

## Handlungsfeld K: Mobilitätsmanagement und -kultur

Die Maßnahmen aus dem Bereich K Mobilitätsmanagement und –kultur sind, anders als die aufwändigen infrastrukturellen Lösungen, gezielt dazu konzipiert, das Verkehrsgeschehen nachhaltig zu beeinflussen und tragen zu einer effizienteren Nutzung der vorhandenen Infrastruktur bei. Die Verkehrsteilnehmer sollen durch eine bessere Koordination und Information zur dauerhaften Veränderung ihres Mobilitätsverhaltens motiviert werden. Information, Beratung und Motivation stehen im Mittelpunkt des Mobilitätsmanagements. Es sollen attraktive Alternativen zum eigenen Auto aufgezeigt werden. Das Verkehrsverhalten ist jedoch immer auch durch eingeschlifene Lebensweisen geprägt, so dass ein Umdenken und Umsteigen auf Alternativen erlebbar und attraktiv sein muss. Hier setzen Maßnahmen für eine nachhaltige Mobilitätskultur an.

### 1.1.1 Grundsätze des Mobilitätsmanagements

Mobilitätsmanagement lässt sich grob in drei Haupthandlungsbereiche unterscheiden, in denen sich erfahrungsgemäß die besten Wirkungseffekte nachweisen lassen:

- kommunales Mobilitätsmanagement
- betriebliches Mobilitätsmanagement und
- schulisches Mobilitätsmanagement.

Durch die Maßnahme Mobilitätsberatung an unterschiedlichen Einrichtungen (z.B. Betriebe, Kommune, Schulen) anzubieten, wird ein nachhaltiges und kosteneffizientes Mobilitätsmanagement gefördert. Dieses setzt in Betrieben und kommunalen Verwaltungen v.a. bei der Mobilität der Mitarbeiter, bei der Parkraumausstattung, bei Dienstreisen sowie beim Fuhrpark an. Im betrieblichen Mobilitätsmanagement fokussiert sich die Rolle der Stadt vor allem auf eine Beraterfunktion sowie als Initiator, Unterstützer und ggf. Koordinator von Pilotprojekten.

Im kommunalen Mobilitätsmanagement kann die Stadt - als wichtiger Arbeitgeber - direkt bei den eigenen Strukturen tätig werden, Konzepte und Maßnahmen erproben und mit gutem Beispiel für andere Betriebe vorangehen. Im Rahmen der Wirtschaftsförderung und Bauleitplanung kann außerdem Einfluss auf Betriebe genommen und die Aufstellung von Mobilitätsmanagementkonzepten unterstützt werden.

Im schulischen Mobilitätsmanagement werden (in Saarbrücken z. B. über das Amt für Kinder und Bildung sowie das Ordnungsamt) Schulen ermutigt und angeregt, Maßnahmen umzusetzen, welche eine eigenständige, nachhaltige Mobilität von Kindern und Jugendlichen fördern. Synergieeffekte ergeben sich v. a. mit der Schulwegsicherheit (vgl. Maßnahmensteckbrief I 5). Zudem kann die Stadt über die Standortwahl von Kindergärten und Schulen ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten der Kinder und Eltern bewirken.

Begleitet werden sollten alle Maßnahmen durch Marketing und Kommunikation, um Akteure und Bevölkerung für das Thema nachhaltige Mobilität zu sensibilisieren, zu motivieren und ein Bewusstsein für ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten zu erzeugen.

### 1.1.2 Handlungsbedarf im Mobilitätsmanagement

In Saarbrücken existieren bereits unterschiedliche Anknüpfungspunkte, v. a. im kommunalen, betrieblichen und schulischen Mobilitätsmanagement (vgl. VEP-Analysebericht). Die bisherigen Aktivitäten sind allerdings noch sehr punktuell und es bieten sich weitere Potenziale, um das Vorgehen koordinierter und strategischer auszurichten sowie die Akteure stärker miteinander zu vernetzen und zu qualifizieren. Die Möglichkeiten eines erfolgreichen Mobilitätsmanagements können so noch weiter ausgeschöpft werden.

Das verwaltungsinterne, betriebliche Mobilitätsmanagementprojekt der LHS stellt einen guten Ausgangspunkt für weitere bzw. verstärkte Maßnahmen und Aktivitäten dar - offene Potenziale sind vorhanden (vgl. z. B. Nachfrage des Job-Tickets in der Verwaltung im VEP-Analysebericht<sup>1</sup>). Auch andere in Saarbrücken ansässige Betriebe haben sich mit dem Thema betriebliches Mobilitätsmanagement auseinandergesetzt und verfolgen z. T. bereits entsprechende Konzepte (z. B. CosmosDirekt und die Universität). Es sollte Ziel der LHS sein, diese Betriebe in ihren Maßnahmen zu unterstützen und noch weitere Betriebe von den Vorteilen eines Mobilitätsmanagements zu überzeugen sowie zu eigenen Bemühungen zur Aufstellung von betrieblichen Mobilitäts- und Umweltmanagementkonzepten zu ermutigen.

Dies kann z. B. über Kampagnen, Wettbewerbe und Programme (wie es sie bereits seitens des Ministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz des Saarlandes („Clever zur Arbeit“) oder des Landes Saarland („Umweltpakt Saar“) gab bzw. gibt) angestoßen werden. Auch durch die eigenen Handlungen der Stadt Saarbrücken sollten die Grundlagen des Mobilitätsmanagements auf verschiedenen Ebenen weiter gestützt werden. Hierzu ist ein strategisches Vorgehen von Vorteil. Mögliche Einsatzbereiche sind z. B. die Festlegung von Bedingungen zur Ansiedlung von Gewerbe (z. T. bereits durch Anrechnung von verbindlichen Mobilitätskonzepten beim Stellplatzbedarf vorhanden) oder die gezielte Information von Zielgruppen (z. B. weitere Ergänzung der Neubürger-Mappe, Information für Senioren oder Eltern von Schulkindern).

Durch Ausweitung und Belebung der im Grundsatz vorhandenen Netzwerke (z. B. „Netzwerk Mobilität Saar“) sind gegenseitiger Austausch und Information zu verstärken. Um die Koordination seitens der Stadt zu erleichtern, bietet es sich an, ämterübergreifend zusammen zu arbeiten und die Kompetenzen weiter zu stärken. Dies erleichtert auch die Kommunikation innerhalb der Verwaltung im Rahmen des kommunalen Mobilitätsmanagements.

### 1.1.3 Maßnahmenfelder

Aufbauend auf den Ergebnissen der Bestandsanalyse, den Meldungen aus dem Beteiligungsprozess sowie den Zielen des VEP wurden die folgenden fünf Maßnahmenfelder K 1 bis K 5 abgeleitet (vgl. Tabelle 1).


---


<sup>1</sup> Die Verwendung des Job-Tickets unter den städtischen Angestellten stieg seit 2013 von 116 auf 350 Nutzer an. Gemessen an der Gesamtbeschäftigtenzahl (ca. 2.400 Personen) weist dies noch Potenzial auf.


Tabelle 1: Handlungsfeld Mobilitätsmanagement und -kultur (K) - Maßnahmenfelder

Maßnahmenfelder	Priorität	Umsetzung			Akteure
		kurzfristig	mittelfristig	langfristig	
<b>K 1: Ausbau des betrieblichen Mobilitätsmanagements</b>	hoch	Daueraufgabe			LHS, Wirtschaft, IHK, Ministerien, Verkehrsbetriebe
<b>K 2: Mobilitätsmanagement in der Verwaltung</b>	mittel	Daueraufgabe			LHS, Beteiligungsunternehmen, Verkehrsbetriebe, Landesverwaltung
<b>K 3: Schulisches Mobilitätsmanagement</b>	hoch	Daueraufgabe			LHS, Schulen, Hochschulen, Polizei, Fördervereine, Verkehrsbetriebe, Verbände
<b>K 4: Arbeitsgruppen und Netzwerkarbeit</b>	mittel	Daueraufgabe			LHS, Verbraucherzentrale, Ministerien, Verkehrsbetriebe, IHK, HWK, Arbeitskammer des Saarlands, VCD, BUND
<b>K 5: Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen</b>	hoch	Daueraufgabe			LHS, Saarbahn, weitere Partner

Das Maßnahmenfeld K 5 „Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen“ beinhaltet öffentlichkeitswirksame Marketingaktionen und Imagekampagnen sowie eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit. Diese Maßnahmen verfolgen insbesondere das Ziel, ein nachhaltiges Mobilitätsbewusstsein in der Bevölkerung zu fördern und die Nutzungsraten des Umweltverbands mit Hilfe von Mobilitätsmanagement zu steigern. Es können sich daher vielfältige Synergieeffekte zu anderen Maßnahmenfeldern des VEP ergeben (A8 „Öffentlichkeitsarbeit und Organisation“ im Fußverkehr, B10 „Öffentlichkeitsarbeit und Organisation/Marketingstrategien“ im Radverkehr, C7 „Kommunikation und Marketing“ im ÖPNV, F8 „Serviceangebote, Information und Marketing“ im Einkaufs- und Tourismusverkehr, I6 „Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit“ zur Verkehrssicherheit).

	<b>K1 Ausbau des betrieblichen Mobilitätsmanagements</b>	VE GT FU SE SL MU
<p>Im betrieblichen Mobilitätsmanagement sollte die LHS koordiniert und zielgerichtet ihr Engagement zur aktiven Ansprache und Beratung von Betrieben erhöhen. Dazu ist es empfehlenswert, die Zuständigkeiten und Kompetenzen zu bündeln (z. B. in Form einer Arbeitsgruppe Mobilitätsmanagement oder eines/r städtischen Mobilitätsmanagers/in). Die Arbeitsgruppe bzw. der Mobilitätsmanager erarbeitet Konzepte, ist offizieller Ansprechpartner in Sachen Mobilität und hält regen Kontakt zu allen Akteuren. Dies erleichtert die Kommunikation sowohl nach innen als auch nach außen.</p> <p>Die Aufgaben der Stadt im betrieblichen Mobilitätsmanagement haben überwiegend informativen und kommunikativen Charakter. Es sollten allerdings auch eigene (Pilot-)Projekte oder (Beratungs-)Programme entwickelt und umgesetzt werden. Um möglichst große Effekte zu erzielen, könnte ein standortbezogenes Mobilitätsmanagement (z. B. für große Gewerbegebiete) entwickelt werden. Dazu sind die beteiligten Akteure seitens der Stadt aktiv anzusprechen, der Prozess anzustoßen und gemeinsame Konzepte sowie langfristig selbstlaufende Organisationsstrukturen zu erarbeiten.</p> <p>Regelnd eingreifen kann die Stadt nur bedingt. Im Rahmen der Standortentwicklung und Bauleitplanung bieten sich einige mit Bedacht einzusetzende Möglichkeiten. Investoren und ansiedlungswillige Betriebe mit verbindlichen Mobilitätsmanagementkonzepten können u.a. ihre Aktivitäten bei der Nachweispflicht von Stellplätzen anrechnen lassen. Begleitend sollte natürlich eine nutzerfreundliche Infrastruktur (v. a. für Radverkehr und ÖPNV) an neuen Gewerbestandorten sichergestellt werden.</p>		
<p><b>Bausteine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Strategisches Vorgehen seitens der Verwaltung zur vermehrten Implementierung betrieblicher Mobilitätsmanagementmaßnahmen und -konzepte:</u> Qualifizierung der Zuständigkeit in der Verwaltung (z. B. Arbeitsgruppe, Mobilitätsmanager/in), gezielte Ansprache von Betrieben und Stakeholdern, aktive Information und Beratung, Vermittlung von Kontakten und übergeordneten Programmen (z. B. Umweltpakt Saar, mobil.profit), Teilnahme an Netzwerktreffen (ggf. auch Leitung), gemeinsame Ausarbeitung und Umsetzung von Pilotprojekten.</li> <li>▪ <u>Anstoß und Begleitung standortbezogener Mobilitätskonzepte:</u> z. B. Flughafen, große Gewerbegebiete/Betriebe; Aktivierung und Überzeugung von Akteuren und Multiplikatoren, Einleitung und Koordinierung erster Treffen, Beratung beim Aufbau von Organisationsstrukturen und der Entwicklung von Maßnahmen (z. B. Nutzung von E-Bikes, E-Fahrzeugen, Flottenmanagement, CarSharing, Jobticket und Parkgebühren, Fahrgemeinschaftsförderung, etc.).</li> <li>▪ <u>strategische Implementierung von Grundlagen zur Förderung und Forcierung von Mobilitätskonzepten:</u> z. B. durch Überarbeitung der Stellplatzsatzung (vgl. H 7), Investorenberatung und Bedingungen im Rahmen der Standortentwicklung, Einrichtung eigener Zertifizierungs- bzw. Beratungsprogramme oder Teilnahmeunterstützung/Initiierung an Programmen und Wettbewerben für ansässige Betriebe.</li> <li>▪ <u>Sicherstellung eines geeigneten Infrastrukturangebotes:</u> z. B. für Berufsverkehr geeignete Wegeinfrastruktur im Radverkehr, ÖV-Anbindung und Takt von Gewerbegebieten (vgl. u. a. Handlungsfelder B und C).</li> </ul> <p><b>Abhängigkeiten/ Bezug zu anderen Maßnahmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>B</b> Handlungsfeld Radverkehr</li> <li>▪ <b>H7</b> Überarbeitung der Stellplatzsatzung (Ruhender Verkehr)</li> </ul>		

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <h2 style="margin: 0;">K1 Ausbau des betrieblichen Mobilitätsmanagements</h2> </div> <div style="display: flex; gap: 5px;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px 5px; background-color: #d9d9d9;">VE</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px 5px; background-color: #d9d9d9;">GT</div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 2px 5px; background-color: #92d050;">FU</div> </div> </div>		
<p><b>Wirkungs-Kosten-Klasse</b></p> <p><input type="checkbox"/> sehr hoch</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> hoch</p> <p><input type="checkbox"/> mittel</p> <p><input type="checkbox"/> niedrig</p>	<p><b>Priorität</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> hoch</p> <p><input type="checkbox"/> mittel</p> <p><input type="checkbox"/> niedrig</p>	<p><b>Umsetzungsfrist</b></p> <p><input type="checkbox"/> bis 2020</p> <p><input type="checkbox"/> bis 2025</p> <p><input type="checkbox"/> bis 2030</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Daueraufgabe</p>
<p><b>regionsrelevant:</b> <input checked="" type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein</p>	<p><b>Akteure:</b> Stadt Saarbrücken, IHK, Ministerien, Wirtschaftsunternehmen (z. B. große und mittlere Betriebe), Verkehrsbetriebe</p>	

 <b>K2 Mobilitätsmanagement in der Verwaltung</b>		<input type="checkbox"/> VE <input type="checkbox"/> GT <input type="checkbox"/> FU
		<input type="checkbox"/> SE <input type="checkbox"/> SL <input type="checkbox"/> MU
<p>Das bestehende betriebliche Mobilitätsmanagement der Stadt Saarbrücken ist in weiten Teilen erfolgreich und kann als guter Anknüpfungspunkt für weitergehende Maßnahmen genutzt werden. Dazu sollten die Maßnahmen weiter auf die Bedürfnisse der städtischen Angestellten angepasst und v. a. in ihrer Vermarktung verstärkt werden. Insbesondere das Jobticket, die Radverkehrsförderung und die Bildung von Fahrge- meinschaften bieten weiterhin große ungenutzte Potenziale und sollten wie geplant priorisiert werden. Wei- tere Maßnahmen sollten fortlaufend entwickelt und ergänzt werden. Zur strategischen Koordination bietet sich die Bündelung in Form eines/r Mobilitätsmanagers/in oder einer ämterübergreifenden Arbeitsgruppe an. Zusätzlich zur direkten Wirkung auf die Mobilität der städtischen Mitarbeiter geht vom kommunalen Mobilitätsmanagement eine Vorbildwirkung für andere Betriebe in der Stadt aus, weshalb die Maßnahmen und Erfolge auch offensiv nach außen kommuniziert werden sollten. Neben der Verwaltung der Stadt Saar- brücken liegen zudem auch erhebliche Potenziale für ein erfolgreiches Mobilitätsmanagement in den Mini- sterien und Behörden des Landes.</p>		
<p><b>Bausteine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Strategische Koordination an einer zentralen Stelle (z. B. Arbeitsgruppe / Mobilitätsmanager/in)</u> als qualifizierter Ansprechstelle zum Thema Mobilität und Kontakt für innen und außen.</li> <li>▪ <u>Verstärkte Bewerbung sowie koordinierte Anpassung der Maßnahmen des kommunalen Mobilitäts- managements auf die Bedürfnisse der städtischen Angestellten:</u> z. B. stärkere Bewerbung des Job-Tickets, Einrichten von weiteren Fahrradabstellanlagen.</li> <li>▪ <u>Ergänzung und Ausweitung von Maßnahmen:</u> z. B. weitere konsequente Bewerbung des Job-Tickets, Ausbau und weitere Bewerbung der verwaltungs- internen Mitfahrer Börse, Prüfung einer Ausweitung des Angebots von Diensträdern und Pedelecs auf weitere Verwaltungsstandorte, Erweiterung des Flottenmanagements (z. B. private Nutzung von freien Dienstfahrzeugen, Anschaffung weiterer Elektrofahrzeuge), Optimierung der Infrastruktur (Abstellanla- gen, Trockenräume/Duschen, Anbindung im ÖPNV).</li> </ul> <p><b>Abhängigkeiten/ Bezug zu anderen Maßnahmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>B</b> Handlungsfeld Radverkehr</li> <li>▪ <b>C</b> Handlungsfeld ÖPNV</li> <li>▪ <b>L 4</b> Verkehr und Umwelt (Elektromobilität)</li> </ul>		
<p><b>Wirkungs-Kosten-Klasse</b></p> <input type="checkbox"/> sehr hoch <input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig	<p><b>Priorität</b></p> <input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig	<p><b>Umsetzungsfrist</b></p> <input type="checkbox"/> bis 2020 <input type="checkbox"/> bis 2025 <input type="checkbox"/> bis 2030 <input checked="" type="checkbox"/> Daueraufgabe
<p><b>regionsrelevant:</b> <input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein</p>		<p><b>Akteure:</b> LHS &amp; Beteiligungsunternehmen (z. B. Entsorgungsbe- triebe, Stadtwerke, Stadtbahn, Klinikum), Verkehrsbetriebe, Lan- desverwaltung</p>



### K3 Schulisches Mobilitätsmanagement



Neben dem betrieblichen und kommunalen Mobilitätsmanagement stellt das schulische Mobilitätsmanagement einen weiteren wichtigen Ansatz dar. Denn auch auf Schul- und Ausbildungswegen besteht ein hoher Handlungsdruck sowie vor allem auch ein großes Verlagerungspotenzial weg vom Autoverkehr.

Insbesondere sollen attraktive Alternativen zu den sogenannten Elterntaxis, also dem Bringen und Abholen der Kinder direkt von der Schule, aufgezeigt werden. Hinzu kommt, dass im Rahmen einer entsprechenden Verkehrserziehung den Kindern und Jugendlichen ein nachhaltiges, eigenständiges und gesundheitsförderndes Mobilitätsverhalten nahegebracht werden kann. Wichtig ist die Unterstützung von Seiten der Schulen und Elternschaft. Dafür ist kontinuierliche Motivations- und Informationsarbeit zu leisten.

Auch hier empfiehlt sich eine koordinierte Herangehensweise seitens der Stadt, z. B. in Form eines Handlungsprogramms. Schulen und Kindergärten sollten gezielt kontaktiert, Potenziale aufgezeigt und gemeinsam passende Maßnahmen entwickelt werden. Die Verwaltung sollte in dieser Hinsicht eine Initiatorrolle einnehmen.

Synergieeffekte bestehen zur Verkehrssicherheit (vgl. Handlungsfeld I), beispielsweise in Form von Schulwegplänen. Diese zeigen zum einen auf, welche Wege für die Kinder die sichersten und direktesten zur Schule sind. Zum anderen können sie aber auch Überzeugungsarbeit leisten und Eltern ermutigen, ihre Kinder selbstständig per Rad, zu Fuß oder auch mit dem ÖPNV zur Schule gehen zu lassen.


Maßnahmen können gemeinsam mit den Schülern, Eltern und Lehrern im Rahmen von Projektwochen entwickelt werden und somit Teil der Verkehrserziehung werden. Wichtig ist auch im schulischen Mobilitätsmanagement die Kommunikation zwischen allen Akteuren, denn eine dauerhafte Motivation und Engagement seitens der Eltern und Lehrenden ist für einen Erfolg in diesem Bereich notwendig.

Begleiteter Weg zum Kindergarten („Walking Bus“)




Kinder selbstständig auf dem Schulweg



 <b>K3 Schulisches Mobilitätsmanagement</b>		VE	GT	FU
		SE	SL	MU
<p><b>Bausteine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Verstärkte Initiierung bzw. strategische Konzeptionierung des Themenfeldes seitens der städtischen Verwaltung:</u> z. B. in Form eines Handlungsprogramms.</li> <li>▪ <u>Anstoßen von Aktionen zur Verkehrserziehung an den Schulen:</u> z. B. jährliche Aktionswochen zum Thema eigenständige und umweltbewusste Mobilität und Schulwegsicherheit, Zertifizierung von Schulen/Kindergärten.</li> <li>▪ <u>Verstärkte Information und Aufklärungsarbeit zur Reduzierung von Elternbringverkehr:</u> z. B. in Form von Flyern und Infomaterial (z. B. Kinderstadtpläne), Schulstartpaket „Mobilität“, Mobilitätsberatung an Elternabenden/-sprechtagen oder auf Schulfesten (z. B. Kooperation mit Polizei, Verkehrswacht, VCD, ADFC).</li> <li>▪ <u>Strategische Aufstellung von Schulwegsicherungsplänen an allen Schulen (vgl. Handlungsfeld I):</u> Nicht wie bisher nur nach Eigeninitiative der Schulen, sondern als offensiver Anstoß seitens der Stadt (Erarbeitung ggf. im Rahmen von Projektarbeit). Gg. auch Integration in den Lehrplan und Kooperation mit dem ADAC, ADFC, u. a. Verbänden.</li> <li>▪ <u>Anregung und Unterstützung bei der Organisation von „Walking Bus“/„CycleTrain“<sup>2</sup>:</u> Erstellung eines Handlungsleitfadens und Nennung eines Ansprechpartners bei der Verwaltung. <u>Prüfung der Einrichtung von Elternhaltestellen an sensiblen Bereichen:</u> Abstimmung mit Schulen und Anwohnern sowie ggf. ADFC.</li> </ul> <p><b>Abhängigkeiten/ Bezug zu anderen Maßnahmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A Handlungsfeld Fußverkehr</li> <li>▪ B Handlungsfeld Radverkehr</li> <li>▪ I Handlungsfeld Verkehrssicherheit</li> </ul>				
<p><b>Wirkungs-Kosten-Klasse</b></p> <input checked="" type="checkbox"/> sehr hoch <input type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig		<p><b>Priorität</b></p> <input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig		<p><b>Umsetzungsfrist</b></p> <input type="checkbox"/> bis 2020 <input type="checkbox"/> bis 2025 <input type="checkbox"/> bis 2030 <input checked="" type="checkbox"/> Daueraufgabe
<p><b>regionsrelevant:</b> <input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein</p>		<p><b>Akteure:</b> LHS, Schulen, Hochschulen, Fördervereine, Polizei, Verkehrsbetriebe, Verbände ...</p>		

<sup>2</sup> Eine Gruppe von 8 bis 14 Kindern geht in Begleitung zweier Erwachsener gemeinsam zur Schule oder Kindergarten. Kinder können an bestimmten "Haltestellen" zur Gruppe hinzustoßen und werden dort wieder "herausgelassen". Bei Kindergartenkindern sind evtl. mehr Begleitpersonen und ein engmaschigeres "Haltestellennetz" notwendig als bei Grundschulkindern. Walkingbusse können z. B. über Fördervereine oder Schulpflegschaften organisiert werden, auch Engagement von z.B. Sport-/Wandervereinen ist vorstellbar.





## K4 Arbeitsgruppen und Netzwerkarbeit

VE

GT

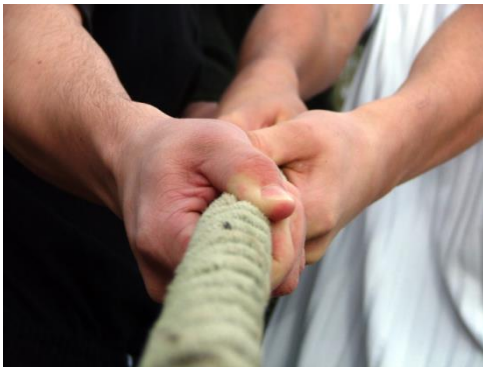
FU

SE

SL

MU

Mobilitätsmanagement lebt von einem funktionierenden Austausch der Akteure und Bekanntmachung. Die LHS kann die vorhandenen Netzwerke und Arbeitsgruppen unterstützen und koordinierend tätig werden. Das seit Juni 2010 bestehende - aber derzeit nicht aktive - „Netzwerk Mobilität Saar“ sollte reaktiviert und in seinen Aktivitäten ausgeweitet werden. Der bisherige Teilnehmerkreis ist an einer Weiterführung interessiert, so dass eine übergeordnete potenzielle Projektunterstützung (u. a. beispielsweise durch das Land, aber auch ggf. durch andere Teilnehmende) und Interessensvertretung vor Ort zur Förderung des betrieblichen Mobilitätsmanagements daraus entstehen kann.



Im Rahmen der Netzwerkarbeit kann eine kooperative Umsetzung von nachhaltigen und neuartigen Konzepten der Mobilität entwickelt und Betriebe bei der Umsetzung unterstützt werden.

**Bausteine**

- Reaktivierung des „Netzwerkes Mobilität Saar“:  
Unterstützung bzw. Organisation zur Wiederbelebung und Ausweitung der Aktivitäten des vorhandenen Netzwerks zur Motivation und Unterstützung von Mobilitätsmanagement in ansässigen Betrieben.
- Aufbau und Aufrechterhaltung von Kontakten zwischen Stadt und weiteren Akteuren:  
z. B. zu Schulen und Elternräten im Rahmen des schulischen Mobilitätsmanagements; Vermittlung und Information von interessierten Akteuren und Multiplikatoren, Austausch von best-practice-Beispielen.  
Weitere potenzielle Arbeitsgruppen die im Rahmen des Mobilitätsmanagements fortgeführt werden können sind z. B. die Fokusgruppen Region bzw. Einzelhandel, der VEP-Beirat oder der Parkbeirat.

**Abhängigkeiten/ Bezug zu anderen Maßnahmen**

- B Handlungsfeld Radverkehr
- H6 Öffentlichkeitsarbeit und Kontrollen (Ruhender Verkehr)
- I Handlungsfeld Verkehrssicherheit
- K Handlungsfeld Mobilitätsmanagement und Mobilitätskultur

<b>Wirkungs-Kosten-Klasse</b>	<b>Priorität</b>	<b>Umsetzungsfrist</b>
<input type="checkbox"/> sehr hoch <input checked="" type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig	<input type="checkbox"/> hoch <input checked="" type="checkbox"/> mittel <input type="checkbox"/> niedrig	<input type="checkbox"/> bis 2020 <input type="checkbox"/> bis 2025 <input type="checkbox"/> bis 2030 <input checked="" type="checkbox"/> Daueraufgabe
<b>regionsrelevant:</b> <input checked="" type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	<b>Akteure:</b> Verbraucherzentrale, LHS, Ministerien, Verkehrsbetriebe, IHK, HWK, Arbeitskammer des Saarlandes, VCD, BUND...	



## K 5 Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen für eine nachhaltige Mobilität



Die Beeinflussung einer bestehenden Mobilitätskultur bzw. die Veränderung des Verkehrsverhaltens zu Gunsten eines nachhaltigen Verkehrsmittels oder Angebots muss mit kontinuierlichen und aktiven Informationen und Anreizen verbunden sein. Gerade Mobilitätsmanagement sollte als schwer vermittelbares Thema noch versierter und engagierter kommuniziert und im Angebot weiter qualifiziert werden. Akteure und Zielgruppen sollten dazu aktiv angesprochen werden (wie bereits bei Neubürgern und Senioren praktiziert, vgl. Projekt *MOBIA Saar – Mobilität bis ins Alter*).

Hilfreich bei der Kommunikation ist die Entwicklung einer wiedererkennbaren Dachmarke für Mobilitätsmanagement seitens der Stadt oder einer Akteursgruppe (z. B. in Form des Netzwerks Mobilität Saar), wo alle Aktivitäten fachkundig koordiniert sowie Informationen, technische Komponenten, Dienstleistungen und Managementmodelle gesammelt angeboten werden.

Stadtweite Aktionen und Kampagnen sind eine weitere Möglichkeit, um mehr Aufmerksamkeit für ein Thema zu erreichen. Besonders bei Etablierung neuer Angebote haben kostenlose Testphasen eine hohe Bedeutung, da diese unverbindlich sind und damit die Hemmschwelle für eine erstmalige Nutzung aufheben können. Eine gleichzeitig erfolgende aktive Information der Menschen vor Ort kann zu einem Umdenken führen und damit das Mobilitätsverhalten einer Stadt nachhaltig verändern. Hier bestehen Synergien zu zahlreichen anderen Handlungsfeldern des VEP.

Neben den infrastrukturellen Maßnahmen zur Beeinflussung des Verkehrsgeschehens und zur Minderung der Verkehrsemissionen bedeutet vor allem die Verlagerung von Fahrten vom Kfz-Verkehr auf den Umweltverbund einen Bewusstseinswechsel und somit ein Mobilitätsänderung bei der Bevölkerung. Hierzu beinhalten die Konzepte des Fuß- und Radverkehrs, des ÖPNV, des ruhenden Verkehrs sowie des Themenfeldes Mobilitätsmanagement und -kultur bereits öffentlichkeitswirksame Maßnahmenempfehlungen. Im Sinne einer umweltbewussten Ausrichtung der Mobilität aller Bevölkerungsgruppen und Fortbewegungsarten sollten diese Kampagnen teilweise auch gebündelt werden und um weitere Kampagnenelemente ergänzt werden.

Aktion zum 10. Jubiläum der Bremer Mobilpunkte




Information via App



Quelle: pixabay

### Bausteine

- Aufbau einer wiedererkennbaren Dachmarke Mobilitätsmanagement:  
Bündelung aller Aktionen, Informationen, Dienstleistungsangebote unter einem Dach, qualifizierte Anlauf- und Beratungsstelle für interessierte Bürger, Unternehmen und Akteure. Koordiniert z. B. durch die Stadt oder das Netzwerk Mobilität Saar.
- Ausbau eines übergreifenden, mobilitätsbezogenen Internetangebotes:  
Qualifizierung des bisherigen Internetauftritts, Aufbau einer zentralen Homepage mit Bündelung aller Informationen zum Thema Mobilität, Aufbau einer stadt-/regionsweiten Pendler- und Mitfahrbörse, Weiterentwicklung von Mobilitäts-Apps für Saarbrücken.

	<h2 style="margin: 0;">K 5 Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen für eine nachhaltige Mobilität</h2>	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">VE</td> <td style="background-color: gray; color: white; padding: 2px;">GT</td> <td style="background-color: green; color: white; padding: 2px;">FU</td> </tr> <tr> <td style="background-color: purple; color: white; padding: 2px;">SE</td> <td style="background-color: gray; color: white; padding: 2px;">SL</td> <td style="background-color: brown; color: white; padding: 2px;">MU</td> </tr> </table>	VE	GT	FU	SE	SL	MU
VE	GT	FU						
SE	SL	MU						
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Gezielte und strategische Ansprache von Zielgruppen:</u> wie z. B. bei Senioren und Neubürgern; Entwicklung einer strategischen Zielsetzung und Abbau von Nutzungshemmnissen, speziell aufbereitetes Informationsangebot zur Mobilität.</li> <li>▪ <u>Initiierung von Projektwochen und Wettbewerben:</u> z. B. an Schulen, in Betrieben, Teilnahme am „Stadtradeln“, „Europäische Woche der Mobilität“, etc.</li> <li>▪ <u>Stadtweite Aktionen und Kampagnen:</u> z. B. autofreie Tage, Schnupperticket ÖV, „Fahrzeugschein als Fahrschein“ für einen bestimmten Zeitraum, Ernennung von prominenten Nahmobilitätsbotschaftern, Bewusstseinsbildung &amp; Imagekampagne.</li> <li>▪ <u>Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung</u> über Zeitungsartikel, Broschüren, Informationen auf dem städtischen Internetauftritt</li> <li>▪ <u>Durchführung von Kampagnen, Aktionstagen und öffentlichen Veranstaltungen</u> zum Thema umweltbewusste Mobilität mit Integration aller Verkehrsarten/ Verkehrsmittel (z.B. angelehnt an die „Kopf an – Motor aus“-Kampagne des Umweltbundesamtes)</li> <li>▪ <u>Integration des Mobilitätsthemas in übergreifende Kampagnen</u> bspw. zum Klimaschutz, zur Gesundheitsförderung oder zum Energiesparen (z.B. Klimakampagne Karlsruhe)</li> <li>▪ <u>Weitergehende Kampagnen und Aktionen</u>, z. B. in Abstimmung mit den städtischen Energieversorgungsdienstleistern und Verkehrsunternehmen (gratis ÖPNV-Monatskarte, kostenloses Leih-Pedelec für einen Monat oder CarSharing-Guthaben bei Bezug eines „grünen“ Strom-/ Gastarifes)</li> <li>▪ <u>Wettbewerbe mit Unternehmern, Handel und Gastronomen</u> zum Themenfeld umweltbewusste Mobilität und Auszeichnung von Betrieben/Gastronomen/Händlern, die ihre Wirtschaftsverkehre umweltfreundlich abwickeln</li> <li>▪ <u>Initiierung und Koordination von kommunalen und regionsweiten Netzwerken</u> für eine umweltfreundliche Mobilität, bspw. auch zur Umsetzung einer Elektromobilitätsstrategie (vgl. L 4)</li> </ul> <p><b>Abhängigkeiten/ Bezug zu anderen Maßnahmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>A 8</b> Handlungsfeld Fußverkehr - Öffentlichkeitsarbeit und Organisation</li> <li>▪ <b>B 9</b> Handlungsfeld Radverkehr - Öffentlichkeitsarbeit und Organisation/Marketingstrategien</li> <li>▪ <b>C 8</b> Handlungsfeld ÖPNV - Kommunikation und Marketing</li> <li>▪ <b>F 8</b> Handlungsfeld Einkaufs- und Tourismusverkehr - Serviceangebote, Information und Marketing</li> <li>▪ <b>H 5</b> Öffentlichkeitsarbeit und Kontrollen (ruhender Verkehr)</li> <li>▪ <b>I 6</b> Handlungsfeld Verkehrssicherheit - weitergehende Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit</li> </ul>								
<p><b>Wirkungs-Kosten-Klasse</b></p> <p><input type="checkbox"/> sehr hoch</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> hoch</p> <p><input type="checkbox"/> mittel</p> <p><input type="checkbox"/> niedrig</p>	<p><b>Priorität</b></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> hoch</p> <p><input type="checkbox"/> mittel</p> <p><input type="checkbox"/> niedrig</p>	<p><b>Umsetzungsfrist</b></p> <p><input type="checkbox"/> bis 2020</p> <p><input type="checkbox"/> bis 2025</p> <p><input type="checkbox"/> bis 2030</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Daueraufgabe</p>						
<p><b>regionsrelevant:</b> <input checked="" type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein</p>		<p><b>Akteure:</b> LHS, Saarbahn, weitere Partner...</p>						