff am 17.05.2016 unter <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/ImFokus/SerieBabyboomer.html>
- Vagetti, G.C., Barbosa Filho, V.C., Moreira, N.B., Oliveira, V., Mazzardo, O. & Campos, W. (2014). Association between physical activity and quality of life in the elderly: a systematic review, 2000-2012. *Rev Bras Psiquiatr*, 36(1), 76-88.
- Vogel, T., Brechat, P.H., Lepretre, P.M., Kaltenbach, G., Berthel, M. & Lonsdorfer, J. (2009). Health benefits



of physical activity in older patients: a review. *Int J Clin Pract*, 63(2), 303-320.

WHO - World Health Organization. (2010). *Global recommendations on physical activity for health.*