

Mobilitätsprojekte in den Klima- und Energiemodellregionen – Leitfaden, Erfahrung, Inspiration

Wien, im Dezember 2017

Projektverantwortung:

Ulla Rasmussen

ulla.rasmussen@vcoe.at

Inhalt

Warum sollen sich Modellregionen um Mobilität kümmern?	4
Erfolgreiche Mobilitätsprojekte: Was muss bedacht werden?	6
Nutzengenerierung und Alltagstauglichkeit.....	7
Partnerschaften: Essentiell in der Umsetzung.....	7
Best-Practice Beispiele und Arbeitsgruppen	8
Kommunikation und wechselseitiger Austausch.....	8
Finanzielle Unterstützungen	9
Umgang mit Herausforderungen	9
Radfahr-Förderung für Pendelnde, Alltags- und Arbeitsplatzmobilität.....	10
Projekt WeizBike: Leihradssysteme für kleinere Städte erfolgreich umsetzbar.....	12
Projekt Österreich radelt zur Arbeit: Wie der Umstieg aufs Rad gelingt.....	14
Projekt Autofahren ist heilbar: Ordinationsfahrrad für Arztpraxen.....	15
Projekt „Muster Park & Ride Anlage des Landes Oberösterreich in Eferding“	16
und „Mit dem E-Bike zur S-Bahn – Erfahrungsbericht 1 Jahr nach Umsetzung.....	16
Projekt Fahrrad-Service-Boxen	17
Flexibler und attraktiver Öffentlicher Verkehr; Mikro-ÖV, Bürgerbusse und Aufwertung der Haltestelle 18	
Projekt ISTmobil Korneuburg: Mikro-ÖV an Haltepunkten	19
Projekt: Qualitative Aufwertung von Bushaltestellen im Tennengau	21
Arbeitsweg: Betriebliches Mobilitätsmanagement ändert die Mitarbeitermobilität.....	23
Projekt ECOPOINTS - umweltverträgliche Mitarbeitermobilität mit Belohnungssystem	23
Projekt ALPSTAR - Maßnahmen an Quelle und Ziel des Verkehrs ansetzen	25
Carsharing und Mitfahrbörsen	27
Projekt „flinc“	28
Umweltverträglicher Lieferverkehr.....	30
Projekt Dorfmobil und Dorfläden: Kooperation für mobile Nahversorgung	31
Projekt ÖKO-Log: Umweltverträgliche Lebensmittellieferung per Transportrad und Öffentlichem Verkehr vom Umland in die Stadt	32
Projekt kombiBUS Uckermark: Lieferverkehr mit öffentlichen Verkehrsmitteln	33
Projekt Essen auf Elektro-Transporträdern.....	34
Vorbildhafte Projekte im Bereich Tourismusmobilität.....	36
Projekt Hinterstoder sanft mobil	37

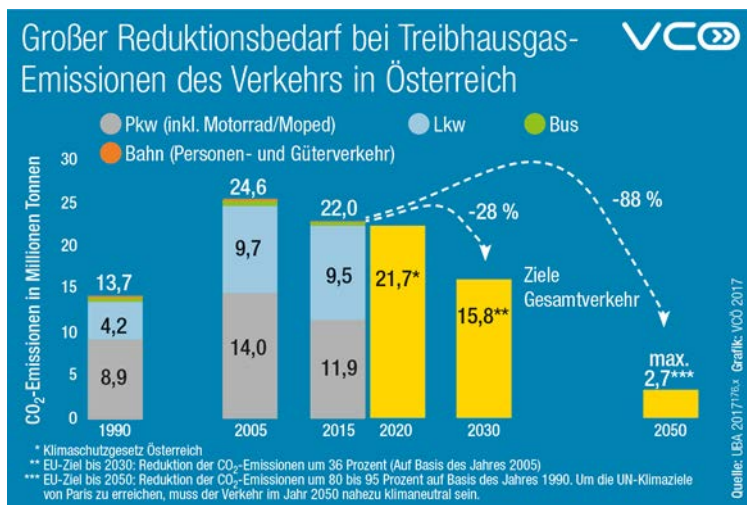
Projekt Barrierefreie, einfache Suche nach Wanderbussen: Bewusstseinsbildung für Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr zu Ausflugszielen.....	38
Projekt Mobilitätscoach Tirol: Beratungsleistungen für Tourismusbetriebe	39
Projekt Touristische Mobilitätszentrale Kärnten.....	41
Projekt KONUS – Kostenlose Nutzung des Öffentlichen Nahverkehrs für den Schwarzwaldurlaub	42
Kinder-, Jugend- und Schulwegmobilität	44
Projekt Sunnabüs’le Suldis.....	45
Projekt Jugend bewegt: Mobistar und Mobistar Master – Bewusstseinsbildung für umweltverträgliche Mobilität bei Schülerinnen und Schülern.....	46
Projekt BIKeline und BIKEcheckpoint: bewegungsaktive Mobilität am Schulweg.....	48
Projekt Klimafit zum Radlhit: Schulwege klimaverträglich zurücklegen	49
Projekt Weiki-Mobil Baden.....	50
Förderung des Gehens und kommunale Verkehrskonzepte.....	52
Projekt Gemeinsam Gehen – Gestaltung fußgängerverträglicher Sozialräume für Menschen 65plus.....	53
Projekt Freiraumkonzept zur Vernetzung von Wegen und Flächen	54
Projekt Tiroler Mobilitätssterne: Mobilitätsauszeichnung für Gemeinden	55
Herzlichen Dank	57

Warum sollen sich Modellregionen um Mobilität kümmern?

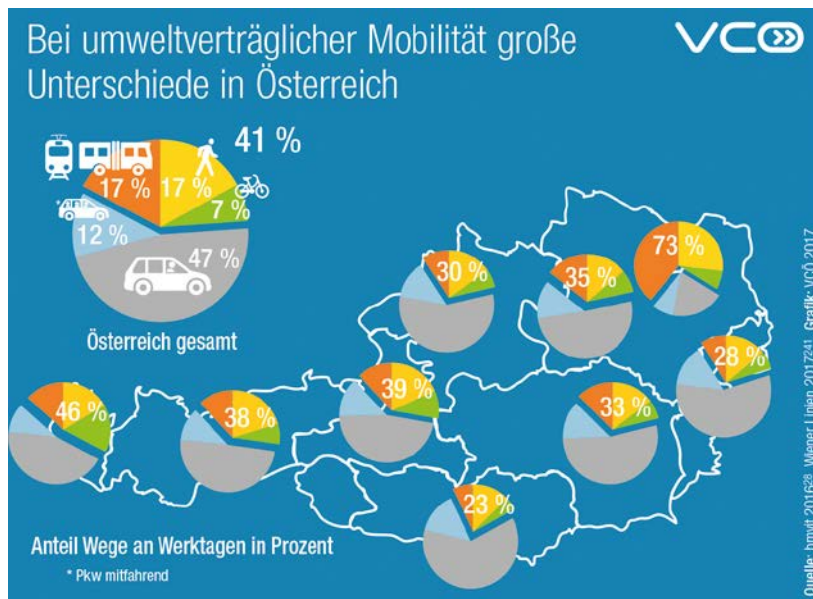
Das UN-Klimaabkommen von Paris bedeutet den weltweiten Ausstieg aus fossilen Energieträgern, um die Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad zu begrenzen. Dazu ist weitgehende Dekarbonisierung des Verkehrs nötig – auch in Österreich.

Der Verkehr ist noch nicht auf Klimakurs: Die Treibhausgas-Emissionen des Verkehrs haben zu- statt abgenommen. Im Jahr 2015 verursachte der Verkehr um rund 60 Prozent mehr klimaschädliche Gase als im Jahr 1990. Der Pkw-Verkehr ist dabei für mehr als die Hälfte der rund 22 Millionen Tonnen CO₂ verantwortlich. Pro Werktag legt die Bevölkerung in Österreich rund 275 Millionen Kilometer zurück, etwa ein Drittel mehr als im Jahr 1995, obwohl die Bevölkerungszahl im gleichen Zeitraum nur um acht Prozent zugenommen hat. Im Jahr 2015 betrug die Flächeninanspruchnahme des Verkehrs in Österreich bereits 2.065 Quadratkilometer, rund 28 Prozent mehr als noch im Jahr 1990.

Österreichs Verkehrs- und Infrastrukturpolitik geht von einem weiteren Zuwachs des Personenverkehrsaufkommens um 25 Prozent bis zum Jahr 2030 aus. Gleichzeitig strebt Österreich zur Einhaltung des UN-Klimaschutzabkommens bis zum Jahr 2050 einen weitgehend CO₂-neutralen Gesamtverkehr an. Das ist nur zu erreichen, wenn Energiebedarf und CO₂-Ausstoß sinken, indem nicht-emissionsfreier Verkehrsaufwand vermieden, auf klimaverträgliche Verkehrsmittel verlagert und der verbleibende Pkw-Verkehr elektrifiziert wird.



Die Klima- und Energiemodellregionen können hier eine wesentliche Rolle zur Unterstützung der notwendigen Transformation im Mobilitätsbereich einnehmen, und diese befördern, indem sie verstärkt Mobilitätsprojekte vorschlagen und durchführen. Es gibt große Unterschiede im Mobilitätsverhalten in Österreich. Daher müssen die Mobilitätsprojekte zu den betreffenden Regionen und den Bedingungen sowie Problemstellungen vor Ort, und zu den gegebenen Stakeholder, Partnerinnen und Partnern passen.



Im Rahmen des vom Klima- und Energiefonds finanzierten Leitprojekts „Klimaschutz-Potenziale der Klima- und Energie-Modellregionen im Bereich Mobilität“ wurden der Umfang und die Erfahrungen mit bisherigen Mobilitätsprojekten der Klima- und Energiemodellregionen (KMR) vom VCÖ untersucht. Von den Regionen, die schon Mobilitätsprojekte durchgeführt haben, wurden 22 ausgewählt und es wurde mit den Managerinnen und Managern dieser Klima- und Energiemodellregionen eine Telefonbefragung durchgeführt, um aus ihren Erfahrungen und Erkenntnissen Empfehlungen abzuleiten. Zusätzlich wurden 35 Mobilitätsprojekte ausgewählt, die für die Klima- und Energiemodellregionen interessante Erkenntnisse und Inspiration liefern können und die für diese Projekte verantwortlichen Personen wurden zu ihren Erfahrungen befragt.

Der vorliegende Leitfaden fasst zuerst die wichtigsten Erkenntnisse aus den Befragungen generell zusammen, um danach auf unterschiedliche Arten von Mobilitätsprojekten näher einzugehen. Durch diesen Leitfaden erhalten die Managerinnen und Managern der Klima- und Energiemodellregionen wichtige Anregungen für die Umsetzung neuer Mobilitätsprojekten. Es wird herausgearbeitet, welche Aspekte schon im Vorfeld zu beachten sind, um den nachhaltigen Erfolg der Projekte zu sichern.

Die Projekte sind unter folgende Überschriften zusammengefasst:

- Radförderung für Pendelnde, Alltags- und Arbeitsplatzmobilität
- Bedarfsorientierter Öffentlicher Verkehr und qualitative Aufwertung von Bushaltestellen
- Betriebliches Mobilitätsmanagement
- Umweltverträglicher Lieferverkehr
- Tourismusmobilität
- Kinder-, Jugend- und Schulwegmobilität
- Förderung des Gehens sowie kommunale Verkehrskonzepte

Bei den Projekten sind Kontaktdaten der verantwortlichen Person angegeben. Ergänzend lohnt sich ein Blick in die VCÖ-Projektdatenbank „Vorbildliche Mobilitätsprojekte“:

<https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/>

Erfolgreiche Mobilitätsprojekte: Was muss bedacht werden?

Die Befragungen ergaben einige wichtige Eckpfeiler, die zu berücksichtigen sind, wenn eine Modellregion ein Mobilitätsprojekt initiieren will, das längerfristig erfolgreich funktionieren soll. Das Projekt baut am besten auf bestehende gute Erfahrungen auf, liefert recht schnell sichtbare Maßnahmen und bezieht schon vor dem Beginn relevante Stakeholder, die vom eigenen Nutzen des Projekts überzeugt sind, ein.

Projekt muss ergebnisorientiert und erfolgversprechend sein

- Sichtbare und greifbare Maßnahmen innerhalb Wochen oder wenige Monate
- Referenzprojekte/Best practice Projekte aufzeigen
- Gute Planung mit Meilensteinen und Stakeholder-Einbindung

Projektmanagement stärken

- Fachlicher Austausch mit anderen KEMs
- Arbeitsgruppe zum Thema Mobilität gründen
- Persönliches Engagement nutzen (eigenes und von Personen vor Ort)
- Kontakte zu relevanten Stakeholdern aufbauen

Relevante Stakeholder frühzeitig einbinden

- Bürgermeister und Bürgermeisterinnen
- Amtsleitung
- Unternehmen aus der Region
- Engagierte Bürger und Bürgerinnen
- Rechtsexperten

Nutzen für die Partner hervorheben

- Steigerung des Bekanntheitsgrades des Ortes, von Personen oder Unternehmen
- Gewinn für die lokale Wirtschaft
- Neue Geschäftsmodelle
- Imagegewinn für den Ort, von Personen oder Unternehmen

Nachhaltigen Erfolg sichern

- Nutzen für die Bevölkerung der Gemeinden darstellen
- Alltagstauglichkeit prüfen
- Effektiv für den Klimaschutz
- Finanziell gewinnbringend
- Beitrag zur Bewusstseinsbildung

Nutzengenerierung und Alltagstauglichkeit

Als erfolgreich wird ein Projekt dann eingestuft, wenn es von der Bevölkerung angenommen und genutzt wird und für die Region in puncto Klimaschutz und finanziell gewinnbringend ist. Eine Maßnahme muss für dauerhaften Erfolg außerdem alltagstauglich sein sowie einen Beitrag zur Bewusstseinsbildung leisten. Wichtig ist dabei, dass das Angebot zur Nachfrage und zu der betreffenden Gemeinde passt, denn nur wenn diesbezüglich eine Abstimmung erfolgt, besteht Aussicht auf langfristigen Erfolg.

Nachahmenswerte Projekte haben für die Bevölkerung sowie für die Gemeinden einen großen Zusatznutzen. So tragen diese auch zur Bewusstseinsbildung bei und sorgen bei entsprechendem Marketing für verstärkten Tourismus in der Region. In abgelegenen Gemeinden können Maßnahmen im Mobilitätsbereich wie Sammeltaxis, E-Carsharing auch der Mobilitätssicherung dienen.

(E-)Carsharing und E-Mobilität werden in 20 von 22 der befragten Klima- und Energie-Modellregionen gut angenommen. Vor allem deshalb, weil solche Maßnahmen lediglich einer geringen Veränderung des eigenen Mobilitätsverhaltens bedürfen. Zudem lässt sich auch E-Carsharing leicht umsetzen, da der Ausbau der Ladeinfrastruktur durch die Gemeinde nur einen geringen baulichen und zeitlichen Aufwand erfordert. Als erfolgreich wurden von 60 Prozent der Befragten Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung bewertet. Diese hatten den Effekt, dass sowohl Bevölkerung als auch Politik für Mobilitätsthemen gewonnen werden konnten. Projekte aus den genannten Bereichen stoßen bei potenziellen Partnern auch auf besonderes Interesse – auch hier liegt die Begründung vor allem in der leichten Umsetzbarkeit.

Partnerschaften: Essentiell in der Umsetzung

Ganz wichtig ist ein fundiertes Stakeholder-Management und die rechtzeitige Einbindung aller wichtigen Stakeholder und der regelmäßigen Austausch mit den jeweiligen Partnerinnen und Partnern. Zu den bedeutendsten Stakeholdern zählen bei der Umsetzung von Projekten in der Region die Gemeinden und hier besonders auch Bürgermeisterinnen und Bürgermeister und Amtsleiterinnen und Amtsleiter – in der Stadt wird die Unterstützung des Magistrats als wichtig erachtet. Im Zuge der Verwirklichung von Maßnahmen im Bereich E-Mobilität und (E-) Carsharing können auch Unternehmen aus der Region sowie engagierte Bürgerinnen und Bürger, die ihre Pkws für Sharing-Projekte bereitstellen und Netzwerke gründen, sehr wichtig sein. In Regionen, die vom Tourismus geprägt sind, spielen auch lokale Tourismusbetriebe sowie Tourismusvereinigungen eine wichtige Rolle.

Eine Unterstützung der Bürgermeisterin beziehungsweise des Bürgermeisters ist besonders wichtig. Weiters ist darauf zu achten, dass von der Idee bis zur Umsetzung der Maßnahme nicht zu viel Zeit verstreicht. Sind Bürgermeisterin oder Bürgermeister und Bevölkerung an einem Projekt interessiert, wird es in der Regel gerne gesehen, wenn dargestellt werden kann, dass sich ein Projekt innerhalb relativ kurzer Zeit - etwa innerhalb eines halben Jahres - realisieren lässt und Ergebnisse erzielt werden. Ziel sollte es außerdem sein, innovative Projekte ins Leben zu rufen, um so zur Vorzeigeregion zu werden – allerdings ist immer darauf zu achten, dass die jeweilige Maßnahme zur Region und deren Raumstruktur passt und der Nachfrage in der Bevölkerung entspricht, wie etwa das Leuchtturmprojekt City-Bus in Hartberg,

Zur Mitwirkung an Projekten lassen sich – potenzielle - Partner unter anderem durch PR und gutes Marketing („Klimaschutz ist sexy“) bewegen sowie durch die Aussicht auf nachhaltige Veränderung im Verkehrs- und in weiterer Folge im Umweltbereich, durch Steigerung des Bekanntheitsgrades der Gemeinde sowie wirtschaftlichen Gewinn für die lokale Wirtschaft. Idealerweise ist ein Projekt außerdem so gestaltet, dass daraus Geschäftsmodelle entstehen können. Gut eignen sich hierfür laut KEM-Managerinnen und -Managern Maßnahmen im Bereich (E-)Carsharing, da Ergebnis und Erfolg innerhalb weniger Wochen bis Monate sichtbar sind. Auch persönliches Engagement der verantwortlichen KEM-Managerinnen und -Manager in Bezug auf Klimaschutz stellt eine wichtige Motivation für die Realisierung klimaverträglicher Mobilitätsprojekte dar.

Die Unterstützung durch die Projektpartnerinnen und -partner sorgte bei vielen KEM-Managerinnen und -Managern dafür, dass die geplanten Maßnahmen (zeitnah) umgesetzt werden konnten. Unter anderem wurde durch die Kontakte das Entstehen von Kooperationen begünstigt, finanzielle Unterstützungen und Infrastruktur bereitgestellt sowie im Rahmen von Fachgesprächen das entsprechende Know-How vermittelt.

Best-Practice Beispiele und Arbeitsgruppen

Um wichtige und auch neue Projektpartnerinnen und -partner mit ins Boot zu holen, empfiehlt es sich, Best-Practice-Beispiele im Mobilitätsbereich aufzuzeigen – als Positivbeispiel können etwa Nachbargemeinden mit ähnlichen Projekten dienen. Von Vorteil ist des Weiteren ein konkreter Ablaufplan von der Idee bis zur Umsetzung – im Zuge dessen ist es notwendig, sowohl Politik als auch die Bevölkerung in den Prozess der Umsetzung mit einzubinden.

Die Mehrzahl der KEM-Managerinnen und -Manager gelangte durch bereits bestehende Kontakte in den Gemeinden zu politischer und gesellschaftlicher Unterstützung – von Vorteil kann diesbezüglich auch eine Mitgliedschaft in Arbeitsgruppen zum Thema Mobilität sein. Befragte KEM-Managerinnen und -Manager, die Mitglied in einer solchen Gruppe waren, haben diese entweder selbst gegründet oder sind einer bereits bestehenden Arbeitsgruppe oder einem Verein beigetreten – in rund 30 Prozent der befragten Klima- und Energiemodellregionen konnte dadurch Unterstützung für Mobilitätsmaßnahmen gewonnen werden. Auch die Mitgliedschaft in anderen Gremien wie dem Abfallverband sowie die Tätigkeit als Stadtrat wurde in Bezug auf die Realisierung von Mobilitätsprojekten als Vorteil genannt.

Kommunikation und wechselseitiger Austausch

Als besonders wichtig wird der regelmäßige Austausch der KEM-Managerinnen und -Manager untereinander angesehen. Hilfreich für die Umsetzung ist es, in vergleichbare Gemeinden mit ähnlichen Projekten das Gespräch und den Austausch mit den Verantwortlichen zu suchen. Wichtige Ansprechpersonen stellen aufgrund ihrer Erfahrung bei der Realisierung von Mobilitätsprojekten zudem die Bürgermeisterinnen oder Bürgermeister der jeweiligen Gemeinden dar.

Um Fehler in der Projektkonzeption, wie eine mangelhafte Einschätzung des zeitlichen und finanziellen Aufwandes, zu vermeiden, sind wichtige Stakeholder möglichst früh in das Projekt einzubinden. Bei manchen Projekten ist es hilfreich, Rechtsexpertinnen und -experten beizuziehen und deren Rat einzuholen. Essenziell ist des Weiteren eine gute Kommunikation zwischen Gemeinden, den Auftraggebern, den Auftragnehmern und der Bevölkerung.

Projekte können leichter umgesetzt werden, wenn in der Region bereits Strukturen und Netzwerke bestehen, auf die aufgebaut werden kann, sowie wenn bereits eine gewisse Kooperationskultur besteht, die als Ausgangsbasis genutzt werden kann.

Immer wieder hervorgehoben wird auch die Wichtigkeit einer umfangreichen und professionellen Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit. Deren Wichtigkeit für die Bekanntheit, Nutzung und Erfolg des Projektes wird sowohl von den interviewten KEM-Managerinnen und -Managern, als auch von den interviewten Mobilitätspreis-Projektverantwortlichen hervorgehoben.

Finanzielle Unterstützungen

Alle KEM-Managerinnen und -Manager erhielten bei der Realisierung von Mobilitätsprojekten finanzielle Unterstützung. Um Finanzierungen im Mobilitätsbereich sicherzustellen, bedarf es Förderungen, Firmen, die einem entgegenkommen, politische Unterstützung sowie Programme, auf die die zuständige Fachkraft zurückgreifen kann. Um Unterstützung zu erhalten, sollten KEM-Managerinnen und -Manager auf Kontakte zu Personen mit Rechtsexpertise, in der Politik sowie in der Gemeinde- und Stadtverwaltung zählen können.

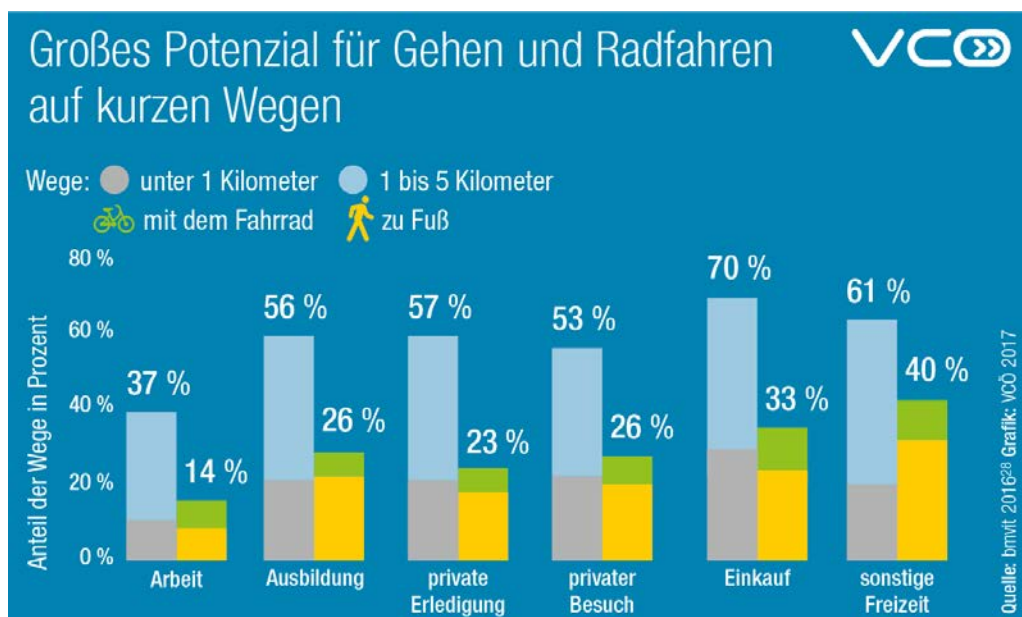
Umgang mit Herausforderungen

Stolpersteine stellen vor allem eine mangelhafte Finanzierung sowie zu wenig Begeisterung oder Interesse seitens der Bevölkerung dar. Auch die Ablehnung einer Idee seitens der Politik kann bei der Realisierung einer Mobilitätsmaßnahme ein erhebliches Hindernis sein. Aus diesem Grund ist schon in der Ideenphase von den KEM-Managerinnen und -Managern viel Überzeugungsarbeit zu leisten.

Ist das Interesse der Einwohnerinnen und Einwohner einer Region an Mobilitätsprojekten gering, sollte versucht werden, dieses durch Informationsveranstaltungen zu wecken. Durch eine ausgereifte Planung und die Unterstützung durch die Gemeinden kann mangelhafter Finanzierung entgegengewirkt werden. Zu lange Vorlaufzeit sowie zu hoher organisatorischer Aufwand lassen sich durch eine durchdachte Projektplanung abschätzen und eindämmen.

Radfahr-Förderung für Pendelnde, Alltags- und Arbeitsplatzmobilität

Projekte zur Radförderung können an unterschiedlichen Punkten ansetzen: Neben Ausbau und Lückenschlüssen von Radwegverbindungen trägt die Schaffung sicherer und wettergeschützter Abstellmöglichkeiten zur Verbesserung der Radinfrastruktur bei. Leihradsysteme unterstützen die Verlagerung von mit dem Auto zurückgelegten Wegen auf das Fahrrad, als Anschlussmobilität für das Pendeln mit dem Öffentlichen Verkehr oder für kurze Wege im innerstädtischen Bereich. Dabei zeigt sich eine zunehmende Nachfrage nach E-Bikes.



Auf betrieblicher Ebene ist die Teilnahme an österreichweit durchgeführten Radfahr-Motivations-Kampagnen mit Gewinnmöglichkeiten eine Möglichkeit, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Zuge der Aktion zum Umstieg auf das Fahrrad zu bewegen. Wird die gewohnheitsmäßige Pkw-Nutzung unterbrochen und werden neue Mobilitätsmuster über einen gewissen Zeitraum ausprobiert und internalisiert, also „gewohnt“, werden diese stärker als Alternative zum Auto wahrgenommen und beibehalten. Für kleinere Unternehmen ist die verstärkte Nutzung des Fahrrads für dienstliche Zwecke sinnvoll. Bei Arztpraxen hat die Nutzung eines „Ordinationsfahrrads“ einen Gesundheitsnutzen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und hat als gesunde Bewegung Vorbildwirkung für den Patientinnen und Patienten. Auch reduziert eine verstärkte Nutzung des Fahrrads die Mobilitätsausgaben deutlich.

Dass Radfahren zunehmend wieder als „hip“ empfunden und mit „urban lifestyle“ verbunden wird, kommt auch einer Förderung des Radfahrens zugute.

Partnerschaften: KEM-Managerinnen und -manager gaben an, dass die ARGE Fahrrad, die Radlobby und der Fahrradhandel wertvolle Partnerinnen und Partner für Radfahrprojekte darstellen, die auch wichtige Informationsarbeit leisten. Hervorgehoben wird auch der Gesundheitsaspekt des Radfahrens als Motiv für die Radfahrförderung. Auch die Interviewpartnerinnen und Interviewpartner von beim VCO-Mobilitätspreis ausgezeichneten Projekten, haben das zunehmende Interesse an E-Bikes und deren Relevanz hervorgehoben.

Diese stellten sich als hilfreich und praxistauglich auch für Strecken in hügeligen und bergigen Regionen heraus. Vom Rad fahren abschreckende Aspekte wie fehlende Kondition, hohe Verausgabung, langsames Vorwärtskommen haben hier rasch an Bedeutung verloren. Bei der Nutzung von E-Bikes ist der Spaßfaktor hoch und wird auch der Kostenfaktor mittlerweile anders bewertet: Sie stellen ein Statussymbol dar und dürfen auch etwas teurer sein.

Radfahrförderung über spielerische Radfahr-Motivationskampagnen mit Gewinnchancen, Preisen und Wettbewerben, wie etwa „Österreich radelt zur Arbeit“ oder „ECOPOINTS“ zu gestalten ist auch für Regionen eine gute ergänzende Möglichkeit, in denen es Vorbehalte gibt, Auto-Parkflächen für den Radverkehr zu nutzen. Immense Wichtigkeit kommt bei solchen Projekten der Bekanntmachung durch ein starkes, wiederholtes Marketing und professionelle Öffentlichkeitsarbeit zu, um das Projekt im Bewusstsein der pendelnden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und der Kundinnen und Kunden zu verankern. Nicht zu unterschätzen sind auch die Vorbildwirkung und Präsenz von Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern, Ärztinnen und Ärzten etc. und ein klares Bekenntnis zu umweltverträglicher Mobilität in der Öffentlichkeit bei solchen Projekten.

Bei Projekten mit einem umfangreicheren Konzept, größerer Reichweite und erhöhtem Kostenaufwand sind Partnerschaften mitunter auf unterschiedlichen Ebenen erforderlich: Zur finanziellen Projektförderung - beispielsweise auf Landesebene, zur Umsetzung technischer Maßnahmen etwa beauftragte Firmen, Bauamt oder Bauhof auf Gemeindeebene, zur inhaltlichen Begleitung oder als Toröffner für betriebliche Mobilitätsmaßnahmen Mobilitätsbeauftragte von Firmen. Richtige Ansprechpersonen und Unterstützung seitens der Verwaltungsebene sind für das Gelingen vieler Projekte im Mobilitätsbereich unumgänglich.

Für kleine Betriebe, die Fahrräder für Dienstwege anschaffen, sind inhaltliche sowie ausführende Partnerschaften weniger relevant. Es bestehen aber Möglichkeiten von Förderung der Anschaffung etwa von Reichweite erhöhenden E-Bikes, von Transporträdern oder Radabstellanlagen.¹

Erfolgsfaktoren: Es besteht großes Interesse und Nachfrage nach Angeboten, die mit E-Bikes verbunden sind. Essentiell sind die Unterstützung und das Mittragen des Projektes durch Partnerschaften, vor allem in den Bereichen Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, auch längerfristig, um das Angebot im Bewusstsein der potenziellen Zielgruppe präsent zu halten.

Herausforderungen: Die Sicherstellung der Finanzierung von Projekten, die sich mit Radförderung und Radinfrastruktur befassen, ist eines der Hauptthemen. Trotz einiger positiver Beispiele ist die betriebliche Bereitschaft, selbst Geld für die Radförderung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in die Hand zu nehmen, noch nicht Teil der Unternehmenskultur in Österreich.

Neben Förderungen zur Projektinitiierung in den ersten Jahren ist die langfristige Projektfinanzierung abzuklären. Hier braucht es eine veränderte Wahrnehmung der Kosten, die Pkw-Pendelnde verursachen. Stetig steigende Zahlen im Pendelverkehr führen zu einem wachsenden Bedarf an Stellplätzen etwa am Zielort oder an den Schnittstellen zum Öffentlichen Verkehr. Das erfordert kostenintensive Neuerrichtungen von Abstellflächen und verursacht weitere Flächenversiegelung sowie Umweltbelastung.

Finanzierung: Die finanziellen Aufwendungen unterscheiden sich je nach Projekt erheblich. Während für die Anschaffung eines Betriebsfahrrads nur geringe Kosten anfallen, ist der technische Infrastrukturausbau teuer. Häufig bestehen Möglichkeiten, von öffentlichen Stellen und Institutionen Fördergelder zu erhalten. Durch Nutzungsentgelte können die laufenden Kosten teilweise abgedeckt werden. Eine völlige Kostendeckung ist in den meisten Fällen nicht gegeben. Hier sollte aber mitbedacht werden, dass Kosten für sonst erforderliche andere Maßnahmen, wie die Schaffung von zusätzlichen Abstellplätzen, eingespart werden.

¹ Siehe auch: https://www.klimaaktiv.at/foerderungen/rad_foerderungen.html

Projekt WeizBike: Leihradsysteme für kleinere Städte erfolgreich umsetzbar

Ansprechpartner: Ingo Reisinger
Kontakt Daten: Tel.: 0316-8772230, ingo.reisinger@stmk.gv.at
Projektlaufzeit: seit dem Jahr 2015

Links: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/weizbike?rpage=2&oder4=2016>
www.weiz.at/sport-freizeit/weizbike

Die Idee war die Implementierung eines flächendeckenden Fahrradverleihsystems in Verbindung mit der bestehenden Handelskarte WEIZCARD, wodurch Synergieeffekt genutzt werden konnten. Das Projekt als Teilbereich sanfter Mobilität fügt sich in das neue Mobilitätskonzept der Stadt Weiz (8.850 Einwohnerinnen und Einwohnern)

Über die gesamte Stadt Weiz verteilt wurden an viel frequentierten Stellen wie Siedlungsgebieten und Nahverkehrs-drehscheiben insgesamt 11 Stationen mit 80 Fahrrädern, davon 20 E-Bikes, errichtet. In Verbindung mit der WeizCard Deluxe wurde das Verleihsystem ermöglicht. Dies ist eine Handelskarte an der mittlerweile 70 Betriebe teilnehmen. Sie wird von über 10.000 Personen genutzt und kostet einmalig 5 Euro.



Auch in kleineren Städten können Leihradsysteme erfolgreich implementiert werden. Wie in großen Städten soll das Angebot dazu anregen, kurze Fahrten vom Auto aufs Rad zu verlagern. ©QiGitiv

Es ist wichtig, ein System zu finden, das ein unkompliziertes, rasches und kostengünstiges Entleihen ermöglicht. Als Win-Win-Situation hat sich die Kombination mit der regionalen Kundenbindungskarte herausgestellt, über die das Leihsystem bedient werden kann. Dadurch wird die Förderung des regionalen Handels durch regionale Kaufkraftbindung mit dem bewegungsaktiven Mobilitätsangebot des Radfahrens verbunden.

Die Stationen wurden an zentralen Punkten sowie im Siedlungsgebiet installiert, wo viele potenzielle Nutzerinnen und Nutzer Zugriff haben. Durch die Nähe zu größeren Wohnanlagen werden beispielsweise Berufstätige angesprochen, für kurze Wege zur Arbeit das Leihrad anstatt des Autos zu nutzen.

Zielgruppe sind all jene Personen, die Möglichkeiten haben, Rad zu fahren und die sich im geschäftsfähigen Alter befinden, um die Handelskarte zu besitzen. Es handelt sich um kein touristisch ausgerichtetes Radleihsystem, sondern es ist in erster Linie für die Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt gedacht, um kurze Wege mit dem Rad zu erledigen. In einem weiteren Schritt wurden auch Vereinbarungen mit Beherbergungsbetrieben getroffen, wo Gästen auch zur kurzzeitigen Nutzung Karten zur Verfügung gestellt werden.

Am stärksten genutzt werden die leihbaren E-Bikes. Diese werden so gut angenommen, dass die Tendenz dahin geht, sämtliche Neuanschaffungen als E-Bikes zu tätigen. Durch ein eigenes Branding sind die Räder schnell als Leihräder zu erkennen und bekommen im Stadtbild eine klare Position. Anfängliche Bedenken hinsichtlich Vandalismus haben sich schnell zerstreut.

Partnerschaften: Hilfreich ist die Unterstützung durch Partnerschaften bei der Abwicklung der Förderanträge sowie der Ausschreibung der Leistungen. Bei der Begutachtung der – potenziellen – Standorte ist die Unterstützung durch das Bauamt erforderlich, ebenso bei der Errichtung des Fundaments für die Stationen sowie bei der Stromversorgung, wo auch der Bauhof mitwirkte. Je nach Modell kann der Bauhof auch die Servicierung der Räder übernehmen, während beispielsweise Stadtmarketing oder Mobilitätsbüro für die Abrechnung verantwortlich sein können.

Neben einer durchdachten Verteilung der Stationen in der Stadt ist es wichtig, dass die Fahrräder in gutem Zustand sind und regelmäßig serviciert werden. Hier steht der Gedanke, als Stadt eine Serviceleistung für umweltverträgliche Mobilität anzubieten, im Vordergrund, denn der Erhalt ist mit Kosten verbunden und diese werden durch das geringe Benutzungsentgelt nicht gedeckt. Die Bereitschaft, Geld in ein solches System zu investieren, muss also vorhanden sein.

Finanzierung: durch eine LEADER-Förderung konnte eine Förderquote von 50 Prozent erreicht werden, sowohl für die Anschaffung der Infrastruktur, als auch für Konzept und Werbung.

Anfänglichen Widerständen und der Skepsis, wieso ein solches Modell, das eher aus Großstädten bekannt ist, in einer kleineren Stadt umgesetzt werden soll, wurde mit viel Überzeugungsarbeit und Geduld begegnet. Dass das System auch in anderen kleineren Städten auf Interesse stößt, verstärkt das Gefühl auf dem richtigen Weg zu sein. Auch Umlandgemeinden, die gleichzeitig Einzugsgebiete für den Pendelverkehr sind, sind zunehmend daran interessiert, die Leihstationen auf ihre Gebiete auszuweiten. Bei Kostenübernahme für die neuen Stationen ist das natürlich möglich.

Zu Beginn ist eine massive Bewerbung erfolgt, um die Bekanntheit des Leihradsystems in der Bevölkerung zu verankern. Die Bewerbung in unterschiedlichen Medien und Kanälen wird nach wie vor weitergeführt, um das Projekt im Bewusstsein der Bevölkerung zu halten. Eine Nachahmung des Projektes zur Förderung des Radfahrens als Alternative zur Autonutzung auf kurzen Strecken lohnt sich also, bei Bereitschaft Geld zu investieren, denn Einnahmen werden nicht erzielt.

Projekt Österreich radelt zur Arbeit: Wie der Umstieg aufs Rad gelingt

Ansprechpartner: Alec Hager
Kontaktdaten: Tel. 01-919 50 19, alec.hager@radlobby.at
Projektlaufzeit: seit dem Jahr 2010
Links: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/id-10349?suchstr=radelt+zur+arbeit>
www.radeltzurarbeit.at

Es handelt sich um eine Kampagne mit österreichweiter Dachmarke, die nach internationalem Vorbild in einem Aktionsmonat Mitarbeitende von Betrieben und Gemeinden über Anreize und Argumente zum täglichen Rad fahren für den Weg zur Arbeit motiviert.

Zentrale Motivationsanreize von „Österreich radelt zur Arbeit“ sind spielerischer Wettbewerb und attraktive Sachpreise. Die Mitradelnden können niederschwellig sowohl über das Onlineportal als auch über Printprodukte teilnehmen. Auf Grundlage von gemeinsamer Betriebszugehörigkeit werden Teams gebildet. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Teilnehmenden sollten innerhalb des Aktionsmonats Mai das Ziel erreichen, an 50 Prozent ihrer individuellen Arbeitstage mit dem Rad oder einer intermodalen Kombination von Rad und Öffentlichem Verkehr zur Arbeit zu kommen.

Für viele Menschen sind die Wegstrecken zur Arbeit leicht mit dem Fahrrad bewältigbar. Bei der Teilnahme an einer österreichweiten Radfahrmotivationskampagne werden, häufig auch über die Unternehmen selbst promotet, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu angeregt, Wege zur Arbeit mit dem Rad zurückzulegen. Dadurch, dass Neues ausprobiert wird, lassen sich Mobilitätsgewohnheiten leichter ändern und das Radfahren im Alltag stärken.

Die Kampagne hat steigende Teilnahmezahlen sowie eine steigende Kilometerleistung. Beachtlich ist, dass jedes Jahr rund 25 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer Noch-Nicht-Alltagsfahrende sind. Damit wird das Ziel, individuelle Mobilitätsänderungen herbeizuführen, erreicht. Das Projekt stößt bei Unternehmen, Medien, Gemeinden sowie Teilnehmerinnen und Teilnehmern auf reges Interesse.

Teilnehmende Unternehmen unterstützen die Kampagne auch dadurch, dass sie selbst spezielle Radwettbewerbe und Aktionen anschließen, um ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Teilnahme zu motivieren.

Partnerinnen und Partner in der Umsetzung sind die Landesverwaltungen, hier speziell die Radkoordinationsstellen, das BMLFUW sowie Sponsoren und die teilnehmenden Unternehmen.

Die **Finanzierung** erfolgt über Förderungen und Aufträge des BMLFUW sowie der Länder. Eine direkte Teilnahmefinanzierung durch die Betriebe war nicht realisierbar. Geld für Förderung der Fahrradnutzung aufzuwenden, ist noch kaum Teil der österreichischen Unternehmenskultur.

Im Hinblick auf die **Zielgruppenansprache** hat sich direkte Kommunikation bewährt, sowie die Zusammenarbeit mit direkten Ansprechpersonen in den Betrieben, die das Projekt innerbetrieblich unterstützen. Die radfahrenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden durch die Gamification der Kampagne, wie Radeln in Teams, Aktionen, Gewinnspiel, zusätzlich angesprochen.

Projekt Autofahren ist heilbar: Ordinationsfahrrad für Arztpraxen

Ansprechpartnerin: Frau Brandhuber, Ordination Dr. Arno Brandhuber
Kontaktdaten: Tel.: 0463-47 2 36, brandhuber@speed.at
Projektlaufzeit: ab dem Jahr 2013
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/autofahren-ist-heilbar?suchstr=arzt>

Ziel ist die Förderung des Radfahrens in und um eine Hausarzt-Ordination, zum Zweck der Verringerung der Umweltbelastung und der Verbesserung der Gesundheit von Angestellten, Patientinnen und Patienten. Neben den Fahrten zu und von der Ordination werden auch alle organisatorisch erforderlichen Fahrten und alle Hausbesuche mit dem Fahrrad erledigt.

Das hat auch Vorbildwirkung für Patientinnen und Patienten.

Der Einsatz von Dienstfahrrädern ist für viele große und kleinere Unternehmen eine Möglichkeit, besonders kürzere Strecken - ein E-Bike erweitert das Bewegungsgebiet noch einmal erheblich. Im städtischen Bereich bedeutet die Nutzung des Fahrrads oft auch einen zusätzlichen Zeitgewinn, indem eine eventuelle Parkplatzsuche wegfällt. Das Fahrrad kann ebenfalls zum Träger einer Botschaft oder unternehmerischen Positionierung werden, zumal Fahrräder auch zunehmend Lifestyle-Statements sind und Radfahren wieder „in“ ist.

Ordinationsfahrräder für Arztpraxen entfalten eine große Vorbildwirkung. Besonders wenn diese auch durch die Ärztin oder den Arzt sichtbar genutzt werden, ahmen das Patientinnen und Patienten eher nach.

Das Auto durch ein Ordinationsfahrrad zu ersetzen, sorgte bei den Patientinnen und Patienten zuerst für Verwunderung und Skepsis. Diese anfängliche Skepsis legte sich aber bald. Es zeigten sich schnell Erfolge, die auf die Vorbildwirkung der Ärztin beziehungsweise des Arztes zurückzuführen sind. Veränderungen im Bewusstsein und Mobilitätsverhalten der Patientinnen und Patienten wurden bemerkbar. Viel mehr kamen zu Fuß oder mit dem Rad in die Ordination. Und das Radfahren wurde auch vermehrt angesprochen und thematisiert. So war die Vorbildwirkung auch Hauptmotivation, um Patientinnen und Patienten auch selbst dazu zu animieren, sich mehr zu bewegen. Ratschläge und Anregungen der Ärztin oder des Arztes zu mehr Bewegung erhalten dadurch mehr Glaubwürdigkeit und Authentizität. Es sollte von Beginn weg mit einer guten Ausrüstung gestartet werden. Dies erleichtert die Umsetzung. Dazu gehören neben einem für die Einsatzregion passenden (E-)Fahrrad eine gute Regenausrüstung sowie gegebenenfalls eine Anpassung des Rades für Gepäcktransporte durch Adaption des Gepäckträgers oder ähnliches.

Die **Zielgruppenansprache** erfolgt einerseits durch die Vorbildwirkung der Ärztin beziehungsweise des Arztes. Andererseits auch über Gewinnspiele, Karten, auf denen Patientinnen und Patienten, die zu Fuß oder mit dem Rad in die Praxis kommen Stempel sammeln, als Basis für die nachfolgende Preisverlosung.

Herausforderung und Potenzial: Das Auto hat für viele Ärztinnen und Ärzte nach wie vor eine hohe Bedeutung als Statussymbol. Naheliegend und wichtig wäre ein Interesse von Ärztekammer und Krankenkassen, Maßnahmen wie das Ordinationsfahrrad zu unterstützen und zu kommunizieren. Das Projekt kann sehr leicht nachgeahmt werden, da zur Umsetzung nicht viele Ressourcen erforderlich sind.

Projekt „Muster Park & Ride Anlage des Landes Oberösterreich in Eferding“ und „Mit dem E-Bike zur S-Bahn – Erfahrungsbericht 1 Jahr nach Umsetzung

Ansprechpartner: Christoph Wöss
Kontakt Daten: Tel.: 0732-78 36 38 – 0, mobil: +43 (0)676 / 9080065 c.woess@innovametail.at
Projektlaufzeit: Konzeption im Jahr 2012, Umsetzung im Jahr 2013
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/muster-park-ride-anlage-des-landes-ooe-in-eferding?oder4=2013>

Ziel des Pilotprojektes „Park & Ride Anlage Eferding“ ist, mehr Personen zur Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln zu bewegen. Zentrales Thema dabei ist die Schaffung einer attraktiven Verkehrshaltestelle als intermodale Schnittstelle. Durch den Einsatz von qualitativ hochwertigen Fahrradgaragen inklusive Lademöglichkeit für E-Fahrräder, kombiniert mit herkömmlichen Fahrradabstellanlagen, Überdachungen und einer einfachen Bedienung der Anlage, wird eine neue Art einer intermodalen Schnittstelle geschaffen. Die Fahrradgaragen können mittels Bankomat oder Kreditkarte bedient werden. Fahrräder samt Gepäck können diebstahl- und vandalismusgeschützt verwahrt und E-Bikes gleichzeitig aufgeladen werden.

Interesse und Nachfrage der Verwendung von E-Bikes im Pendelverkehr nehmen zu. Maßnahmen, die die Nutzung von Fahrrädern und E-Bikes fördern, sind beispielsweise auch Mietangebote über längere Zeiträume, inklusive Servicierung für E-Bikes. Ebenso das Aufstellen sicherer Fahrrad-Garagen, die nach Möglichkeit auch mit Anschlüssen zum Laden von E-Bikes ausgerüstet sind. Solche Angebote unterstützen die Verlagerung von Pkw-Fahrten auf der „letzten Meile“ aufs (E-)Rad. Außerdem sind sie eine kostengünstige und umweltverträgliche Alternative zu Errichtung oder Ausbau von Stellplätzen für den Auto-Pendelverkehr an Haltestellen des Öffentlichen Verkehrs im Umland von Ballungszentren.

Partnerschaften: Maßnahmen, die auf die Errichtung und Förderung von Mobilitätsschnittstellen zwischen Öffentlichem Verkehr und Radfahren abzielen, erfordern Partnerschaften, die Umsetzung und Bewerbung unterstützen. Verlässliche Partnerschaften sind für den Erfolg solcher Projekte essentiell. Dazu gehören die Unterstützung der Auftraggeber beziehungsweise der Öffentlichen Hand und der betreffenden Verkehrsunternehmen. Radinfrastrukturangebote und -anlagen für Anschlussmobilität bekannt zu machen und sie zu bewerben, ist ebenfalls ein Schlüssel zum Erfolg. Ohne ein entsprechendes Marketing und kontinuierliche Informations- und Öffentlichkeitsarbeit kann es passieren, dass gute Angebote wenig genutzt werden.

Die Abstimmung zwischen den Partnerinnen und Partnern und eine fortgesetzte Bewerbung des Angebotes, um das Interesse der Zielgruppe zu wecken und aufrecht zu erhalten, tragen maßgeblich zum Erfolg bei – und in der Folge auch dazu, ob das System positive Resonanz erfährt und in weiterer Folge auch ein Ausbau angedacht wird.

Herausforderungen: Es braucht die Bereitschaft, Geld in Radinfrastruktur zu investieren, sowie Fördermöglichkeiten. Außerdem ist ein Berücksichtigen der wahren Kosten von Pkw-Parken an den Haltestellen im Vergleich zu sicheren Radabstellmöglichkeiten für (E-)Bikes wichtig. Denn einerseits werden an den Haltestellen zunehmend Flächen aufgekauft, um für mit dem Pkw zum Zug fahrende Pendlerinnen und Pendler Abstellflächen zu schaffen, die etwa 10.000 Euro pro Stellplatz kosten. Andererseits wird für die wesentlich kostengünstigere E-Bike-Infrastruktur kein Geld in die Hand genommen. Mit dem Ausbau von Pkw-Stellflächen geht auch eine fortschreitende Flächenversiegelung, einher.

Für E-Fahrrad-Garagen mit Lademöglichkeit ist der Kostenfaktor gegenüber konventionellen Radständern etwa fünfmal höher. Um aber der Einzugsbereich von Haltestellen des Öffentlichen Verkehrs zu erweitern und das E-Bike als Möglichkeit hierzu zu fördern, sind sichere Abstellmöglichkeiten gefragt.

Projekt Fahrrad-Service-Boxen

Ansprechpartner:	Gerd Kronheim
Kontaktdaten:	Tel.: 0316-82 13 57-0, gerd.kronheim@bicycle.at
Mobilitätspreiseinreichung:	im Jahr 2014
Link:	https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/fahrrad-service-box

Oft verhindern kleine Defekte am Fahrrad seine Nutzung. Die Fahrrad-Service-Box in einer kompakten und vielerorts umsetzbaren und zugänglichen Form, bietet Werkzeug für die rasche selbst durchgeführte Beseitigung kleiner Defekte, für kleine Reparaturen und Wartungsarbeiten, Druckluft für die Reifen sowie Öl für die Kette und Seilzüge.

Situiert sind diese an gut zugänglich öffentlichen Standorten oder auch in Wohnbauten. Zum Einsatz kommen sie bereits in Fahrradabstellräumen und bei Abstellanlagen von Wohnanlagen, bei öffentlichen Park and Bike Anlagen, bei Firmen und öffentlichen Einrichtungen wie Universitäten, der TU-Graz, Einkaufszentren, beim Landesschulrat etc.

In der Regel stammt der Auftrag zur Errichtung der Boxen von der öffentlichen Hand oder öffentlichen Bauträgern. Zum Teil wird die Aufstellung von Fahrrad-Service-Boxen bereits sogar in die Ausschreibungen für Bauprojekte öffentlicher Bauträger integriert und miteingeplant.

Partnerschaften: Hilfreich in der Umsetzung sind Partnerinnen und Partner, die ein Interesse an der Installation von Fahrrad-Service-Boxen haben, diese vielleicht sogar von sich aus nachfragen. Außerdem hilfreich sind Kontakte, beispielsweise im Bereich der Energieberatung, die diese als Vorschlag in ihr Beratungsangebot mitaufnehmen.

Besonders stark benützt werden die Service-Boxen im Bereich von Bildungseinrichtungen oder öffentlichen Plätzen mit hoher Radfahrfrequenz und größeren Fahrradabstellanlagen. Erkennbar ist die starke Nutzung am Verschleiß der Dichtungsgummis, die nach etwa 200mal Aufpumpen gewechselt werden müssen.

Tipps hinsichtlich der Positionierung: Eine Aufstellung im Freien ist ohne Probleme möglich. Eine Überdachung ist aber von Vorteil. Die Boxen sollten gut sichtbar aufgestellt werden, damit sie leicht erkennbar sind und nicht erst gesucht werden müssen. Die Situierung in einem ruhigeren Bereich außerhalb der Geh- und Fahrlinie empfiehlt sich, damit die Wartungs- oder Reparaturarbeiten ungestört durchgeführt werden können. Für die automatische Luftpumpe muss ein Stromanschluss vorhanden sein, eine Steckdose reicht aus.

Finanzierung: Häufig beauftragen öffentliche Stellen oder öffentliche Bauträger die Fahrrad-Service-Boxen und übernehmen die Finanzierung für die Aufstellung und Wartung. Im privaten Bereich bietet beispielsweise das Umweltamt der Stadt Graz eine Förderung an, die bis zu 750 Euro beziehungsweise maximal 50 Prozent der Kosten für eine Fahrrad-Service-Box abdeckt.

Flexibler und attraktiver Öffentlicher Verkehr; Mikro-ÖV, Bürgerbusse und Aufwertung der Haltestelle

Mikro-ÖV-Systeme, Bürgerbusse und andere flexible Formen des Öffentlichen Verkehrs können in unterschiedlichen Varianten und Finanzierungsmodellen umgesetzt werden. Sie dienen dazu, ein Verkehrsangebot vor allem in solchen Regionen bereitzustellen, in denen keine Bedienung durch den Öffentlichen Linienverkehr erfolgt. Sie haben das Potenzial auch darüber hinaus den Öffentlichen Verkehr lokal und zeitlich zu ergänzen.

KEM-Managerinnen und -Manager sehen den Wert von Mikro-ÖV-Systemen vor allem in der Unterstützung älterer Personen. Denn die Bereitstellung solcher Angebote schafft ein leistbares und flexibles Mobilitätsangebot, das allerdings nicht als Ersatz für ein gutes Grundangebot des öffentlichen Linienverkehrs betrachtet werden. Als Hürde bei solchen angedachten Mikro-ÖV-Systemen wird oft die Unsicherheit bezüglich rechtlicher Machbarkeit empfunden. Doch es gibt bereits zahlreiche Beispiele für erfolgreiche Realisierungen. Zu empfehlen ist, diese Erfahrungen zu nutzen, den Betrieb mit der Wirtschaftskammer abzusprechen und rechtlich abzuklären – auch hinsichtlich Konkurrenzbedenken gegenüber existierender Taxiunternehmen.

Hilfreich in diesem Zusammenhang sind gute Kontakte zu Personen mit Rechtsexpertise und zu politischen Verantwortlichen, etwa Budget-Verantwortlichen, sowie ein Überblick über mögliche Förderungen und die Folgefinanzierung. Oft bieten Mikro-ÖV-Systeme für viele Gemeinden eine Alternative zur schwierigen Finanzierbarkeit von Infrastrukturprojekten oder dem Anbieten zusätzlicher Linienverkehre.

Auch Verbesserungsmaßnahmen und qualitative Aufwertung an der mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zusammenhängenden technischen Infrastruktur, etwa Wartehäuschen an Haltestellen, zeigen Wirkung. Sowohl seitens der Unternehmen, die Verkehrsdienstleistungen erbringen, als auch jener, die den Öffentlichen Verkehr nutzen, gibt es positive Resonanz für die bessere Sichtbarkeit und ein stärkeres Sicherheitsgefühl, etwa wenn die Beleuchtung verbessert wird.

Partnerschaften: Bürgerbus-Systeme basieren auf Fahrdienstleistungen, die durch engagierte Menschen in Freiwilligenarbeit erbracht werden. Ohne diese Personen sind solche Projekte aufgrund mangelnder Kostendeckung schwer durchführbar. Auch die Bereitschaft der Gemeinde, einen finanziellen Beitrag zu leisten, ist für die Realisierung von zentraler Bedeutung.

Erfolgsfaktoren: Bei Bürgerbus-Systemen ist vor allem der Wille der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters sowie des Gemeinderates, das Projekt mitzutragen, wichtig. Unumgänglich sind auch Motivation, Wille und Engagement der Gemeindebürgerinnen und Gemeindebürger, das Projekt durch die Zurverfügungstellung ihrer freiwilligen Fahrdienste zu unterstützen. Häufig melden sich dafür Menschen, die nicht mehr im Erwerbsleben stehen und ihre verfügbare Zeit für soziale, sinnvolle Aufgaben nutzen wollen. Interesse und Motive zur Mitwirkung sind, dass sie dabei mit Menschen in Kontakt kommen und diesen helfen können. Auch für die vor allem älteren Nutzenden ist dieser persönliche Kontakt ein wichtiger Zusatznutzen. So trägt das Projekt auch zum sozialen Zusammenhalt in der Gemeinde bei.

Herausforderungen: Für Bürgerbus-Systeme stellen die Sicherstellung der Verfügbarkeit und Koordinierung der Fahrerinnen und Fahrer eine Herausforderung dar. Ebenso die Sicherstellung der Finanzierung und die Abklärung der Betriebsart mit der Wirtschaftskammer.

Finanzierung: Die Finanzierung erfolgt zumeist über einen jährlichen Mitgliedsbeitrag der Nutzenden sowie ein geringes Fahrtentgelt pro gebuchter Fahrt. Bei Bürgerbus-Systemen ist außerdem eine Zuzahlung durch die Gemeinde - vor allem für Fahrzeug sowie Versicherung - einzukalkulieren, da diese nicht kostendeckend betrieben werden können. Zeitraum und Höhe der finanziellen Absicherung wird in der Regel durch einen Gemeinderatsbeschluss festgesetzt.

Eignung: Bedarfsorientierte Angebote, Mikro-ÖV-Systeme und Bürgerbusse sind für den ländlichen Raum geeignet, der durch öffentliche Verkehrsmittel nicht oder nur lückenhaft bedient wird:

- Bürgerbus-Systeme, die auf Freiwilligenbasis organisiert sind und Haus-zu-Haus-Transporte anbieten, eignen sich vor allem für Gemeindegebieten mit Streusiedlungen.
- Bedarfsorientierte Mikro-ÖV-Systeme mit einem integrierten System von regionalen Transportdienstleistungsunternehmen machen Sinn, wo der Öffentliche Verkehr Lücken aufweist. Je ländlicher, desto größer die Lücken und umso teurer werden auch die benötigten Investitionen. Der Fokus liegt auf Anschlüssen und Lückenschlüssen zum vorhandenen Öffentlichen Verkehr. Das System eignet sich gut für Stadtumlandregionen.

Mikro-ÖV-Systeme bewähren sich als Ergänzung des Öffentlichen Linienverkehrs							VCO
Betriebsart	Art	nach Fahrplan	Anmeldung erforderlich	Abfahrt von	Fahrt zu	Fahrzeug	
Linienbetrieb	Haltestellen werden nach Fahrplan angefahren	ja	nein	Haltestelle	Haltestelle	Standardbus	Quelle: Klein 2011, Land NO 2012, Imwitt 2009 ⁶⁶ , Tabelle: VCO 2016
Rufbus	Haltestellen werden bei Bedarf angefahren	ja	ja	Haltestelle	Haltestelle	Kleinbus	
Anruf-Sammel-taxi (AST)	Eingestiegen wird an Sammelpunkten, es kann überall ausgestiegen werden	ja	ja	Haltestelle/ Sammelstelle	Haustüre	Kleinbus/ Pkw	
Zubringerverkehr	Eingestiegen wird an Sammelpunkten oder an der Haustüre, ausgestiegen an Haltestellen des Linienverkehrs	ja	ja	Haustüre/ Sammelstelle	Haltestelle/ Sammelstelle	Kleinbus/ Pkw	
Gemeindebus/ Mikro-ÖV	Bedienungsfeld, innerhalb dessen überall ein- und ausgestiegen werden kann	nein	ja	Haustüre	Haustüre	Kleinbus/ Pkw	

Projekt ISTmobil Korneuburg: Mikro-ÖV an Haltepunkten

Ansprechpartner: Alexander Stiasny, BSc
 Kontaktdaten: Tel.: 0123-500 44 75, alexander.stiasny@istmobil.at
 Projektlaufzeit: Seit April 2015
 Link: www.istmobil.at/inhalt/privatkunden/bezirk-korneuburg-istmobil.html

Das neue, innovative Mobilitätsangebot integriert und ergänzt bestehenden Öffentlichen Verkehr. Das System ist eine flexibel nutzbare Mikromobilitätslösung für den Bezirk Korneuburg und baut auf vorhandenen Ressourcen, wie beispielsweise regionalen Taxi- und Mietwagenunternehmen, auf. Mit insgesamt rund 800 gekennzeichneten Sammelhaltepunkten wurde der Bezirk Korneuburg flächenmäßig gut erschlossen. Zudem wurden auch wichtige Knotenpunkte außerhalb des Bedienungsbereiches wie Bahnhöfe und Krankenhäuser an das neue Mobilitätssystem angebunden, etwa Bahnhof Tulln, Wiener Linien-Angebote. Prinzipiell erfolgt die Bedienung von Sammelhaltepunkt zu Sammelhaltepunkt. In Ausnahmefällen ist auch eine Hausabholung für mobilitätseingeschränkte Personen möglich.

Durch eine Dispositionssoftware wird die Routenbildung sowie die Fahrtenbündelung optimiert und somit Leerkilometer vermieden und damit auch ein positiver Umwelteffekt generiert.

„Mikro-ÖV-Systeme wie ISTmobil schaffen Mehrwert für die Gemeinden. Die Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner ist gleichzeitig eine Standortqualität für die Gemeinde. Besonders bei jungen Leuten ist auch der Paradigmenwechsel zu sehen, dass diese nicht mehr so auto-affin sind, sondern nach Alternativen fragen.“ Alexander Stiasny, BSc, ISTmobil GmbH

Eine Möglichkeit für eine bedarfsorientierte Mikro-Mobilitätslösung ist ein System, das Sammelhaltepunkte nutzt, um bestehende Verbindungen des Öffentlichen Verkehrs zu integrieren und zu ergänzen und dadurch Zu- und Wegbringfunktion bei Haltestellen übernimmt. Dieses System eignet sich für eine regionsweite Einführung und übernimmt die bereits auf Gemeindeebene bestehenden Insellösungen in ein Gesamtsystem. Dazu kommt die Integration sämtlicher Mobilitätsauskunftssysteme der Verkehrsverbünde sowie der App AnachB, um hohe Informationsqualität zu gewährleisten.

Partnerschaften: Da das Projekt auf die Regionsebene ausgerichtet ist, sind die zur Umsetzung relevanten Partnerinnen und Partner sowohl auf Landesebene, etwa interessierte Landtagsabgeordnete, Landesräte, Landesverkehrsabteilung, auf Regionsebene als auch auf Gemeindeebene, etwa Bürgermeisterinnen und Bürgermeister, zu finden. Nachdem das System mit dem öffentlichen Verkehr abgestimmt wird, ist auch der zuständige Verkehrsverbund involviert. Daher sollten regionale Transportunternehmen, Interessenverbände, Unternehmen, die Linien im Öffentlichen Verkehr betreiben und der Verkehrsverbund möglichst früh eingebunden werden.

Bei der Erbringung der Transportleistung ist es wichtig, regionale Verkehrsunternehmen einzubinden. Diese haben den direkten Kontakt zu den Kundinnen und Kunden und durch sie entsteht Wertschöpfung, die auch in der Region bleiben soll.

Die **Zielgruppenansprache** von Pensionistinnen und Pensionisten erfolgt über Seniorenverbände und Gemeindezeitungen. Das Marketing kann zielgruppenspezifisch durchgeführt werden, etwa einen speziell für die ältere Zielgruppe entwickelten Ärzte-und-Apotheken-Folder, in dem die nächsten Haltestellen verzeichnet sind. Nachdem bei ISTmobil derzeit etwa zwei Drittel der Kundinnen und Kunden bereits aus dem Erwerbsleben ausgeschiedene Personen sind, wird versucht stärker auf die jüngere Zielgruppe zugehen. Jüngere Menschen ziehen etwa die Buchung über eine Handy-App der telefonischen Bestellung vor.

Finanzierung: Auch wenn eine Zuzahlung durch Gemeinden nötig ist, weist das System einen höheren Kostendeckungsgrad als Sammeltaxis oder Buslinien im ländlichen Bereich auf. Die Länder Niederösterreich und Steiermark bieten beispielsweise eine Dauerförderung für Mikromobilität an und nicht nur für einen Pilotzeitraum, wodurch die nötige Zuzahlung für Gemeinden reduziert wird.

Die strategische und finanzielle Unterstützung durch die Länder erweist sich als Erfolgsfaktor. Hinsichtlich der Fahrgastzahlen ist es auch förderlich, wenn bereits bestehende Fahrdienstleistungsunternehmen und ihre Fahrgäste in das System übernommen werden. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die Einbindung von Gemeinden und Zielgruppen in die Konzeption und Planung. Ein Gelingen der Umsetzung steht und fällt mit dem Engagement der Gemeinde, die die Projektumsetzung letztlich auch mitentscheiden muss. Dazu gehört, dass das Angebot



immer wieder thematisiert, auch von Entscheidungsträgerinnen und -trägern unterstützt und auch genützt wird.

Herausforderung: Es braucht Überzeugungsarbeit, dass sich Gemeinden zu einem regionalen Projekt bekennen. Auch die Tarifgestaltung stellt eine Herausforderung dar, beispielsweise wenn bereits existierenden Lösungen einzelner Gemeinden, in das System zu integrieren sind. Da die Tarifbildung sehr preissensibel ist, können Sondertarife vereinbart werden und bei Grenzbereichen und Härtefällen geprüft werden, wie das System bedarfsgerecht angepasst werden kann. Eine weitere Herausforderung ist die Finanzierung, wo Land und Gemeinden an einem Strang ziehen müssen – diese Finanzierungsverhandlungen sind entscheidend für eine Projektrealisierung.

Eignung: Bedarfsorientierte Mikro-ÖV-Systeme machen Sinn, wo der Öffentliche Verkehr Lücken aufweist. Je ländlicher die Gegend, je größer die Lücken, umso teurer werden auch die nötigen Investitionen. Bei dichter öffentlicher Verkehrserschließung wird empfohlen, sich auf die Lückenschlüsse zu konzentrieren. Besonders in Stadtumlandregionen ist einiges an Optimierungspotenzial vorhanden, auf dem aufgebaut werden kann. Individuelle Planung passt das System den Bedürfnissen der Region an.

Zukunftsausblick: Monats- und Jahreskarten sind denkbar, es muss aber bei der Tarifgestaltung die Finanzierbarkeit mitgedacht werden. Für die Zukunft wäre eine Integration in den Verkehrsverbund wünschenswert, was die budgetären Vorgaben derzeit allerdings noch erschweren. Außerdem sinnvoll ist ein von Bundesseite koordiniertes Finanzierungssystem für Mikro-ÖV-Systeme.

Projekt: Qualitative Aufwertung von Bushaltestellen im Tennengau

Ansprechpartner: Christian Steiner
Kontaktaten: Tel.: 06245-70050 50, mobil: 0664-1533645, regionalverband@tennengau.at
Projektlaufzeit: ab dem Jahr 2012
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/qualitative-aufwertung-von-bushaltestellen-im-tennengau-10302?suchstr=tennengau&oder4=2012>

Um die Sicherheit in den Abend- und Nachtstunden zu gewährleisten und den Aufenthalt an der Haltestelle angenehmer zu gestalten, wurden im Tennengau insgesamt 123 Bushaltestellen mit Solartechnologie ausgestattet und beleuchtet. Als Ergänzung zu den Linienfahrplänen wurden zusätzlich Infotafeln zur Echtzeit-Fahrplananfrage installiert. Die Displays werden durch die Energie aus dem Solarpaneel gespeist, wodurch zusätzlicher baulicher und finanzieller Aufwand durch eine externe Stromversorgung vermieden wird.

Die Solarbeleuchtung ist von 5 Uhr bis Sonnenaufgang und nach Einbruch der Dunkelheit bis etwa 23 Uhr aktiv. Lichtstärke und Einfallswinkel wurden so konzipiert, dass das Licht nicht störend auf den Straßenverkehr wirkt, aber Fahrgäste auch die Möglichkeit haben, Zeitung zu lesen, das Mobiltelefon zu bedienen oder sonstige Tätigkeiten durchzuführen, welche im Dunkeln nicht möglich wären.

Rückmeldungen des Buspersonals bestätigen die deutlich bessere Sichtbarkeit von Fahrgästen in der Nacht. Die Kundenfreundlichkeit ist durch Echtzeit-Fahrplanabfrage über Internet oder Info-Display merklich verbessert.

Die Problematik unbeleuchteter Haltestellen existiert vielerorts. Ein angemessener Schutz vor Witterungseinflüssen und eine Beleuchtung des Haltestellenbereichs bei Dämmerung und Dunkelheit sind aber ausschlaggebend dafür, dass Fahrgäste des Öffentlichen Verkehrs das Warten nicht als unangenehm empfinden und sich sicher fühlen.

Aber nicht nur das subjektive Sicherheitsgefühl der Fahrgäste steigt. Auch für Buslenkerinnen und -lenker und den übrigen Verkehr bedeutet es eine Verbesserung der Sicherheitssituation rund um den Wartebereich. Durch die Beleuchtung ist für die Lenkerinnen und Lenker bei Dunkelheit und Dämmerung deutlich besser wahrnehmbar, ob sich Fahrgäste an der Haltestelle befinden. Dadurch wird vermieden, dass zum Einsehen der Haltestelle das Fernlicht aufgeblendet und der Gegenverkehr potenziell geblendet wird.

Bei bereits bestehenden Bushaltestellen eine Beleuchtung mittels Grabungsarbeiten herzustellen ist aufwändig und kostenintensiv. Die solarbetriebene Beleuchtung von Bushaltestellen stellt eine kostengünstige Alternative dar, weil hier nur eine Montage und keine Grabungsarbeiten erforderlich sind. Das System kann für automatisierte Ein- und Ausschaltzeiten entsprechend den jeweiligen Lichtverhältnissen mit der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik gekoppelt werden. Das Funktionieren der Stationen beziehungsweise eventuelle Fehlermeldungen sind für alle Haltestellen zentral am PC einsehbar. Da die Solarpaneele nur Licht und keine direkte Sonne benötigen, funktionieren sie auch bei Schneedecke im Winter, selbst in Innergebirgsgemeinden. Die Erfahrungswerte aus fünf Jahren Betrieb bei mehr als 120 Haltestellen sind sehr gut.

Finanzierung: Das Projekt eignet sich gut zur Nachahmung, zumal es relativ kostengünstig und auch rasch umsetzbar ist. Es existieren mittlerweile mehrere Anbieter am Markt, pro Haltestelle liegen die Kosten bei etwa 850 bis 900 Euro. Dies beinhaltet die Solarpaneele, die Software, die Informationsanzeige und die Displays. Ein geringer Zusatzbetrag wird für die Datenübertragung durch Sim-Card-Ausstattung fällig. Die Montage ist rasch möglich, wodurch sich das Projekt kurzfristig umsetzen lässt. Geachtet werden soll auf die korrekte Einreichung bei Förderungsansuchen. Die Hälfte der finanziellen Aufwendung wurde im Tennengau durch eine LEADER-Förderung abgedeckt, die zweite Hälfte durch den Regionalverband beziehungsweise die Gemeinden des Regionalverbandes getragen.

Partnerschaften: Zur Realisierung sind nötige Partnerinnen und Partner das mit der technischen Ausführung betraute Unternehmen, das Busunternehmen, die für die Haltestellen verantwortliche Firma. Im vorgestellten Fall hatten diese keinerlei Kosten zu tragen – zur Projektrealisierung war aber ihre Zustimmung erforderlich. In anderen Regionen kann durchaus auch eine Kostenaufteilung zwischen den Partnerinnen und Partnern angedacht werden.

Erfolgsfaktoren: Wie profitieren Partnerbetriebe und die Zielgruppe? Es gibt positive Reaktionen seitens des Busunternehmens wegen besserer Sichtbarkeit der Fahrgäste sowie positive Reaktionen der Kundinnen und Kunden wegen des erhöhten Sicherheitsgefühls. Auch die für die Haltestellenwerbung verantwortliche Gesellschaft profitiert durch die bessere Sichtbarkeit und dadurch den erhöhten Werbeeffect der Plakatwerbung in der Haltestelle.

Arbeitsweg: Betriebliches Mobilitätsmanagement ändert die Mitarbeitermobilität

Bewusstseinsbildungsmaßnahmen und betriebliches Mobilitätsmanagement zielen auf das Hinterfragen des üblichen Mobilitätsverhaltens ab, indem sie Möglichkeiten aufzeigen und Alternativangebote zum Probieren anbieten. Der Erfolg der Maßnahmen kann beispielsweise durch Verkehrszählungen am Firmengelände - wie viele Mitarbeitende kommen mit dem Auto? - geprüft werden.

Partnerschaften: Im Bereich Bewusstseinsbildung und wo mit Anreizen für bestimmte Zielgruppen zum Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel abgezielt wird, ist die Abstimmung mit Betrieben, Verkehrsunternehmen und -verbünden sowie eine Abstimmung auf Verwaltungsebene empfehlenswert. Im betrieblichen Mobilitätsmanagement ist die oder der firmeninterne Mobilitätsbeauftragte eine wichtige Ansprechperson, bezüglich Zusammenarbeit und Abstimmung der durchzuführenden Maßnahmen.

Bei technischen Maßnahmen, die die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel unterstützen sollen, ist die Kooperation mit all jene Unternehmen und Organisationen wichtig, die die betreffenden Verkehrsleistungen erbringen, wie der ÖBB-Postbus, diese organisieren oder die damit zusammenhängende Infrastruktur wie Haltestellen betreiben sowie mit Unternehmen, die die technische Umsetzung ausführen.

Die Politik kann die Öffentlichkeitsarbeit und Bekanntmachung der Maßnahmen unterstützen.

Erfolgsfaktoren: Partnerinnen und Partner, Kundinnen und Kunden müssen einen Nutzen in der Umsetzung des Projektes erkennen, damit sie zur Mitwirkung motiviert werden können. Daher ist bei der Suche nach Partnerschaften sowie Kundinnen und Kunden wichtig, darzulegen, wie diese von der Projektdurchführung profitieren.

Herausforderungen: Das Empfinden eines gewissen Leidensdrucks in der gegenwärtigen Verkehrssituation sowie die Darlegung des potenziellen Nutzens von Alternativen sind erforderlich, um Partnerinnen und Partner sowie Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Bei den Kooperationspartnerinnen und -partnern muss Veränderungswille gegeben sein. Wichtig ist daher eine stark ergebnisorientierte Arbeitsweise, die Resultate erzielt, damit tatsächlich ein entstehender Nutzen zu erkennen ist. Eine weitere Herausforderung kann die Einreichung von Förderansuchen bei öffentlichen Stellen darstellen, die sich mitunter zeitintensiv und aufwändig gestaltet.

Finanzierung: Durch die Inanspruchnahme von EU-Förderungen können Kosten bis zu 50 Prozent abgedeckt werden. Wichtig dabei ist die korrekte Fördereinreichung und -abwicklung, die sich mitunter sehr aufwändig gestaltet. Es kann sich die Auslagerung der Fördereinreichung an eine externe, erfahrene Stelle empfehlen.

Projekt ECOPOINTS - umweltverträgliche Mitarbeitermobilität mit Belohnungssystem

Ansprechpartner: Mag. Hartwig Vogl
Kontaktdaten: Tel.: 05577-86822, info@webprofis.at
Projektlaufzeit: ECOPOINTS seit dem Jahr 2015 im Einsatz
Link: www.ecopoints.at

Sehr viele Beschäftigte kommen mit dem Auto oder Motorrad in die Firma. Dies verursacht enorme Kosten, führt zu Staus, ist nachteilig für die Gesundheit. Firmen und Gemeinden müssen Parkplätze zur Verfügung stellen. Dies verursacht weitere hohe Bau- und Bewirtschaftungskosten.

Das Projekt EcoPoints bietet eine Möglichkeit, dass Beschäftigte dauerhaft ihr Mobilitätsverhalten ändern und andere umweltverträglichere Transportmittel verwenden. Und dies ohne jeden Zwang, sondern durch Motivation etwa in Form kleiner Belohnungen, internen Wettbewerbs, durch Anreize für den individuellen Sammeltrieb.

Über eine Website, eine App oder ein Zutrittssystem geben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, mit welchem Transportmittel der Weg zum Arbeitsplatz zurückgelegt wurde. Für die umweltverträgliche Anreise per Rad, zu Fuß, mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Fahrgemeinschaften werden Bonuspunkte vergeben. Zusätzlich erfolgen die Eingabe der zurückgelegten Kilometerzahl und die Angabe, ob ein Parkplatz benötigt wurde. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten dafür Eco-Points, die sie gegen Vergünstigungen oder Produkte eintauschen können. Die Betriebe legen fest, wie viele EcoPoints sie pro Kilometer und Transportmittel sie vergeben möchten. Zusätzliche Eco-Points gibt es, wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter keinen Parkplatz beanspruchen. In einem integrierten Shop werden Artikel und Werte definiert, die die Beschäftigten für ihre gesammelten Punkte einlösen können. Das Projekt führt zu einer Win-Win-Win-Situation für die Umwelt, für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und für die teilnehmenden Betriebe, Gemeinden, etc.

Partnerschaften: Am wichtigsten sind die Zusammenarbeit mit der umsetzenden Softwarefirma sowie der für die grafische Gestaltung zuständigen Firma. Außerdem natürlich die Firmen – und insbesondere die firmeninternen Mobilitäts- und Umweltbeauftragten, die sich eine Umsetzung für ihren Betrieb wünschen.

Betriebsangestellte stellen die **Zielgruppe** dieses Systems dar. Sehr oft treten Betriebe von sich aus an ECOPOINTS heran und wünschen sich eine Umsetzung für ihr Unternehmen. Hier spielt auch die Mundpropaganda eine wesentliche Rolle, wenn sich Betriebe untereinander hinsichtlich ihrer Mobilitätssituation austauschen.

Erfolgsfaktoren: Das System funktioniert ohne Zwang durch Motivation mittels Belohnung, stimuliert durch internen Wettbewerb und Sammelleidenschaft. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die den Weg zur Arbeit bewegungsaktiv zurücklegen, sind gesünder und haben weniger Krankenstandstage. Außerdem reduziert sich das Erfordernis zur Schaffung – weiterer - Stellplätze. Wie der Arbeitsweg bewältigt wird, kann also für die Firma einen erheblichen Kostenfaktor darstellen. Hier Änderungen zu erreichen, ist daher für die Betriebe oft auch lukrativ – es entsteht eine Win-Win-Win-Situation für die Umwelt, durch geringere Umweltbelastung, für die Arbeitnehmerinnen und –nehmer, durch etwa durch bessere Gesundheit und Benefits durch das Punktesammeln und das Unternehmen, etwa durch gesündere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und weniger Kosten für Parkplätze. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist Informationsarbeit und auch eine positive Kommunikation der Aktion im Unternehmen. Das Projekt Ecopoints wird laufend anhand der Wünsche der nützenden Unternehmen weiterentwickelt.

Herausforderungen: Ein Angebot von Ecopoints an die Firmen ist, das Ein- und Auschecken die Organisation eines Zutrittssystems, was eine Herausforderung in der Umsetzung darstellt. Hier muss auch das Vertrauen der Firmen in einen sicheren Umgang mit den sensiblen Mitarbeiterdaten sichergestellt werden.

Finanzierung: Das Projekt wird durch die Beiträge der Auftraggeber, Firmen und Organisationen, die Ecopoints einsetzen wollen, finanziert. Für interessierte kleinere Firmen können individuelle Vereinbarungen getroffen werden, damit es auch für sie leistbar ist.

Eignung: Das Projekt ist allen Firmen, Gemeinden und Institutionen zu empfehlen, die umweltverträgliches Mobilitätsverhalten ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern wollen, insbesondere wenn sie einen Lösungsdruck durch hohe Stellplatznachfrage haben.

Projekt ALPSTAR - Maßnahmen an Quelle und Ziel des Verkehrs ansetzen

Ansprechpartner: DI Martin Reis
Kontakt Daten: Tel.: 05572-31 202-79, martin.reis@energieinstitut.at
Projektlaufzeit: Juli 2011 – Juni 2014
Links: www.energieinstitut.at/forschung/alpstar-betriebliches-mobilitaetsmanagement-im-alpenrheintal

Damit Pendelnde ihr Mobilitätsverhalten überdenken, spielen neben der Verfügbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln oder Radwegen weitere Faktoren eine Rolle, wie Gewohnheit, Status und Kosten. Im Projekt Alpstar wurde gemeinsam mit Firmen, Pendelnden, Gemeinden und Verkehrsbetrieben im Alpenrheintal Maßnahmen entwickelt, wie der Umstieg auf Bus, Bahn oder Fahrrad gelingen kann. Die Ergebnisse zeigen, dass es oft kleine und kostengünstige Maßnahmen im betrieblichen Mobilitätsmanagement sind, wie Schnuppertickets, oder kostenlose Fahrradchecks, die zum Erfolg führen. Die Maßnahmen des zeitlich befristeten Projektes werden durch das gegründete Netzwerk "Wirtschaft Mobil" weitergeführt.

Zudem wurden im Projekt eine Reihe an Produkten entwickelt (Pendel-Fahrradkarte, Pendel-Fahrrad-App, Pendel-Beratungspaket, Informationsfilme, Print-Informationen, etc.) welche Pendelnde zur Verhaltensänderung motivieren konnten.

Durch die täglichen Pendelströme, die besonders rund um Ballungszentren das Verkehrsnetz regelmäßig überlasten, ist die Mobilität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch betriebsintern zu einem relevanten Thema geworden. Beratungsangebote rund um betriebliches Mobilitätsmanagement bieten Möglichkeiten, Alternativen aufzuzeigen und Anreize zum Umstieg auf umweltverträgliche Mobilitätsformen zu liefern. Damit das eigene Mobilitätsverhalten überdacht wird, spielen Faktoren wie die Verfügbarkeit öffentlicher Verkehrsmittel oder von Radrouten, aber auch Staus und Kosten sowie die Gewohnheiten bei der Wegbewältigung eine Rolle.

Partnerschaften: Soll eine Veränderung im Mobilitätsverhalten von Pendelnden erwirkt werden, ist die Unterstützung und Zusammenarbeit etwa mit betrieblichen Mobilitätsbeauftragten und den Verkehrsunternehmen der Region wichtig. Hilfreich ist außerdem eine Unterstützung durch die Verwaltung.

Um Partnerschaften zu gewinnen ist es wichtig, den potenziellen Nutzen zu vermitteln. Daher muss stark ergebnisorientiert gearbeitet werden.

Erfolgsfaktoren: Ziel betrieblichen Mobilitätsmanagements ist es verkehrsentlastende Maßnahmen zu setzen. Nach einer Potenzialanalyse werden ein Maßnahmenkatalog sowie ein Aktivitätenprogramm ausgearbeitet. Aktivitäten sind zum Beispiel firmeninterne Informationsveranstaltungen zur Präsentation von Alternativen zum aktuellen Mobilitätsverhalten, Beratung zum öffentlichen Verkehrsangebot inklusive Schnuppertickets und die stärkere Bewerbung des Jobtickets.

Regelmäßig erfolgt dann eine Analyse der im Betrieb bereits gesetzten Mobilitätsmaßnahmen und ihrer Auswirkungen, beispielsweise durch Pkw-Zählungen, ob ein Rückgang bei der Autonutzung von Mitarbeitenden am Arbeitsweg erreicht wurde. Aber auch der Auswirkungen auf Kundinnen und Kunden, Zulieferfirmen und Außendienstwege.

Die Maßnahmen sind erfolgreicher, wenn mit konkreten Fokusgruppen gearbeitet wird. Dabei werden jene Personen herausgefiltert, die Mobilitätsalternativen haben und ihnen konkrete Angebote gemacht.

Herausforderungen: Die Arbeit mit der Zielgruppe ist insgesamt leichter als in institutionelle Strukturen etwa von Verkehrsunternehmen und ihre Angebote einzugreifen. Veränderungen von Strukturen zu

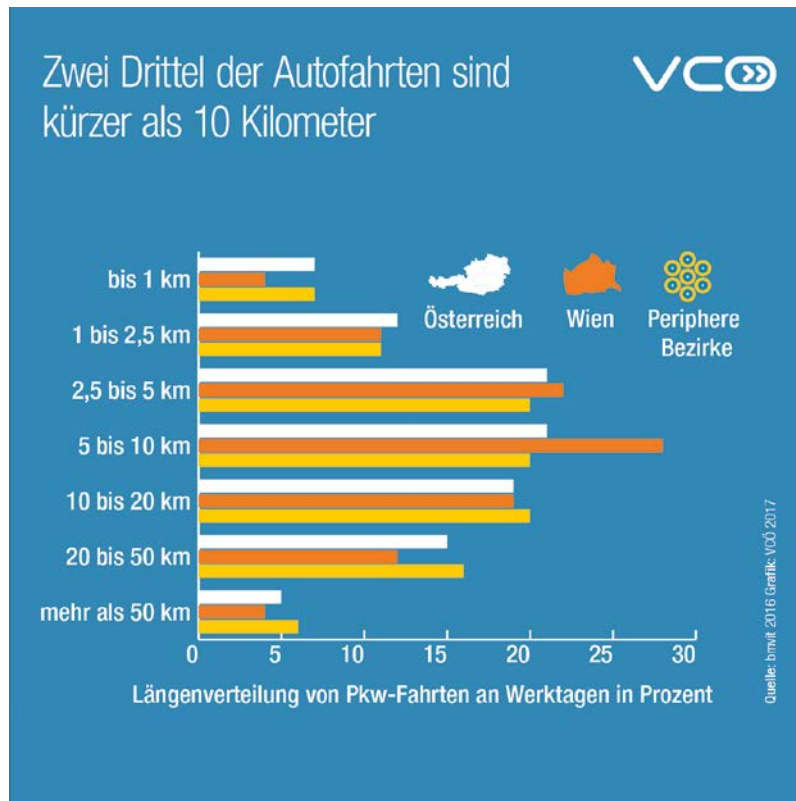
erreichen ist schwieriger und auch wesentlich langwieriger, zumal es dafür einen langfristigen Planungshorizont benötigt, etwa bei Planung neuer S-Bahn-Verbindungen.

Es ist sehr wichtig, Ziel und Auftrag genau abzuklären. Besonders bei grenzüberschreitender Mobilität ist es wichtig, alle Partnerinnen und Partner anzusprechen und nicht wichtige Player zu übersehen. Das ist auch insofern eine Herausforderung, als die Verkehre verschieden organisiert sind. Zumindest sollten alle relevanten Stellen informiert sein, damit sie wissen, worum es geht und sich nicht übergangen fühlen.

Finanzierung am Beispiel ALPSTAR: 50 Prozent durch EU-Mittel, 50 Prozent durch Partnerinnen und Partner

Carsharing und Mitfahrbörsen

Besonders in ländlichen Regionen ohne ausreichende Anbindung an den Öffentlichen Verkehr ist es wichtig für die Bevölkerung, ergänzende Mobilitätsangebote zur privaten Pkw-Nutzung zur Verfügung zu haben, damit der Großteil der Alltagswege ohne privaten Pkw oder Zweitauto zu bewältigen ist. Angebote wie Carsharing oder Mitfahrbörsen können die Anschaffung insbesondere eines Zweit-Autos unnötig machen. Die Motivation für Betriebe, Carsharing oder Mitfahrbörsen zu unterstützen, sind die steigende Nachfrage nach Parkflächen durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die nicht überall erfüllt werden kann.



Partnerschaften: Bezüglich Carsharing wurde bei den Interviews mit KEM-Managerinnen und -Manager angegeben, dass Kontakte zu Caruso-Carsharing hilfreich bei der Implementierung waren. Außerdem müssen Erfolge sichtbar oder messbar sowie wirtschaftlich sein. Gemeinsame Carsharing-Konzepte mehrerer Gemeinden einer Region haben außerdem einen sehr relevanten Nebeneffekt - durch das Carsharing vernetzen sich die Gemeinden miteinander, weil beispielsweise eine Absprache über die Standorte der Autos nötig ist. Dies kann einen positiven Einfluss für weitere Kooperationen haben, weil dann bereits eine Gesprächs- und meist auch Vertrauensbasis besteht.

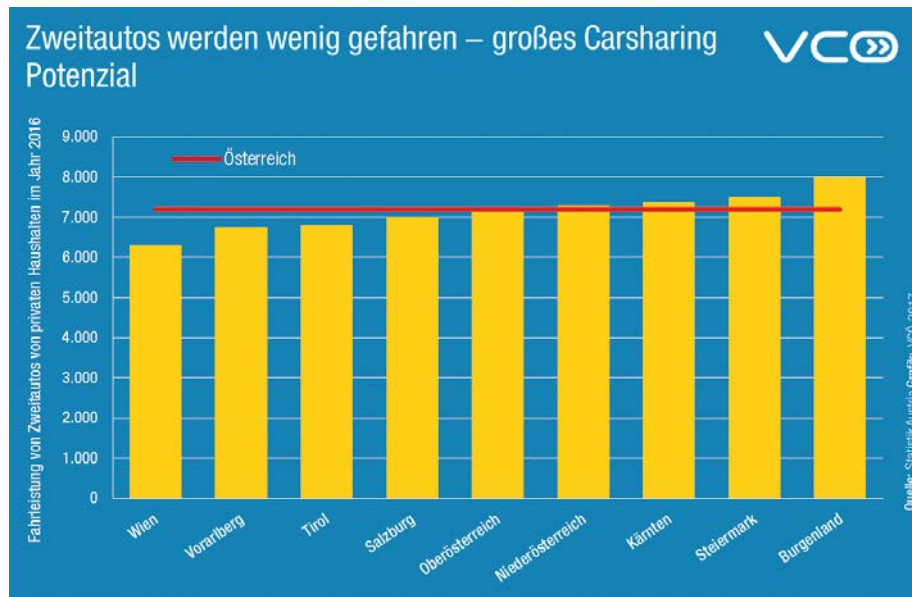
Es braucht Betreibende und Multiplikatoren, die nachhaltig denken und durch das Setzen von Maßnahmen Änderungen einleiten wollen. Das können zum Beispiel auch Firmen sein, die Fahrgemeinschaften aufgrund der Parkplatznot am Betriebsgelände unterstützen.

Erfolgsfaktoren: Partnerinnen und Partner als auch die Personen, die Mitfahrbörsen nutzen, müssen vom Nutzen, etwa Kosteneinsparungen gegenüber der privaten Pkw-Nutzung, überzeugt sein. Gerade dort, wo ein gewisser Leidensdruck hinsichtlich Parkplatznot oder der Pendelkosten spürbar ist, gibt es Interesse an Alternativen.

Herausforderungen: Nach der Durchführung von Mobilitätshebungen ist ein geschützter Umgang mit den sensiblen Daten der Nutzerinnen und Nutzer zu ihrem Mobilitätsverhalten sicherzustellen. Weiters ist eine intensive Bekanntmachung und Öffentlichkeitsarbeit in der Anfangsphase sowie periodisch im laufenden Betrieb nötig, um das Angebot adäquat zu bewerben.

Finanzierung: Eine finanzielle Unterstützung kann für manche Projekte, besonders in der Anfangsphase, nötig sein. Andere Modelle finanzieren sich selbst durch die Entgelte der teilnehmenden Unternehmen.

Eignung: Projekte rund um Carsharing und Mitfahrbörsen eignen sich für all jene Gemeinden und Regionen besonders gut, die nachhaltige Mobilitätsthemen auf der Agenda haben. Firmeninterne Mitfahrbörsen sind, besonders für größere Unternehmen, generell sehr zu empfehlen.

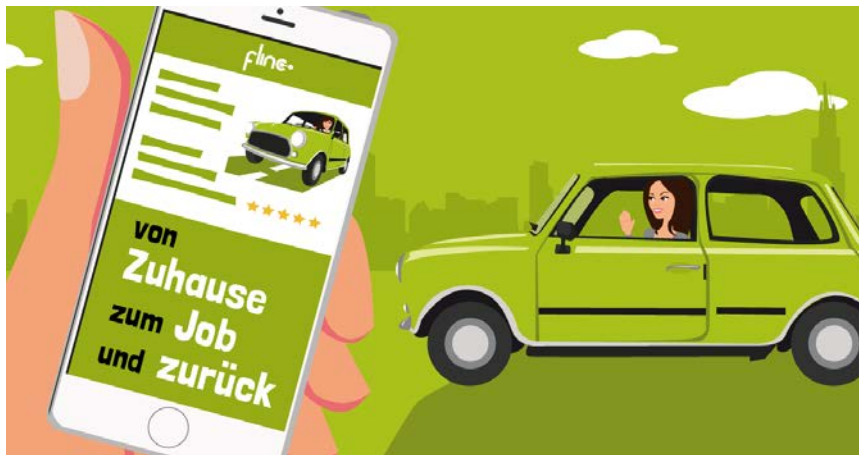


Projekt „flinc“

Ansprechpartner: Hubert Zamut, Msc, Zukunftsakademie SPES
Kontakt Daten: Tel.: 07582 82123-64 , zamut@spes.co.at
Projektlaufzeit: seit dem Jahr 2011
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/flinc?suchstr=flinc>

Besonders in ländlichen Regionen mangelt es oft an genügend öffentlichen Verkehrsverbindungen, um der Bevölkerung eine ausreichende Mobilität ohne eigenes Auto zu ermöglichen. Viele Wege werden daher mit dem Privatauto zurückgelegt. Ziel des Projektes flinc ist es, Anbahnung und Vermittlung von Fahrgemeinschaften zu erreichen, um die Mobilität und damit die Lebensqualität der Bevölkerung in ländlichen Regionen aufrechtzuerhalten oder wieder zu steigern und damit auch zum Umweltschutz beizutragen.

Die freien Plätze im Auto werden besser genutzt, die Kosten geteilt und eine bequeme Mitfahrt ermöglicht. Mitfahrgelegenheiten sind flexibel und individuell. Die Nutzerinnen und Nutzer des Systems sind registriert und können bewertet werden. Dies trägt zur Sicherheit der Beteiligten bei.



Die Nutzung von Carsharing und Mitfahrbörsen ermöglicht es, auf die Nutzung eines eigenen Pkw zu verzichten oder durch Zusammenschlüsse bei der Pkw-Nutzung die Plätze im Auto besser auszulasten, Kosten zu teilen und die Umweltbelastung zu reduzieren.

Partnerschaften: Regionalmanagement sowie KEM-Managerinnen und -Manager haben durch ihre Kontakte in der Region eine gute Position, um zu Partnerschaften mit Mitfahrbörsen zu motivieren. Unterstützung und Zusammenarbeit erfolgt auch durch Gemeindeverantwortliche, besonders in Umweltausschüssen oder in Energiespargemeinden. Weitere Partnerinnen sind Gruppen, denen Umwelt- und Klimaschutz wichtig ist. Auch mit Schulen gibt es häufig Kooperationen, da viele Lehrerinnen und Lehrer umweltaffin und für solche Themen offen sind. Bei Betrieben sind Energie- oder Umweltbeauftragte gute Ansprechpersonen, ebenso die Betriebsräte. Die Betriebszeitungen sind auch ein effizientes Medium, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als **Zielgruppe** anzusprechen und über Angebote und Möglichkeiten zu informieren.

Erfolgsfaktoren: Den Betrieben erwachsen keine Kosten, was einen Motivationsfaktor zur Teilnahme darstellt. Wichtig ist eine anfängliche Mobilitäts- und Potenzialerhebung - welche Strecken und Weglängen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fahren - sowie eine auf sie abgestimmte Kommunikationsstrategie, die auf das jeweilige Unternehmen abgestimmt ist. Es braucht hier mehrere Maßnahmen in der Öffentlichkeitsarbeit, damit die Aufmerksamkeit auf das Angebot gelenkt wird und dieses zunehmend als praktikable Alternative wahrgenommen wird. Diese sollte sich zumindest über ein halbes Jahr erstrecken, in dem immer wieder auch aktiv auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zugegangen wird.

Herausforderungen: Bei der Einführung betrieblicher Mitfahrbörsen ist darauf Wert zu legen, genau zu kommunizieren, wie eventuelle Daten aus Pendelverkehr-Analysen hinsichtlich Datensicherheit behandelt werden. Es ist sicherzustellen, dass solche sensiblen Daten nicht öffentlich zugänglich gemacht werden können, um möglicher Skepsis entgegenzuwirken.

Finanzierung: Für teilnehmende Unternehmen entstehen keine Kosten. Das ist ein wichtiges Kriterium, um zu einer Teilnahme zu bewegen. Fliinc finanziert sich über eine Förderung von Kommunalkredit sowie durch finanzielle Unterstützungen der Partnerinnen und Partner. Dabei ist es hilfreich, wenn nachhaltige Mobilitätsförderung und Mobilitätsstrategien beispielsweise im Maßnahmenplan von Leader-Aktionsgruppen oder dem Regionalmanagement vorgesehen sind. Auch Gemeinden, die ein massives Problem mit Pendelnden haben, sind häufig bereit, Mitfahrbörsen finanziell zu unterstützen.

Eignung: Sie eignen sich für all jene Gemeinden und Regionen, die nachhaltige Mobilitätsthemen auf der Agenda haben. Firmeninterne Mitfahrbörsen sind für Unternehmen, insbesondere für größere, generell sehr zu empfehlen.

Umweltverträglicher Lieferverkehr

Lieferverkehr ist notwendig, um die Bevölkerung mit Gütern zu versorgen. Für die Verlagerung von Lieferverkehr von Lkw auf umweltverträgliche Transportmittel oder auf an den ländlichen Raum angepasste Angebote, gibt es mehrere Möglichkeiten.

Lieferservices von Nahversorgungsunternehmen im ländlichen Raum und etwa die Zustellung von Kleingütern oder Essenzustellungen sind Dienste, die mit umweltverträglichen Konzepten durchgeführt werden können.

Wie die KEM-Managerinnen und -manager in den Interviews angemerkt haben, ist es wichtig, dass Projekte zu den Gemeinden und ihren räumlichen Strukturen passen. Umweltverträgliche Lieferservices können bei passenden Strukturen und Bedarf ein wichtiges Angebot für die Bevölkerung schaffen. Ein Anliegen dabei ist, dass die Wertschöpfung in der Region bleibt, also die regionale Wirtschaft unterstützt wird.

Partnerschaften: Mögliche Partnerschaften sind stark vom konkreten Projekt abhängig. Generell ist wieder der Wert von Unterstützungen bei der Generierung von Aufmerksamkeit, der Öffentlichkeitsarbeit und der Finanzierung durch die öffentliche Hand hervorzuheben. Auch Kundinnen und Kunden sowie Auftraggeberinnen und Auftraggeber der Lieferverkehre gilt es sich bei der Projektplanung abzustimmen. Zumeist bewähren sich Kooperationen mit Unternehmen aber auch Tourismusorganisationen, um auf längerfristige Unterstützung bauen zu können.

Erfolgsfaktoren: Stärker als in anderen Bereichen spielt hier die finanzielle Tragfähigkeit der Projekte durch Eigenbeitrag oder auch Einsparungspotenzial gegenüber konventionellen Transporten eine Rolle.

Herausforderungen: Die Sicherstellung von geeignetem Personal für die Fahrdienstleistungen ist sowohl bei freiwilligen Fahrdiensten bei Dorftransporten als auch bei der Zustellung per E-Transportrad eine wiederkehrende Thematik.

Finanzierung: Vor allem in der Anfangsphase sind Förderungen seitens der öffentlichen Hand hilfreich. Bei Dorftransporten als Mikro-ÖV-Systeme, die kaum in der Lage sind, sich allein aus Einnahmen zu finanzieren, ist die Übernahme des finanziellen Abgangs zu klären. Die dem Modell zugehörigen Nahversorgungsbetriebe können sich hingegen bei entsprechendem Rückhalt als finanziell tragfähig erweisen. Ebenso sind die Essenzulieferung per E-Transportrad und die Lebensmittelzustellung per ÖKO-Log-Systemen selbst erhaltungsfähig.

Eignung: Die Kombination aus Nahversorgungsbetrieben und Dorftransportservice eignen sich für Gemeinden mit Streusiedlungsstruktur, bei der keine unmittelbare Konkurrenz durch nahe angesiedelte Supermärkte besteht.

Das ÖKO-Log-System eignet sich für Ballungsräume und umliegende Gemeinden, von denen aus die Belieferung mit Nahrungsmitteln erfolgt.

Die Umsetzung von KombiBUS-Systemen ist im ländlichen Raum entlang von Haltestellen des Öffentlichen Verkehrs sinnvoll, über die die Versorgung und Verteilung der transportierten Güter stattfinden kann. Wichtig ist ein regelmäßiger und verlässlicher Fahrplan, damit für die Kundinnen und Kunden die Sicherheit einer längerfristigen Transportmöglichkeit besteht. Fahrplanausdünnungen wirken sich negativ aus. Umgekehrt tragen die Transporte zu zusätzlichen Einnahmen für den Öffentlichen Verkehr bei und können so Fahrplanausdünnungen entgegenwirken.

Die Essens- oder Kleingüterzustellung per Transportrad eignet sich für dicht besiedelte Räume. Hier ist es wichtig, mehrere Zustellungen auf einer festgelegten Route zu erledigen, um ökonomisch sinnvoll durchgeführt werden zu können.

Projekt Dorfmobil und Dorfladen: Kooperation für mobile Nahversorgung

Ansprechpartner: Ing. Michael Kornek
Kontakt Daten: Tel.: 0664-2323158
Projektlaufzeit: Dorf mobil: seit dem Jahr 2002, Dorfladen: seit dem Jahr 2007
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/dorf mobil-dorfladen-kooperation-fuer-mobile-nahversorgung?rpage=16&oder4=2015>

Mit den Veränderung der Siedlungsstrukturen und der Ausdünnung traditioneller Angebote des Öffentlichen Verkehrs wird sich die Situation von Personen ohne Kfz drastisch verschlechtern. Dies betrifft neben der Mobilität auch die Versorgung etwa mit sozialen Dienstleistungen.

Das DORFMobil hilft am sozialen Leben teilzunehmen und Einrichtungen der Gemeinde leichter zu erreichen. Entfernungen im Ortsgebiet von bis zu acht Kilometer und die geringe Bevölkerungsdichte machen die Gemeinde Klaus für den herkömmlichen Öffentlichen Verkehr weitgehend unwirtschaftlich. Als bedarfsorientiertes, öffentliches Verkehrsangebot ermöglicht das DORFMobil Mobilität für Personen ohne Pkw und verbessert die Erreichbarkeit lokaler Einrichtungen. Die erfolgreiche Kooperation mit dem DORFLADEN unterstützt auch die Nahversorgung, hält Kaufkraft im Ort und erhöht die Lebensqualität.

Was die Versorgung der ländlichen Bevölkerung mit Mobilitätsangeboten anbelangt, sind auch Kombinationsformen möglich, wie die Koppelung von Mikro-ÖV-Systemen mit Nahversorgung und Lieferservices. Hintergrund ist die zunehmende Ausdünnung örtlicher Nahversorgung aufgrund verstärkter Konkurrenz von Supermärkten an den Pendelwegen. Doch tragen örtliche Nahversorgungseinrichtungen zur Lebensqualität und nicht zuletzt auch zu Image und Wahrnehmung von Gemeinden bei.

Bedarf an Mobilität sowie an Einkaufsmöglichkeiten im Ort hat vor allem die ältere Generation und die Zahl älterer Menschen wird sich in den kommenden Jahren noch erhöhen. Die Kombination eines Dorfgeschäftes mit einem Dorftransporter, der sowohl Liefer- als auch Bringdienste in Form eines Mikro-ÖV-Systems anbietet, trägt zur Förderung der Lebensqualität und damit auch der Standortqualität in der Gemeinde bei. Voraussetzung dafür ist, dass engagierte und verlässliche Personen hinter der Projektorganisation und -durchführung stehen, und ebenso Leute, die das Angebot nutzen. Um den Einkauf in der eigenen Gemeinde zu fördern, werden Hol- und Bringdienste mit dem Dorftransporter bei einem Einkauf ab einer gewissen Summe, beispielsweise 20 Euro, gratis angeboten. Die Tragfähigkeit des Projektes hängt in hohem Maß davon ab, dass auch reguläre Einkäufe und nicht nur Einzelprodukte im Ort bezogen werden.

Das Unternehmen, welches das Dorfgeschäft betreibt, ist wichtig für die Umsetzung. Der Betrieb des Dorftransporters wird durch freiwillige Fahrerinnen und Fahrer ermöglicht, die ihre Motivation aus der Dankbarkeit der Menschen beziehen, welche auf das Angebot angewiesen sind. Ebenso ist die Kundschaft gewissermaßen Partnerin. Hier bewährt sich Stammkundschaft, die aufgrund des Bewusstseins um den Wert eines Nahversorgungsunternehmens auch ihre Haupteinkäufe im Ort tätigt. Auch örtliche Vereine beziehen häufig aus regionaler Verbundenheit ihre Einkäufe für Feste, etc. über das Nahversorgungsunternehmen. Ebenso besteht seitens des Tourismusvereins Interesse daran, dass das Nahversorgungsunternehmen für die Gäste erhalten bleibt.

Auch die Unterstützung durch die Gemeinde, die Bürgermeisterin oder den Bürgermeister ist essentiell.

Finanzierung des Projektes sichern. Für die Anfangsfinanzierung können Landesförderungen möglich sein. Auch kann der finanzielle Abgang des Dorftransporters so geregelt sein, dass dieser zum Teil aus Eigenaufwendungen, zum anderen Teil durch das Land getragen wird. Durch den ehrenamtlichen Betrieb

des Dorftransporters entfallen hier Personalkosten als Kostentreiber. Trotzdem fallen bei einem Leasingfahrzeug inklusive Versicherungen, Telefonkosten und Treibstoff etwa 20.000 Euro pro Jahr an.

Für die Grundausstattung des Nahversorgungsunternehmens sind etwa 40.000 Euro erforderlich. Diese können beispielsweise durch Festveranstaltungen, wie auch Baustein-Aktionen zur Zwischenfinanzierung, was später dann zurückgezahlt werden kann, lukriert werden. Das Geschäft benötigt einen Umsatz von etwa 700.000 bis 750.000 Euro pro Jahr.

Herausforderungen: Neben der Abhängigkeit von tatsächlich getätigten Einkäufen im Dorfgeschäft stellt die Abstimmung mit der Wirtschaftskammer aufgrund der befürchteten Konkurrenz für Taxiunternehmen durch die Hol- und Bringdienste eine Herausforderung dar. Ebenso beim Ausscheiden freiwilliger Fahrerinnen und Fahrer wieder Personen zu finden, die sich bereiterklären mitzumachen.

Eignung: Es muss ein tatsächlicher Bedarf vorhanden sein. Das Modell eignet sich für Gemeindegebiete mit Streusiedlungsstruktur. Hilfreich ist eine hohe Bereitschaft der Leute, sich aktiv im dörflichen Vereinswesen einzubringen sowie das Bewusstsein um die Wertigkeit eines örtlichen Nahversorgungsunternehmens. Bei einer angedachten Realisierung ist es empfehlenswert, sich mit Regionen, die derartige Projekte umgesetzt und Erfahrung damit haben, in Verbindung zu setzen. Auch auf der Universität für Bodenkultur in Wien gibt es eine Stelle, die bereits die Umsetzung solcher Projekte begleitet hat. Wichtig ist auch, parteipolitische Interessen aus dem Projekt herauszuhalten. Das kann beispielsweise erwirkt werden, indem unterschiedliche Fraktionsführerinnen und Fraktionsführer als Rechnungsprüfer eingesetzt werden.

„Auswärts einkaufen tut jeder – die Frage ist wieviel. Davon hängt ab, ob solche Projekte wie Dorflanden und Dorfmobil laufen können. Und das ist der Grund, wieso die Fahrt zum und vom Geschäft gratis ist.“
Ing. Michael Kornek, Verein Dorfmobil

Projekt ÖKO-Log: Umweltverträgliche Lebensmittelzustellung per Transportrad und Öffentlichem Verkehr vom Umland in die Stadt

Ansprechpartnerin: Julia Zientek
Kontakt Daten: Tel.: 0316-81045176, zientek@fgm.at
Projektlaufzeit: Einreichung im Jahr 2014 als Förderprojekt; in den Jahren 2015 bis 2016 in der Steiermark umgesetzt
Link: <https://goo.gl/w5tVxk>

In dem Sondierungsprojekt „ÖKO-LOG“ wurde untersucht, wie die Lieferketten regionaler Lebensmittel vom Produktionsbetrieb zu Abnehmerinnen und Abnehmern nachhaltiger gestaltet werden können. Gegenstand der Untersuchung war eine intermodale Transportkette aus öffentlichen Verkehrsmitteln, privater Gütermithnahme und Transporträdern zur Letzten-Meile-Distribution. Die Distribution regionaler Lebensmittel wird von einer Direktvermarktung mittels Ab-Hof-Verkauf oder Auslieferungen per Pkw dominiert. Kleine und mittelständische landwirtschaftliche Betriebe liefern ihre Produkte vielfach individuell an Abnehmerinnen und Abnehmer in den Ballungszentren aus, ohne die Transporte vorher zu bündeln oder logistisch zu organisieren. Dies hemmt zum einen das Entwicklungspotenzial der – ansonsten sehr vorteilhaften – regionalen Lebensmittelproduktion und steigert zum anderen das Verkehrsaufkommen und in der Folge verkehrsbedingte Probleme wie Stau, Schadstoffemissionen, Energie- und Ressourcenverbrauch. ÖKO-LOG möchte mit der Umsetzung des innovativen Distributionskonzeptes dieser Problematik entgegenwirken. Durch eine Bündelung von

Einzellieferungen und die Verlagerung der Transporte auf eine Kombination aus Bus, Bahn und Transportrad soll die Distribution effizienter, kostengünstiger und umweltverträglicher werden.

Bei ÖKO-Log handelt es sich um ein Geschäftsmodell zum umweltverträglichen Transport von Lebensmitteln direkt von regionalen Bauernhöfen als Produzenten im Stadtumland in die Zentren via Transportrad und öffentlichen Verkehrsmitteln. Dabei wurde die Machbarkeit hinsichtlich Umsetzung - Wegekette, Kühlung der Lebensmittel, etc. - und rechtlicher Rahmenbedingungen analysiert und in Testläufen überprüft.

Seitens ÖKO-Log besteht Interesse an Kooperationspartnerschaften für ein Demonstrationsprojekt, bei dem das Projekt über mehrere Monate bis zu einem Jahr auf seine Bewährung in der Praxis getestet wird.

Partnerschaften: Für die Umsetzung braucht es mehrere Kooperationspartnerschaften. Ein Betreiber für das Modell, der auch ein wirtschaftliches Interesse verfolgt, damit Geld zu verdienen. Weiters ein Verkehrsunternehmen, beispielsweise eine Lokalbahn oder ÖBB-Postbus, wenn der Öffentliche Verkehr mit dem Transportrad kombiniert wird. Und eine Organisation oder ein Unternehmen, welches die Lebensmittelzustellung per Transportrad durchführt.

Potenziell Interessierte sowie Partnerinnen und Partner sollen ein wirtschaftliches sowie gesellschaftliches Interesse haben, den Lieferverkehr umweltverträglich abzuwickeln und beispielsweise zur Aufrechterhaltung des Öffentlichen Verkehrs beizutragen.

Im Rahmen dieser Kooperation soll abgeklärt werden, wie sichergestellt werden kann, dass Lebensmittel in gleichbleibender Qualität zuverlässig geliefert werden können, und wie Kooperationsvereinbarungen mit Verkehrsunternehmen getroffen werden können.

Eignung: In struktureller Hinsicht eignen sich Städte und ihre Umlandregionen. Von den regionalen landwirtschaftlichen Produktionsbetrieben der umgebenden Gemeinden können die Produkte über vorhandene Anbindungen im Öffentlichen Verkehr und die Nutzung des Transportrades auf der ersten und letzten Meile zugestellt werden.

Projekt kombiBUS Uckermark: Lieferverkehr mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Ansprechpartnerin: Marita Förster, Leiterin Unternehmensservice Brandenburg Nordost,
Uckermärkische Verkehrsgesellschaft mbH
Kontakt Daten: tel: +49 (3332) 442-713, m.foerster@uvg-online.de
Projektlaufzeit: seit September 2012
Link: <https://goo.gl/yzartN>

KombiBUS etabliert sich als Nischenangebot des regionalen Güterverkehrs von Kleinstmengen im ländlichen Raum – taggleich, mehrmals täglich in alle Dörfer, pünktlich nach Fahrplan. Zunehmend werden von regionalen Akteurinnen und Akteuren neue Dienstleistungen entwickelt, die bisher nicht umgesetzt werden konnten, da keine passende Transportlösung gefunden werden konnte. Die Bündelung regionaler Waren durch den kombiBUS sorgt nicht nur für eine neue Form der regionalen Versorgung und Verteilung im Landkreis. Die Subunternehmen, die den anschließenden Transport in die Metropolregion Berlin übernehmen, erschließen auch neue Absatzmärkte. KombiBUS ist Bestandteil der regionalen Wertschöpfungskette und fördert dadurch auch den Personennahverkehr.

Durch die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für die Lieferung von Kleinmengen können ungenutzte Kapazitäten im Linienverkehr besser ausgelastet und damit auch zu Mehreinnahmen für die

Verkehrsunternehmen genutzt werden. Dies kann auch einen Beitrag dazu leisten, dass bestehende Linien erhalten und Fahrplanausdünnungen reduziert werden.

Partnerschaften: Zur Unterstützung bei der Umsetzung ist die öffentliche Hand hilfreich, beispielsweise auch, um bei Messen und Veranstaltungen Präsenz zu ermöglichen und bei Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Auch im Bereich des Tourismus sind Partnerschaften möglich. Die Partnerinnen und Partner sind bereits in der Planungsphase miteinzubeziehen. Die Zusammenarbeit in Netzwerken, die zwischen regionalen Erzeugungsbetrieben und dem Tourismus entstehen, spielt eine bedeutende Rolle für Aufmerksamkeit und Akzeptanz.

Es eröffnet sich eine Vielfalt an Möglichkeiten, Güter mit Kombibus-Systemen zu transportieren. Beispielsweise Post, Lebensmittel und auch Medizinprodukte. Auch die Bereitstellung regionaler Lebensmittel für Ferienwohnungen kann über solch ein Modell durchgeführt werden. Transporte für Postunternehmen sind mit wenig Aufwand für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbunden, da die Kisten direkt im Bus platziert und am Ziel wieder entnommen werden können. Die Lieferungen finden fix täglich statt.

Wichtig für die **Zielgruppe** beziehungsweise Kundinnen und Kunden sind die Nähe der Haltestellen sowie die Häufigkeit der durch die Fahrpläne möglichen Liefertermine.

Finanzierung: Möglich und wünschenswert sind auch Förderrichtlinien der Länder für Kombibus-Systeme sowie Förderungen des Bundes. Hilfreich ist eine Wirtschaftsförderung für die Organisation in den ersten Jahren sowie eine eventuelle Einmalzahlung für Hilfsmittel. Abgesehen davon trägt sich das Kombibus-System finanziell selbst.

Herausforderungen: Der rechtliche Rahmen muss abgeklärt werden. Empfehlenswert ist die Einholung eines Rechtsgutachtens, wobei sich der Transport von Lebensmitteln weniger problematisch darstellt. Wichtig ist auch die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der beteiligten Unternehmen, da mit der neuen Transportdienstleistung ein Mehraufwand verbunden ist. Negativ wirkt sich eine Fahrplanausdünnung genutzter Linien aus, da dies zum Wegbrechen von Aufträgen führen kann, wenn der Bus nicht mehr oder nicht mehr zu den erforderlichen Zeiten verkehrt.

Eignung: Zur Umsetzung dieser Art von Versorgung und Verteilung von Gütern eignen sich jene Bereiche des ländlichen Raumes, die über eine verlässliche, regelmäßige öffentliche Verkehrsanbindung verfügen. Es entsteht keine Konkurrenz zum herkömmlichen Güterverkehr, da es um die Bedienung einer Nische geht, die für den herkömmlichen Lieferverkehr nicht lukrativ ist. Es werden Klein- und Kleinstmengen taggleich innerhalb von maximal vier Stunden zugestellt.

Projekt Essen auf Elektro-Transporträdern

Ansprechpartner:	Sabahudin Budnjo
Kontaktdaten:	tel: 01-89145278, sabahudin.budnjo@samariterbund.net
Projektlaufzeit:	Konzept im Jahr 2015, Start mit E-Transporträdern im März 2016
Link:	https://www.vcoe.at/projekte/vcoe-mobilitaetspreis-2017/vcoe-mobilitaetspreis-2017-oesterreich-kategorie-energieeffizienter-lieferverkehr

Der Samariterbund Wien ist seit Juli 2014 in der täglichen Zustellung von Essen auf Rädern tätig. Täglich werden wienweit in einem Zeitfenster von drei bis dreieinhalb Stunden etwa 1.200 bis 1.300 Mahlzeiten zugestellt. In der Regel werden dafür kleinere Pkw verwendet. Aufgrund des hohen Verkehrsaufkommens und der Parkplatzknappheit, stellt insbesondere die Zustellung in den innerstädtischen Bezirken eine

große Herausforderung dar. Auf der Suche nach Lösungen für dieses Problem wurde entschieden für die Zustellung im Ersten Bezirk ein Transportrad anzuschaffen. Im Februar 2016 wurde das Transportrad in Betrieb genommen. Nach kurzer Zeit stellte sich heraus, dass der Einsatz des Transportrades ein voller Erfolg ist. Und es wurde beschlossen, acht weitere E-Transporträder anzuschaffen.

Im städtischen Raum ist es möglich, die Essenzustellung durch soziale Organisationen ohne Zeitverluste oder sogar mit Zeiteinsparung mit E-Transporträdern durchzuführen. Um ausreichend Kapazitäten für die Mahlzeiten zu haben, wurden die Räder adaptiert. Erfahrungswerte zeigen, dass die Auslieferung an 90 Prozent der Tage im Jahr mit den E-Transporträdern durchgeführt werden konnte. Geeignetes Personal und die geeignete Ausrüstung sind Voraussetzungen dafür.

Für die Zustellung E-Autos anzuschaffen, wäre weit teurer gekommen und im Hinblick darauf, dass die Fahrzeuge täglich nur etwa 3 bis 4 Stunden im Einsatz sind, unökonomisch gewesen.

Partnerschaften: Die Unterstützung der Geschäftsführung ist zentral bei diesem Projekt. Weitere Partnerinnen und Partner sind die jeweiligen Auftraggeber der Essenzulieferung, die Catering-Unternehmen beziehungsweise die Großküche, die die Mahlzeiten bereitstellen sowie eventuell das Versicherungsunternehmen, bei dem Versicherungspolizzen im Zusammenhang mit der Zustellung abgeschlossen wurden. Die E-Transporträder können durch Logo- oder Werbeaufkleber Werbebotschaften übermitteln.

Eine direkte **Zielgruppenansprache** erübrigt sich, da die Kundinnen und Kunden durch die übertragenen Belieferungsaufträge definiert sind.

Die **Finanzierungskosten** pro adaptierten E-Transportrad betragen rund 5.000 Euro. Für Förderungen kann im betreffenden Bundesland, der jeweiligen Stadt, beim Catering-Unternehmen oder auch bei Versicherungen, die langjährige Partnerinnen sind, angefragt werden.

Eine **Herausforderung** ist es, geeignetes Personal zu finden, das bereit ist, die Aufgabe (auch im Winter) auszuführen. Hinsichtlich der Personalsituation ist auch zu berücksichtigen, dass das Ausführen von Lieferfahrten 4 bis 5 Stunden pro Tag nicht überschreiten sollte, auch wenn sie mit einem E-Fahrrad durchgeführt werden.

Eignung: Die Essenzustellung mit Elektro-Transporträdern ist generell gut für den städtischen, dicht besiedelten Raum geeignet, da mehrere aneinandergereihte Zustellungen im Zuge einer geordneten Tour erforderlich sind, um konkurrenzfähig zu sein.

„Umweltverträgliche Transportmittel können sich erst dann durchsetzen, wenn sie auch wirtschaftlich sind. Bei „Essen auf Elektro-Transporträdern“ des Samariterbundes sind beide Faktoren mehr als erfüllt worden: Die Zulieferung erfolgt emissionsfrei und spart Geld.“ Sabahudin Budnjo, Msc, Samariterbund Wien

Vorbildhafte Projekte im Bereich Tourismusmobilität

Umweltverträgliche Angebote zur autofreien Anreise in den Urlaub und Mobilität vor Ort sind nicht nur aus Sicht von Umwelt- und Klimaschutz wichtig, sondern bieten angesichts des zurückgehenden Autobesitzes der potenziellen Gäste aus Großstädten einen handfesten touristischen Vorteil. Naturgemäß ist im Bereich der Tourismusmobilität die Zusammenarbeit mit Tourismusverbänden, Tourismusunternehmen sowie Verkehrsverbünden und Verkehrsunternehmen erstrebenswert und erfolgsversprechend. Das Interesse der Tourismusverbände kann sehr unterschiedlich sein. Teilweise sind diese sehr offen für eine Zusammenarbeit, teilweise erkennen sie – noch – keinen Mehrwert oder Nutzen von umweltverträglichen Mobilitätsangeboten.

KEM-Managerinnen und -Manager haben im Zuge ihrer Interviews angegeben, dass Tourismusbetriebe nicht immer so engagiert reagiert haben, wie erwartet worden war. Da manche Betriebe über einen eigenen Shuttledienst für ihre Gäste verfügen, ist bei diesen beispielsweise das Interesse an einer Zusammenarbeit weniger stark ausgeprägt. Eine weitere Herausforderung, die KEM-Managerinnen und -Manager in Zusammenhang mit Tourismusbetrieben erfahren, ist eine gewisse Passivität der Betriebe, wenn es um die Projektfinanzierung geht. Während seitens der Politik ein Beitrag der Tourismusbetriebe erwartet wird, berufen sich diese darauf, dass Mobilitätsangelegenheiten Landessache seien.

Auch bei Projekten zur Tourismusmobilität ist wichtig, dass diese zu den gemeindeeigenen Strukturen und Voraussetzungen passen. Wichtig ist auch, dass ein Nutzen für die Wirtschaft absehbar sein muss.

Besonders im Tourismusbereich sind Marketing und Bewusstseinsbildung essentiell für das Gelingen von Projekten im Mobilitätsbereich. Hilfreich ist ein Marketingeffekt, der mit Assoziationen wie „Klimaschutz ist sexy“ spielt. Projekte sollten so gestaltet sein, dass sich ein – finanzieller – Nutzen zeigt, beispielsweise indem keine neuen Stellplätze oder Garagen errichtet werden müssen. Oder Services werden aus Überzeugung für die Gäste angeboten.

Erfolgsfaktoren: Die Zusammenarbeit mit Gemeinden, Tourismusverbänden, Tourismusbetrieben und Verkehrsverbänden ist für den Erfolg sehr wichtig. Es müssen alle Partnerinnen und Partner von der Sinnhaftigkeit des Projektes überzeugt und bereit sind, dieses aktiv mitzutragen. Auch hier sind Marketing und Öffentlichkeitsarbeit essentiell, um die Zielgruppe zu erreichen und über das Angebot zu informieren. Die Bewerbung muss daher auch langfristig durchgeführt werden. Um die Nachfrage abzuschätzen, sind sowohl die Herkunftsregionen der Gäste als auch potenzielle neue Zielgruppen wie Personen ohne Pkw-Besitz mitzudenken.

Herausforderung: Tourismusverbände zeigen zum Teil nicht gleich Interesse an umweltverträglichen Mobilitätsangeboten. Hier herrscht oft noch das Denken vor, dass ohnehin alle Gäste mit dem Auto kommen, dass Mobilitätsmaßnahmen nicht in ihre Zuständigkeit fallen oder dass es kaum Nachfrage nach solchen Angeboten gäbe. Hier kann Überzeugungsarbeit und Bewusstseinsbildung ansetzen, indem das der Mehrwert von Mobilitätsmaßnahmen für Gäste aufgezeigt wird, oder auf neue Zielgruppenansprachen hingewiesen wird. Denn besonders in Städten besitzen zunehmend, vor allem junge Menschen weniger oft einen eigenen Pkw.

Finanzierung: Mobilitätsprojekte im Bereich Tourismus werden teilweise mit Förderungen der öffentlichen Hand oder von Tourismusbetriebe und -vereinigungen umgesetzt. Andere wiederum finanzieren sich selbst.

Eignung: Für Tourismusgemeinden und -regionen, die aufgrund starken Verkehrsdrucks am Urlaubsort oder um die wachsende Gästezahl ohne eigenen Pkw insbesondere aus Großstädte anzusprechen, die umweltverträgliche Anreise und Mobilität in der Urlaubsdestination fördern wollen.

Projekt Hinterstoder sanft mobil

Ansprechpartner: Bürgermeister Helmut Wallner
Kontakt Daten: 07564-52 55-13, gemeinde@hinterstoder.ooe.gv.at
Projektlaufzeit: seit dem Jahr 2002
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/hinterstoder-sanft-mobil?oder4=2014>

Mit dem im Jahr 2007 erfolgten Beitritt zu Alpine Pearls, einem Zusammenschluss von alpinen Tourismusorten, die sich der umweltverträglichen Mobilität verpflichtet haben, musste ein umweltverträgliches Mobilitätsangebot für die Gäste geschaffen werden, das alle Aspekte eines gelungenen Urlaubs ohne Auto abdeckt. Dass von diesem Angebot die Einheimischen besonders profitieren, war beabsichtigter Nebeneffekt.

„Hinterstoder sanft mobil“ baut auf das vorhandene gut ausgebaute Angebot des Öffentlichen Verkehrs auf. Mängel bestanden in der Wahrnehmung des Angebots, in der Qualität der Infrastruktur, im Servicedesign und in der fehlenden Kooperation der touristischen Akteurinnen und Akteure. Das Projekt bearbeitete diese vier Problemfelder mittels einer Vielzahl von Einzelmaßnahmen über einen Zeitraum von knapp vier Jahren. Es wurde ein breiter Projektansatz verfolgt, der die Beteiligten forderte. Ziel war, mit den umweltverträglich mobilen Vorbild-Gemeinden gleichzuziehen.

Von Beginn des Projektes weg haben sich **Partnerschaften** gebildet, die nach wie vor bestehen. Es gibt eine starke Verbindung zu einigen Tourismusbetrieben, die hohes Interesse daran haben, ihre Gäste über Möglichkeiten des autofreien Urlaubs zu informieren. Weitere Partner sind Sportartikelhandlungen, bei denen vor allem E-Fahrräder nachgefragt werden. Außerdem gibt es eine Vernetzung mit den regionalen Taxiunternehmen.

Finanzierung: Die Fördersituation für das Projekt war ausgezeichnet und wurde über den Klimafonds und klima:aktiv unterstützt. Der wirtschaftlichen Seite kommt dennoch große Relevanz zu, denn ohne ein wirtschaftliches Funktionieren wäre das Projekt nicht dauerhaft durchführbar.

Erfolgsfaktoren: Der Bewerbung des Angebotes kommt große Bedeutung zu. Diese erfolgte über eigene Magazine, Webseiten, Leuchtkästen sowie über die Informierung der Gäste durch die Beherbergungsbetriebe. Es besteht aber noch viel Optimierungspotenzial. Essentiell sind auch ein getakteter Verkehr, gute Verbindungen und eine adäquate Haltestelleninfrastruktur sowie ein vernetztes Angebot an Alternativen zum eigenen Pkw.

Eine **Herausforderung** ist, wenn der regionale Tourismusverbund kein Interesse an einer Unterstützung umweltverträglicher Mobilitätsmaßnahmen zeigt. Besonders wenn ein großer Anteil der Gäste aus Wien kommt, wo viele Personen kein eigenes Auto besitzen, ist dies eine ungenutzte Chance.

Eignung: Besonders Tourismusregionen können sich von dem Projekt viele Anregungen holen. Nachahmerinnen und Nachahmer ist zu empfehlen, sich bei der Projektkonzeption Zeit zu lassen und alle Punkte gut zu klären. Und dann das Projekt als Gesamtkonzept umzusetzen – nur einzelne Aspekte auszuwählen macht wenig Sinn.

„Wir bauen seit Jahrzehnten Straßen und die ganze Infrastruktur ist auf den Autoverkehr ausgerichtet. Mit gleicher Selbstverständlichkeit muss der Öffentliche Verkehr ausgebaut werden, sonst funktioniert das nicht.“ Helmut Wallner, Bürgermeister der Gemeinde Hinterstoder

Projekt Barrierefreie, einfache Suche nach Wanderbussen: Bewusstseinsbildung für Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr zu Ausflugszielen

Ansprechpartner: Richard Hunacek, Fahrgast Kärnten
Kontaktdaten: Tel.: 04242-215177, info@fahrgast-kaernten.at
Projektlaufzeit: laufendes Engagement

Im Jahr 2002 erfolgte die Gründung des Naturparks Dobratsch, des ersten Naturparks in Kärnten. Es führt eine Straße bis auf 1.700 Meter, aber es fuhr kein Bus. Fahrgast Kärnten informierte alle Medien, verfasste Leserbriefe, kontaktierten alle Politikerinnen und Politiker in Villach und im Land, führte auch mit den alpinen Vereinen Gespräche. Mit Erfolg - seit einigen Jahren fährt nun dreimal in der Woche ein Bus in den Naturpark.

Seit dem Jahr 2013 gibt es den neuen Aussichtsturm auf dem Pyramidenkogel. Es führt eine Straße hin und es wurden viele neue Parkplätze errichtet, aber auch hier fuhr kein Bus zum Turm. Auch hier wurden Gespräche geführt, Politik und Medien kontaktiert. Seit dem Jahr 2015 gibt es die Möglichkeit, auch per Bus und ohne Pkw zum Aussichtsturm zu kommen.

Bei der Erreichbarkeit von Ausflugszielen wird nach wie vor primär die Autoanreise kommuniziert. Das Bewusstsein, auch die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln in der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit zu thematisieren, nimmt langsam zu.

Das Kontaktieren, Nachfragen und Hinweisen auf fehlende Verbindungen des Öffentlichen Verkehrs zu Ausflugs- oder Veranstaltungsorten trägt dazu bei, die Verantwortlichen zu sensibilisieren. Ihnen wird das Interesse an umweltverträglichen Anreisemitteln bewusst und schließlich werden auch Angebote entwickelt.

Wichtige **Ansprechpartnerinnen** sind die Zielgemeinden von Ausflugsverkehr - aber auch die Quellgemeinden der Gäste - und hier speziell die Verkehrs-, Tourismus-, Umwelt- und Naturschutzreferentinnen und -referenten. Bei kulturellen Veranstaltungen ist es sinnvoll, auch das Kulturreferat miteinzubeziehen. Ebenso sind die relevanten Verkehrsunternehmen wie Stadtbusse, Postbus, ÖBB, etc. anzusprechen.

Zur **Zielgruppenansprache** ist wichtig, dass Angebote des Öffentlichen Verkehrs für Ausflugsziele durch Öffentlichkeitsarbeit und Bewerbung bekannt gemacht werden. Gute oder neue Verbindungen im Öffentlichen Verkehr bringen nichts, wenn niemand davon weiß.

Erfolgsfaktoren: Durchdachte und gut argumentierte Vorschläge werden von Ansprechpersonen und den Stellen, die Entscheidungen treffen, sehr wohl geschätzt, wahr- und ernstgenommen. Ebenso zeigen Medien Interesse daran, Themen zur Förderung verbesserter oder neuer Verbindungen des Öffentlichen Verkehrs aufzugreifen. Ein Erfolgsfaktor ist auch, wenn von mehreren Seiten, etwa der Bevölkerung, von Vereinen, in der Medienberichterstattung Interesse an einer solchen Maßnahme artikuliert wird.

Herausforderungen: Beharrlich am Ball bleiben. Manchmal benötigt die Überzeugung der Verantwortlichen und die Realisierung Zeit. Vor 15 Jahren haben noch viel mehr Busse zu Wander- und Ausflugszielen existiert. Diese wurden sukzessive eingespart. Hier braucht es ein Umdenken in der Politik: Verbindungen des Öffentlichen Verkehrs bloß einzusparen und anstatt dessen am Ausflugsort riesige Parkplätze anzulegen, ist zu wenig. Die Bereitschaft im Tourismus, zur Förderung umweltverträglicher

Mobilitätsmaßnahmen - auch finanziell - beizutragen, ist in vielen Regionen nicht stark ausgeprägt. In anderen Regionen, etwa in den Bundesländern Tirol und Vorarlberg, gibt es bereits gute Initiativen.

„Bei den Tourismusvereinigungen ist das Interesse und Bewusstsein, dass öffentlicher Verkehr wichtig ist, leider oft noch nicht so stark ausgeprägt. Da wird häufig gesagt: Die Gäste kommen eh alle mit dem Auto.“ Richard Hunacek, Fahrgast Kärnten

Projekt Mobilitätscoach Tirol: Beratungsleistungen für Tourismusbetriebe

Ansprechpartnerin: Katleen Johne, Strategien&Partner, Tirol Werbung GmbH
Kontakt Daten: Tel.: 05125-320253, katleen.johne@tirolwerbung.at
Projektlaufzeit: ab dem Jahr 2015
Link: www.tirolwerbung.at/tiroler-tourismus/mobilitaet-und-tourismus/tirol-auf-schiene

In Tirol wurden von ÖBB, DB und Tirol Werbung Mobilitätscoaches ausgebildet. Tourismusverbände können diese Mobilitätscoaches buchen. Sie besuchen gemeinsam mit dem örtlichen Vermietercoach des Tourismusverbandes die Beherbergungsbetriebe und informieren die Vermieterinnen und Vermieter in einem persönlichen Gespräch über umweltverträgliche Anreise, gute Direktverbindungen, Trends im Mobilitätsverhalten der Gäste, Lösungen für die letzte Meile und die Mobilität vor Ort in der Tourismusregion. Im Zuge mehrerer solcher Beratungen wird das Knowhow des Mobilitätscoaches an den Vermietercoach weitergegeben und dieser ist nach etwa 15 Beratungen in der Lage, die Mobilitätsberatungen für Betriebe auch selbst durchzuführen.



Foto: Energie Tirol

In den letzten Jahren ist das Bewusstsein gestiegen, dass Bahnfahrergäste eine interessante touristische Zielgruppe sind. Früher wurde die Anreise der Gäste wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Durch die

Beratung wird den Tourismusunternehmen bewusst, dass eine steigende Zahl der Gäste aus Großstädte kein eigenes Auto besitzen – aber eine interessante Zielgruppe darstellen. Auch werden die negativen Auswirkungen des Verkehrsaufkommen durch den Urlaubsverkehr, wie Parkplatznot und verstopfte Straßen, von den Tourismusverbänden zunehmend als Belastung wahrgenommen. Die Anreise per Bahn ist für die Hoteliers günstiger als der teure Bau von Tiefgaragen.

Partnerschaften: Das Mobilitätscoaching erfolgt in partnerschaftlicher Zusammenarbeit. An der Umsetzung sind ÖBB, DB, in Tirol die Tirol Werbung sowie der betreffende regionale Tourismusverband beteiligt. Je nach Region kommen weitere relevante Kooperationspartnerschaften etwa mit Verkehrsbetrieben dazu.

Finanzierung: An der Finanzierung der Beratungsleistung beteiligen sich der Tourismusverband, die ÖBB, die DB, der Verkehrsverbund sowie der beratene Betrieb. Die finanzielle Abwicklung liegt bei einer Stelle, was die Abwicklung für die Kundinnen und Kunden unkompliziert gestaltet.

Erfolgsfaktoren: Die partnerschaftliche Finanzierung ist gleichzeitig auch ein Erfolgsfaktor. In Tirol nimmt knapp die Hälfte der Tourismusverbände am Mobilitätscoaching teil. Der Tourismusverband übernimmt die Bekanntmachung des Angebotes einer Mobilitätsberatung für Tourismusbetriebe. Das Feedback auf die Mobilitätsberatung ist sehr gut, und das ist besonders erfreulich, da die meisten Betriebe der Beratung anfangs eher skeptisch gegenüberstehen und sich noch nicht vorstellen können, welchen Mehrwert sie daraus ziehen können. Oft ist ihnen zuerst nicht klar, dass es eine Beratung ist und nicht eine Werbung der ÖBB. Sie sagen dann aber, dass die Beratung sehr viel gebracht hat. Um den Erfolg weiterzutragen ist auch die Vorbildwirkung der Tourismusverbände wichtig, beispielsweise durch ein regelmäßiges Update zur Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln auf ihrer Website.

Herausforderungen: Betriebe zeigen von sich aus wenig Initiative, das Angebot anzunehmen. Zur Teilnahme motiviert werden Betriebe durch persönlichen Kontakt, den Hinweis, dass die Beratung nur rund 30 Minuten dauert und alle Materialien bereitgestellt werden. Auch Vermieterversammlungen sind gute Gelegenheiten, auf das Thema aufmerksam zu machen. Bei den Betriebsbesuchen der Coaches werden oft auch Themen angesprochen, die mit der Mobilitätsberatung nichts zu tun haben. Diese sollten ernstgenommen und notiert, aber in der Beratung nicht weiter inhaltlich darauf eingegangen werden.

Eignung: Es bietet sich an, dass die Projektleitung eine Landestourismusorganisation übernimmt. Die Beratungsleistungen für eine umweltverträgliche Anreise zum Urlaubsort machen vor allem in solchen Gemeinden Sinn, die einen Bahnhof im oder beim Ort haben und dieser eine wichtige Rolle hat. Die Beratung richtet sich besonders an größere Beherbergungsbetriebe, bei denen aufgrund der höheren Gästezahl ein größerer Effekt erzielt werden kann.

„In den letzten Jahren ist das Bewusstsein gestiegen, dass Bahnfahrergäste eine Zielgruppe sind. Das war früher nicht bewusst, da war es eher egal, wie die Gäste anreisen. Jetzt ist vielen durch die Beratung bewusst geworden, dass die Gäste aus den Großstädten ein anderes Mobilitätsverhalten haben, dass 40 bis 50 Prozent kein eigenes Auto und oft auch keinen Führerschein besitzen, sondern mit dem Öffentlichen Verkehr fahren. Diese Zahl steigt stetig und diese Leute fahren auch auf Urlaub. Das ist jetzt wirklich eine Zielgruppe. Wird dieser nähergebracht, dass die Destination gut und leicht erreichbar ist, können sie als Gäste angesprochen werden.“ Katleen Johnne, Tirol Werbung

Projekt Touristische Mobilitätszentrale Kärnten

Ansprechpartner: Markus Reisner, MSc
Kontakt Daten: Tel.: 04242-4200054, reisner@region-villach.at
Projektlaufzeit: Projektstart November 2016, Laufzeit 2016 bis 2019
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/touristische-mobilitaetszentrale-krnten-2017?oder2=62&oder4=2017&oder5=229>

Ballungsräume wie Wien oder Stuttgart sind ein bedeutender Quellmarkt des Kärntner Tourismus, mit einem starken Trend zu einem Mobilitätsverhalten ohne privaten Pkw. Trotz der guten überregionalen und internationalen Anbindung Kärntens war aber bislang eine Anreise mit Bahn und Bus aufgrund der ungelösten letzten Meile nicht attraktiv. Im Projekt „Touristische Mobilitätszentrale Kärnten“ haben sich acht Kärntner Tourismusregionen zusammengeschlossen, um umweltverträgliche Mobilität in Kärnten zu implementieren und sich dadurch als sanft mobile

Urlaubsdestination zu positionieren. Kernaspekte sind die Einführung eines kärntenweiten Bahnhof-Shuttles zur Schließung der Letzten Meile, Vernetzung und Ausbau der über- und innerregionalen Mobilität, ein kärntenweites Mobilitätsleitsystem sowie kostenloses Coaching von Betrieben.

Wichtig ist zu erkennen, dass besonders Gäste aus Großstädten, die zu den Quellmärkten gehören, ein verändertes Mobilitätsverhalten aufweisen. In Wien beispielsweise verfügen über 40 Prozent der Haushalte über keinen eigenen Pkw, Trend steigend. Diesen Gästen gilt es, bei der Anreise und im Urlaubsort selbst Alternativen zum privaten Pkw zu bieten, um als Urlaubsdestination interessant zu sein. Es wird zunehmend das Potenzial dieser Gäste als touristisch relevante **Zielgruppe** wahrgenommen.

Das Beratungs- und Coachingangebot für Tourismusbetriebe wird in Kärnten kostenlos angeboten. Die Mobilitätszentrale ist darüber hinaus offizielle Anlaufstelle für Anregungen zu Verbesserungen von Mobilitätsangeboten.

Partnerschaften: Bei dem Projekt arbeiten zusammen die Tourismusregionen, die Landestourismusorganisation – die Kärnten Werbung hat das Projekt angeregt, Bund und Land, beteiligte Transportunternehmen wie ÖBB und DB sowie die Betriebe, die das Service zu den Gästen bringt.

Finanzierung: Die Finanzierung erfolgt vorrangig durch klima:aktiv, Kärntner Wirtschaftsförderungs Fonds und Landesförderungen. Die Unterstützung durch Förderungen ist vor allen in der Anlaufphase essentiell.

Erfolgsfaktoren: Eine direkte Ansprechperson bewirkt, dass sich Betriebe und Unternehmen gut aufgehoben fühlen. Der persönlichen Gesprächsführung mit – potenziellen - Partnerinnen und Partnern und den Beherbergungsbetrieben als Kunden kommt große Wichtigkeit zu. Hier sind Feinfühligkeit und Fingerspitzengefühl gefragt, um die Anliegen, Wünsche und Motivationen des Gegenübers zu erkennen. Interesse oder Motivation zur Mitwirkung und Teilnahme kann hinsichtlich Qualitätssteigerungen, Kosteneffizienz, Bedarfsverbesserung oder Umweltschutz bestehen. Durch Kooperation mit Landestourismusorganisationen, der ÖBB und DB kann auf starkes Marketing-Know-How zurückgegriffen werden, das bei der Bewerbung hilfreich ist. Denn auch hier kommen der Öffentlichkeitsarbeit und der Bekanntmachung der Angebote große Bedeutung zu. Im Zuge der Marketing-Kampagne sind Ziele und Zielgruppen zu definieren. Kampagnen mit Bahnunternehmen bewähren sich, da die Zielgruppe bereits dem Öffentlichen Verkehr zugetan ist. Positiv bewertet wird auch der Zusatznutzen, dass sich durch die intensive Zusammenarbeit zwischen den Tourismusregionen auch zu anderen Themenbereichen ein intensiverer Austausch ergibt.

Herausforderungen: Die Beherbergungsbetriebe sind der Schlüssel zu Kundinnen und Kunden und damit wichtigste Partner, wenn es um den direkten Kontakt mit der Zielgruppe geht. Daher werden Beratungen und Coachings angeboten, um diesen die Thematik und mögliche Angebote für ihre Gäste näherzubringen. Die Bereitschaft zur Mitwirkung der Beherbergungsbetriebe zu erlangen ist eine größere Herausforderung als die technische Umsetzung wie Konzeption, Online-Buchungsplattform, Ausschreibungen, etc.

Eignung: Der Ausbau der umweltverträglichen Mobilität ist grundsätzlich für jede Region, insbesondere für Tourismusregionen, empfehlenswert, vor allem dann, wenn sich mehrere Regionen zusammenschließen und austauschen.

„Der Kärntner Tourismus hat die Zeichen der Zeit erkannt. Bei unseren Gästen vor allem aus großen Ballungszentren, wie Wien, München, Stuttgart, Hamburg macht sich mittlerweile ein verändertes Mobilitätsverhalten sehr stark bemerkbar. Beispielsweise besitzen in Wien über 40 Prozent der Haushalte keine eigenen Pkw mehr und diese Quote wird, dem Trend nach, noch stärker ansteigen. Auch die Zahl der Führerscheinbesitzenden in den Ballungszentren ist rückläufig. Daher war und ist es für das Tourismusland Kärnten unumgänglich, auf diesen Trend zu reagieren und Mobilitätsmöglichkeiten abseits des privaten Pkw zur Verfügung zu stellen.“ Markus Reisner, Msc, Touristische Mobilitätszentrale Kärnten

Projekt KONUS – Kostenlose Nutzung des Öffentlichen Nahverkehrs für den Schwarzwaldurlaub

Ansprechpartnerin: Jasmin Bächle, Projektleiterin Marketing, Schwarzwald Tourismus GmbH
Kontakt Daten: Tel.: +49 761.89 646-82, baechle@schwarzwald-tourismus.info
Projektlaufzeit: ab dem Jahr 2002
Link: www.konus-schwarzwald.info

Ziel der KONUS-Gästekarte in der Region Schwarzwald war die Entlastung der vielbesuchten Ferienregion vom Autoverkehr.

Beherbergungsbetriebe können Urlaubsgästen die Mobilitätskarte ohne eigene Mehrkosten anbieten. Die pauschalierten Deckungsbeiträge werden von den Kommunen in die Kurtaxe oder Fremdenverkehrsabgabe einkalkuliert. Die Verkehrsbetriebe erzielen bessere Auslastungen ihrer Linien und können mit festen Einnahmen rechnen.

Attraktive Angebote zur umweltverträglichen Anreise und Fortbewegung am Urlaubsort entlasten stark nachgefragte Urlaubsregionen vom Autoverkehr. In den KONUS-Gemeinden der Region Schwarzwald ist dies neben einer stark ermäßigten Anreise die kostenlose Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel am Urlaubsort, die über eine Erhöhung der Kurtaxe finanziert wird. Die Nutzung des Öffentlichen Verkehrs erfolgt dann über die Gästekarte, in die auch zusätzliche Leistungen und Vergünstigungen vor Ort integriert sind.

Partnerschaften: In diesem System arbeiten viele unterschiedliche Beteiligte, wie die teilnehmenden Orte, die Tourismusvereinigungen, die etwa 10.000 Beherbergungsbetriebe sowie die Verkehrsverbünde und die öffentliche Hand – etwa die Landratsämter - partnerschaftlich zusammen.

Zielgruppe sind Urlauberinnen und Urlauber, die in der Region nächtigen.

Finanzierung: Die Projektfinanzierung erfolgt über den Finanzausgleich beziehungsweise die Gästekarte, die jeder Gast beim Urlaubsantritt ausfüllt. Die Konus-Gemeinden führen für ihre Beherbergungsbetriebe pro Übernachtung 36 Cent ab 35 Cent werden an die neun Verkehrsverbünde der Region und die Bahn ausgeschüttet, 1 Cent erhält die Schwarzwald Tourismus GmbH für das Marketing von Konus. Das Projekt trägt sich finanziell selbst und ist nicht auf Förderungen angewiesen.

Erfolgsfaktor: Dass durch das Projekt die umweltverträgliche Fortbewegung am Urlaubsort gewährleistet wird, ist für viele Gäste ein Buchungskriterium. Das starke Interesse und die Zusammenarbeit zwischen den Partnerinnen und Partnern ist ein weiterer Erfolgsfaktor. Für Verkehrsverbünde ergibt sich der Vorteil, dass sie eine höhere Fahrgastfrequenz und Einnahmen aus dem Finanzausgleich erzielen. Viele andere deutsche Urlaubsdestinationen stellen Anfragen, weil sie das Projekt in ähnlicher Weise in ihrem Gebiet umsetzen wollen.

Herausforderungen: Gemeinden und Beherbergungsbetriebe zeigten anfangs eine gewisse Skepsis bezüglich der Erhöhung der Kurtaxe, erkannten den Mehrwert nicht, sondern sehen nur die Kosten. Hier braucht es gute Kommunikation, damit der Mehrwert erkannt wird. Aktuell haben dann jene Orte und Beherbergungsbetriebe, die nicht teilnehmen, einen Nachteil bei der Gästeakquise, denn die Gäste schauen, was sie für ihr Geld bekommen.

Die Aushandlung der Bedingungen rund um den Finanzausgleich, beispielsweise welche Ausnahmeregelungen es eventuell gibt, wenn das Modell an die Kurtaxe anschließt, wie die Zahlungen erfolgen, steuerliche Fragen, die Meldescheingestaltung sind anfängliche Herausforderungen. Wichtig ist auch, Kontrollmöglichkeiten abzuklären, um missbräuchliche Verwendungen abzuwehren, indem beispielsweise Karten von den Beherbergungsbetrieben an nicht berechnete Gäste abgegeben werden.

Eignung: In Regionen, in denen Verkehrsverbünde und Verkehrsunternehmen bereits gut kooperieren, ist das Projekt leichter umzusetzen. Das KONUS-Modell deckt die Region Schwarzwald ab. Leichter sind solche Projekte umzusetzen und auch zu finanzieren, wenn sie für kleinere Regionen beziehungsweise auf Teilstrecken konzipiert werden.

Kinder-, Jugend- und Schulwegmobilität

Bewegungsaktive und umweltverträgliche Mobilitätsformen im Kinder- und Jungendalter zu fördern ist nicht nur im Hinblick auf positive gesundheitliche Auswirkungen von Bewegung wichtig. Denn hier werden Grundlagen für eigenständiges Mobilitätsverhalten gelegt und damit auch die Basis für spätere Mobilitätsgewohnheiten und die Verkehrsmittelwahl geschaffen.

Die Interviews mit den KEM-Managerinnen und -Manager haben ergeben, dass Faktoren wie persönliches Engagement, privates Know-How oder Umwelt- und Klimaschutz als persönliches Anliegen von engagierten Personen zur Mitwirkung an Mobilitätsprojekten motivieren. Besonders an Schulen besteht häufig Interesse daran, Zukunftsthemen wie Klimaschutz und Klimawandel sowie bewegungsaktive Mobilitätsformen zu behandeln.

Die Unterstützung durch Schulen begünstigt die Weiterentwicklung von Projekten. Es gibt bereits eine Reihe an vorbildhaften Projekten im Schulbereich, die sich gut zur Nachahmung eignen. Darüber hinaus sind Partnerschaften zur Unterstützung, allen voran durch die Gemeindevertretung, etwa durch Präsenz der Bürgermeisterin beziehungsweise des Bürgermeisters wichtig und bildet einen Rahmen, durch den das Projekt in die Gemeinde eingebettet ist. Auch die Vorbildfunktion ist bei dieser Art von Projekten relevant.

Partnerschaften: Schulen, Kindergärten und die Eltern der Kindern, sowie Bürgermeisterinnen und Bürgermeister und Gemeindevertretung sind wesentlich als Unterstützung in der Umsetzung von Projekten, die sich mit Kinder-, Jugend- und Schulwegmobilität befassen.

Bei Projekten zur Bewusstseinsbildung bei Schulkindern sind neben den Schulen auch Verkehrsverbünde und Verkehrsunternehmen Partner in der Durchführung.

Erfolgsfaktoren: Die Bereitschaft zur Mitwirkung der Eltern an Fahrdiensten entscheidet über den Erfolg von Projekten, bei denen der Kindergarten- und Schultransport auf Freiwilligenfahrdiensten beruht. Auch bei Projekten, die auf die bewegungsaktive Bewältigung des Schulwegs zu Fuß oder mit dem Fahrrad abzielen, ist die Unterstützung der Eltern und des Elternvereins, sowie der Lehrerschaft und der Direktion sehr wichtig. Ebenso braucht es den Rückhalt seitens der Gemeindeleitung und des Gemeinderats bei der Projektrealisierung und -finanzierung.

Durch den Erwerb des Führerscheins und der Möglichkeit zur Nutzung motorisierter Mobilitätsformen bei älteren Schülerinnen und Schülern, ist bei Bewusstseinsbildungsprojekten an Schulen eine Aufteilung in Unterstufen- und Oberstufen-Workshops sinnvoll, um dem unterschiedlichen Mobilitätsverhalten Rechnung tragen zu können.

Herausforderungen: Bei auf Freiwilligenfahrdiensten beruhenden Kindergarten- und Schulfahrten ist das Engagement der Eltern dafür sicherzustellen. Hier braucht es die Schaffung eines Bewusstseins, dass ohne Mitwirkung an den Fahrdiensten keine Fahrdienste stattfinden - was für die Eltern eine unbefriedigende Situation darstellt und daher stärkere Mitwirkung bewirkt.

Zur Bekanntmachung des Workshop-Angebots empfiehlt sich ein persönlicher Kontakt zu den Schulen, da Schulen sehr viele Informationen zu Angeboten zu unterschiedlichen Themenbereichen zugesandt erhalten.

Finanzierung: Die Finanzierungsmodelle unterscheiden sich je nach Projekt stark. Bei Kindergarten- und Schultransporten sowie zu bewegungsaktiver Schulwegmobilität wird die Finanzierung beispielsweise durch die Gemeinde und Sponsoringbeiträge von Firmen im Gemeindegebiet abgedeckt. Bei Workshop-Angeboten für Schulen erfolgt die Finanzierung beispielsweise durch Landesförderungen beziehungsweise das Klimabündnis Österreich.

Eignung: Maßnahmen im Bereich Schulwegmobilität eignen sich für jede Schule und können unterschiedlich ausfallen. Viele Möglichkeiten und Konzepte gibt es beispielsweise, die auf die Förderung bewegungsaktiver Mobilität abzielen. Aber auch andere Maßnahmen können das „Elterntaxi“ von und zur Schule ersetzen, beispielsweise die Einführung von Busdiensten mit Freiwilligen bei Gemeinden mit Streusiedlungsgebieten.

Auf freiwilligen Fahrdiensten beruhende Kindergarten- und Schulwegtransporte eignen sich zur Nachahmung in Gemeinden mit Streusiedlungsgebieten, die auf einen privaten Taxidienst angewiesen sind, um die Kinder in die Schule zu bringen.

Workshops zur Bewusstseinsbildung für umweltverträglichen Verkehr machen an Schulen generell immer Sinn.

Projekt Sunnabüs'le Suldis

Ansprechpartner: Bürgermeister Kilian Tschabrun, Gemeinde Zwischenwasser
Kontakt Daten: Tel.: 05522-4915 0 oder 05522-46432
Projektlaufzeit: seit Februar 2016
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/sunnabsle-suldis-2017?>

Die Gemeinde Zwischenwasser in Vorarlberg hat für den Transport der 21 Schul- und Kindergartenkinder aus Suldis nach Batschuns einen Elektro-Bus angekauft, der mit Sonnenenergie fährt. Am Steuer sitzen Eltern. Elf Firmen aus Vorderland-Gemeinden haben das Projekt unterstützt. Jährlich werden dadurch 12.000 Euro an Steuergeld, 1.200 Tonnen CO₂ und etwa 10.000 Pkw-Kilometer eingespart.

Davor wurden die 21 Schulkinder aus dem kleinen Weiler Suldis allmorgendlich von einem Taxiunternehmen mittels eines dieselbetriebenen Kleinbusses in den knapp zwei Kilometer entfernten Ortsteil Batschuns gebracht, in welchem sich die nächste Bushaltestelle und die Volksschule befinden. Die Kindergartenkinder konnten aus gesetzlichen Gründen nicht im Schulbus transportiert werden. Zusätzlich musste fast jede Mutter mit dem Privat-Pkw Fahrten für die jüngeren Kinder am Morgen und vor allem zu Mittag und am Nachmittag durchführen.

Partnerschaften: Für abgelegene Gemeindegebiete mit Streubesiedelung und ohne Busanbindung kann die Übernahme von Fahrleistungen für den Schul- und Kindergartentransport in einem durch die Gemeinde bereitgestellten, durch Eltern gefahrenen Bus eine Alternative zum Elterntaxi sein. Die Eltern sind dabei wichtige **Partner**, ohne deren Mitwirkung das System nicht funktioniert. Hinsichtlich der Finanzierung war die Privatwirtschaft durch Sponsoringbeiträge eine wichtige Partnerin.

Erfolgsfaktoren: Die Kinder haben Spaß daran, gemeinsam mit Freundinnen und Freunden beziehungsweise Schulkolleginnen und -kollegen in die Schule gebracht zu werden und nicht „alleine“ im Elterntaxi. Es ist ein Bürgerbeteiligungsprojekt, in das sich die Bevölkerung eingebracht hat und ihre Fahrleistung und Zeit zur Verfügung stellt und diese Fahrten übernehmen. 12 bis 13 Elternteile – meist Mütter – übernehmen die Fahrten. In Zeiten, in denen das Fahrzeug nicht für die Kindertransporte genutzt wird, steht es den Eltern über Caruso Carsharing als Carsharing-Fahrzeug zur Verfügung. Damit wird es zu etwa 40 Prozent auch für private Zwecke verwendet. Durch die Verwendung eines E-Fahrzeuges hat die Gemeinde auch Vorbildwirkung gegenüber ihren Bürgerinnen und Bürgern.

Mitunter ist es eine **Herausforderung**, die Eltern von der Übernahme von Fahrdienstleistungen zu überzeugen. Eltern zeigen Einsicht, wenn sie darauf hingewiesen werden, dass sie auch selbst einen

Beitrag leisten müssen, wenn sie die Transporte haben wollen. Für das Fahrzeug wurde eine Vollkaskoversicherung abgeschlossen, bei einer eventuellen Beschädigung übernimmt die Gemeinde den zu leistenden Selbstbehalt.

Finanzierung: Die Anschaffungskosten des E-Kleinbusses beliefen sich auf etwa 34.000 Euro. Zur Finanzierung des E-Busses trug Sponsoring regionaler Firmen bei, die auch ihre Werbung am Fahrzeug anbringen durften. Das Carport wurde von einer großen regionalen Firma gesponsert. Auch durch den Bund erfolgten Förderungen. Die weitere Finanzierungssumme wurde durch die Kommunalkredit aufgebracht.

Eignung: Eine Nachahmung kann Gemeinden mit Streusiedlungsgebieten empfohlen werden, die auf einen privaten Taxidienst angewiesen sind, um die Kinder in die Schule zu bringen. Es muss aber auch kommuniziert werden, dass die Eltern einen Beitrag zum Funktionieren leisten müssen.

Projekt Jugend bewegt: Mobistar und Mobistar Master – Bewusstseinsbildung für umweltverträgliche Mobilität bei Schülerinnen und Schülern

Ansprechpartnerin: Mag.a Sylvia Steger, Leitung Marketing,
Innsbrucker Verkehrsbetriebe und Stubaitalbahn GmbH
Kontakt Daten: Tel.: 0512-53 07-226, s.steger@ivb.at
Projektlaufzeit: Für Jugendliche ab dem Jahr 2014, für jüngere Kinder schon früher
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/jugend-bewegt?oder4=2014>



Bei der Bewusstseinsbildung hinsichtlich einer nachhaltigen Verkehrsmittelwahl kommt Jugendlichen eine besondere Bedeutung zu. Alleine mit Umweltschutz und CO₂-Einsparungen zu argumentieren, ist dabei für gewöhnlich nicht ausreichend. Um die Folgen der Verkehrsmittelwahl sichtbar und verständlich zu

machen, ist es notwendig, die Grundstrukturen der Stadtentwicklung zu verstehen, ein Bewusstsein und Verständnis dafür zu schaffen, wie eine Stadt funktioniert und welche Rolle die Mobilität in der Stadtentwicklung einnimmt.

Das eigene Mobilitätsverhalten wird in selbst erstellten Mobilitäts-Tagebüchern erfasst und im Erfahrungsaustausch werden die Unterschiede sichtbar gemacht. Es erfolgt eine theoretische Aufarbeitung der Themen Stadtentwicklung, nachhaltige Mobilität und Verkehrsmittelwahl im urbanen Raum. Ein dynamisches Quiz- und Ratespiel über die Mobilität in Städten weltweit zeigt Best-Practice und Worst-Practice Beispiele. Die Jugendlichen vertreten im Rollenspiel aufgrund von fünf auf die Mobilität in einer fiktiven Stadt bezogenen Hauptfragestellungen ihre Interessen und müssen in offenen Diskussionen einen Konsens zur Beantwortung der Fragestellungen finden.

Jugendliche haben meist ein multimodales Mobilitätsverhalten. Freizeit- und Schulwege werden oft abwechselnd zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem Öffentlichen Verkehr zurückgelegt, bis der Erwerb des Führerscheins die Möglichkeit bietet, auch motorisierte Fahrzeuge zu nutzen. Besonders in Regionen, die gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erschlossen sind, können die täglichen Wege mit umweltverträglichen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden. Daher kommt der Bewusstseinsbildung und dem Erfahrungsaustausch mit Jugendlichen über nachhaltige Mobilitätsformen sowie die Schaffung eines Verständnisses für die Beeinträchtigung der Lebensqualität durch die steigende Nutzung motorisierter Fahrzeuge eine große Rolle zu.

Partnerschaften: Kooperationen bieten sich an mit dem Klimabündnis Österreich und dem zuständigen Verkehrsverbund sowie den Schulen, an denen die Workshops zur Bewusstseinsbildung angeboten werden.

Herausforderungen: Die größte Herausforderung war anfangs die Bekanntmachung der Workshops an den Schulen und das Interesse der Lehrerinnen und Lehrer zu wecken, die Workshops für ihre Schülerinnen und Schüler zu buchen.

Erfolgsfaktoren: Schulen erhalten viele Zuschriften über Aktionen und auch Workshop-Angebote für Schülerinnen und Schüler. Daher sind persönliche Gespräche mit dem Lehrpersonal erfolgreicher, als schriftlich Informationen an die Schulen zu übermitteln.

Durch die Workshops wird Bewusstsein für das eigene Mobilitätsverhalten bei den Schülerinnen und Schülern geschaffen. Ein Erfolgsfaktor ist es, für Unterstufe und Oberstufe angepasste Workshops zu entwickeln, da bei den Älteren durch den Erwerb des Führerscheins und die Möglichkeit zur Nutzung motorisierter Kraftfahrzeuge ein Wandel im Mobilitätsverhalten bevorstehen kann und auch stattfindet. Während Schülerinnen und Schüler in Unterstufen-Workshops beispielsweise Exkursionen zu Verkehrsunternehmen machen, liegt der Fokus in der Oberstufe auf der Auseinandersetzung mit dem eigenen Mobilitätsverhalten und seinen Auswirkungen. Spielerische Ansätze eignen sich, das Mobilitätsverhalten zu verstehen und Argumente für Verhaltensänderungen zu finden. Workshops zu Bewusstseinsbildungsmaßnahmen können eine Fülle möglicher Inhalte und Aktivitäten aufgreifen. Zeigt sich nach der Konzepterstellung, dass das Vorhaben zu umfangreich ist, müssen Projekte nicht vorschnell verworfen werden – auch im kleineren Rahmen können diese durchaus sinnvoll gestaltet werden.

Eignung: Projekte, die der Bewusstseinsbildung zu umweltverträglichem Verkehr bei Schülerinnen und Schülern dienen, lassen sich sehr gut und ohne große Herausforderungen auf andere Städte und Schulen übertragen.

Projekt BIKEline und BIKEcheckpoint: bewegungsaktive Mobilität am Schulweg

Ansprechpartner: DI Dietmar Scheiblhofer
Kontakt Daten: Tel.: 0676-4824101, dietmar.scheiblhofer@bikebird.at
Projektlaufzeit: ab dem Jahr 2010
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/die-bikeline-gemeinsam-mit-dem-rad-zur-schule?oder4=2011> www.bikebird.at

Das Ziel von BikeLine ist es, Schülerinnen und Schülern das Fahrrad als Verkehrsmittel näher zu bringen, und sie zu bewegen auf das „Elterntaxi“ zu verzichten. Das gemeinsame Radeln auf dem Schulweg macht Spaß, ist gesund und leistet einen wertvollen Beitrag zum Klimaschutz. Die Schülerinnen und Schüler treffen sich an gekennzeichneten Haltestellen und fahren auf von der Schule ausgewählten Routen zur Schule. Jede Fahrt und jeder zurückgelegte Kilometer werden per elektronischem Helm-Chip an einem Schul-Computerterminal erfasst und ausgewertet.

Zur Motivation der Schülerinnen und Schüler tragen Gewinnspiele und Prämierungen der fleißigsten Radlerinnen und Radler bei. Durch die Haltestellentafeln wird die Aktion auch von der Bevölkerung wahrgenommen.

Partnerschaften: Bei diesem Projekt sind Schulen die unverzichtbaren Partnerinnen. Sie sind es auch, die Schülerinnen und Schüler anmelden müssen, da es sich um keine „Schulaktion“ handelt, sondern am Schulweg stattfindet. Weitere Partner sind Unternehmen, die Sponsoringbeiträge für die Gewinnspiele bereitstellen.

Erfolgsfaktoren: Für die Schülerinnen und Schüler sind die Überraschungspreise sowie die Prämierung für lange und viele Fahrten je Klasse und dass online abrufbar ist, wer gerade „führt“, Motivationsfaktoren, möglichst viel mit dem Rad zur Schule zu kommen.

Sehr wichtig bei der Umsetzung an den Schulen sind engagierte Lehrerinnen und Lehrer und optimal ist, wenn auch die Direktion hinter dem Projekt steht und es dadurch von der gesamten Schule mitgetragen wird. Schulen, deren Teilnahme beispielsweise nur von der Gemeinde gewünscht wird, etwa weil es sich um eine „Ökoregion“ handelt und das Projekt in das Profil passen würde, sind schwieriger zu motivieren. Für den Erfolg ist daher wesentlich, dass Initiative und Interesse am Projekt von der Schule selbst kommt.

Herausforderungen: Die Öffentlichkeitsarbeit beziehungsweise den Kontakt zu den Schulen herzustellen ist zeitaufwändig. Da kaum Unterstützungsmaßnahmen durch die Länder oder den Landesschulrat erfolgt sind, und sich Informationsaussendungen an die Schulen alleine als nicht ausreichend erwiesen haben, werden Schulen nun hauptsächlich durch Mundpropaganda anderer Schulen zur Teilnahme bewogen.

Während BIKEline für Schulen seit Jahren ein bewährtes Modell ist, hat sich das für Unternehmen entwickelte Konzept BIKEline-Checkpoints für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Unternehmen nicht durchsetzen können.

Zur **Finanzierung** des Projektes wurden vor allem in der Anfangsphase Landesfördermittel bereitgestellt. Die Kosten belaufen sich auf 39 Euro pro Schülerin und Schüler. Der wiederverwendbare, nicht auf andere Schülerinnen und Schüler übertragbare Chip kostet als Helmsticker 7 Euro. Schüler über 12 Jahren - bis dahin herrscht Radhelmpflicht - können auch eine Check-In-Karte um 9 Euro benützen.

Eignung: Grundsätzlich eignet sich das Projekt für jede Schule, wenn seitens der Lehrerschaft ein Interesse besteht, das Projekt durchzuführen und mitzutragen.

Projekt Klimafit zum Radlhit: Schulwege klimaverträglich zurücklegen

Ansprechpartnerin: DSA Eva Zuser, BSc, Klimabündnis Niederösterreich
Kontakt Daten: Tel.: 02742-26967 - 15 - 21, eva.zuser@klimabuendnis.at
Projektlaufzeit: seit dem Jahr 2008
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/klimafit-zum-radlhit-2017>
www.radlhit.at

Ziel ist es, Schulwege klimaverträglich zurücklegen - also zu Fuß, mit dem Fahrrad, mit Zug oder Bus. Außerdem soll eine Wissenserweiterung erzielt werden: Schülerinnen und Schüler der 5. bis 8. Schulstufe erfahren mittels Quizfragen Interessantes zum Radfahren, allgemein zu Themen der Mobilität sowie über attraktive Ausflugsziele in ihrer Region.

Schülerinnen und Schüler der 5. bis 8. Schulstufen können bei diesem RADLand-Wettbewerb des Klimabündnis Niederösterreich teilnehmen. Statt das „Elterntaxi“ zu nehmen, werden die Schülerinnen und Schüler motiviert selbständig und klimaverträglich in die Schule zu kommen.

Der Wettbewerb ist spielerisch aufgebaut. Für Schulwege, die mit dem Bus, Zug, Radl oder zu Fuß zurückgelegt werden, gibt es Bonuspunkte. Diese werden von den Lehrerinnen und Lehrern auf www.radlhit.at eingetragen. Weiters gibt es durch Beantwortung von Fragen zur Region, zu Mobilität, Fair trade, Klimagerechtigkeit, etc. Zusatzpunkte. Die Gewinnerklassen erhalten tolle Preise in Ausflugsdestinationen ihrer Region.

Die Hin- und Rückwege werden von der Lehrerin oder dem Lehrer am Computer eingetragen. Mit den zurückgelegten Kilometern wird eine virtuelle Route, beispielsweise durch Niederösterreich, bewältigt und sukzessive Quizfragen, etwa über Sehenswürdigkeiten in der Region, aber auch zu Themen wie Bodenversiegelung, Klimagerechtigkeitsaspekte, Konsequenzen von Mobilität, freigeschaltet. Gleichzeitig ist sichtbar, welche Klasse bereits am Weitesten gekommen ist.

Mit dem Rad oder zu Fuß zur Schule zu kommen bedeutet, dass die Kinder den Schulweg klimaverträglich und durch die morgendliche Bewegung auch gesundheitsfördernd zurücklegen. Der Projektbeginn sollte zu Schulanfang liegen, da Mobilitätsmuster dann noch nicht eingeübt sind und es leichter fällt, Interesse und Freude an Alternativen zu wecken.

Partnerinnen sind natürlich die Schulen, die an der Aktion teilnehmen. Außerdem ist für die Bewerbung des Projektes die Zusammenarbeit mit dem Land Niederösterreich den KEM-Managerinnen und -Managern, den Mobilitätszentralen, der Umwelt- und Energieagentur und den Tut-Gut-Gemeinden hilfreich. Auch das Klimabündnis-Netzwerk und der Landesschulrat, können beim Kontakt zu den Schulen stark unterstützen, was gleichzeitig auch ein **Erfolgsfaktor** für die Verbreitung des Projektes ist.

Auch eine gelingende Beziehungsarbeit mit den Schulen kommt als Erfolgsfaktor große Bedeutung zu: Da Schulen von vielen Institutionen als Zielgruppe entdeckt wurden, erhalten diese sehr viele Zusendungen. Hier sollten Informationen knapp und bündig gehalten werden – besonders bei Schulen, die – potenziell - neu dazukommen. Dem Projekt zuträglich ist es, wenn auch die Direktion und nicht nur einzelne Lehrerinnen oder Lehrer hinter der Aktion stehen.

Für die Kinder motivierend sind auch schulinterne Auszeichnungen, wie Urkunden der Direktion. Die gemeinsame Teilnahme am Projekt und das Bewusstsein, etwas zu tun und zum Klimaschutz beizutragen, stärkt außerdem das Zusammengehörigkeitsgefühl der Klassen.

Herausforderungen: Die Schulen melden sich selten von sich aus zur Teilnahme. Für manche Schulen ist eine Durchführung nicht – mehr - möglich, weil beispielsweise die Klassenvorstandsstunde gestrichen wurde. Manche Schulen denken das Thema erübrigt sich bei ihnen, weil ohnehin die meisten Schülerinnen und Schüler mit dem Bus zur Schule kommen. Hier kann mit Bewusstseinsbildung darüber angeknüpft werden, dass es nicht überall selbstverständlich ist, dass ein Bus zur Verfügung steht, also das Thema von gesellschaftspolitischer Seite her ansprechen.

Eine Herausforderung ist auch, das Sponsoring für die Gewinne zu organisieren. Dies ist zu Jahresbeginn empfehlenswert, da später das Budget erschöpft ist. Ratsam ist auch, dass beispielsweise einbezogene Sehenswürdigkeiten sich in der Nähe befinden, weil sonst hohe Buskosten anfallen. Alternativ werden eigene Workshops zu verschiedenen Themenbereichen angeboten. Insgesamt stellt die abnehmende Sponsoringbereitschaft eine Herausforderung dar.

Das Land Niederösterreich übernimmt den größten Teil der **Finanzierung** des Projektes. Ohne diese Förderung wäre es nicht möglich, das Projekt durchzuführen.

Eignung: Derartige Projekte lassen sich in verschiedenen Regionen durchführen, wenn sie durch engagiertes Lehrpersonal mitgetragen werden. Das für Niederösterreich entwickelte System müsste auf andere Regionen und Bundesländer angepasst werden.

Projekt Weiki-Mobil Baden

Ansprechpartner: Ing. Thomas Kinsky, Elternverein der Volksschule
Kontakt Daten: Tel.: 0699-10459296, t.kinsky@gmx.at
Projektlaufzeit: seit Oktober 2016
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/weiki-mobil-baden-2017?suchstr=weiki>

Anhaltend gefährliche Verkehrslagen vor der Schule in der Radetzkystraße. Vor dem Schulbeginn am Morgen und zum Schulschluss mittags kommt es seit Jahren unmittelbar vor der Schule auf der Radetzkystraße zu einem dichten Autoverkehrsaufkommen, verursacht durch Bring- und Holddienste. Die Sicherheit der Kinder ist stark beeinträchtigt.

Der breit angelegte

Bürgerbeteiligungsprozess mit Schülerinnen und Schülern,

Lehrerinnen und Lehrern, Eltern, Anrainerinnen und Anrainern, Stadtverwaltung, und politisch Verantwortlichen führte zu einer umfassenden Bearbeitung des Themas umweltverträgliche und gesunde Mobilität rund um die Volksschule. In vier Workshops wurden die Themenbereiche und Verbesserungsvorschläge erarbeitet. In einer Aktionswoche wurden unter Einbindung aller Akteursgruppen Maßnahmen und Ideen ausprobiert und evaluiert, wie temporäres Fahrverbot in der Radetzkystraße, Kiss&Ride-Zonen, Pedibus-Betrieb, Schulweganalysen, Planung von Umgestaltungen der Straße und des Schulvorplatzes.



Foto: Foto Koch

Während der gesamten Projektlaufzeit gab es regelmäßige Feedbackgespräche mit Entscheidungsträgerinnen und -trägern der Stadtgemeinde, hinsichtlich Umsetzung und Machbarkeit. Der Maßnahmenkatalog ist Planungsgrundlage für die Sanierung und Neugestaltung der Radetzkystraße, die in den Jahren 2018 bis 2020 umgesetzt wird. Erste Umsetzungsschritte, wie Kiss&Ride-Zonen, Pedibusbetrieb und Überdachung der Bushaltestelle, sind bereits im Jahr 2017 geplant.

Umfragen ergeben, dass die meisten Kinder lieber zu Fuß oder mit dem Rad zur Schule kommen, als mit dem „Elterntaxi“ chauffiert zu werden. In Baden wurden daher auf Initiative des Elternvereins Maßnahmen entwickelt, die das selbstständige Mobilitätsverhalten der Kinder stärken und dafür auch sichere Rahmenbedingungen schaffen. Bauliche Maßnahmen werden durch die Gemeinde durchgeführt, beispielsweise Verbesserungen an der Bushaltestelle, im Straßenraum vor der Schule durch eine Veränderung der Oberflächengestaltung, Umgestaltung des Schulvorplatzes für mehr Aufenthaltsqualität durch Schaffung von Sitzmöglichkeiten, etc., die Einrichtung eines Pedibus-Systems und einer Kiss-and-Ride-Zone im Umfeld der Schule.

Partnerinnen und Partner in der Umsetzung sind der Elternverein, die Kinder, die Eltern und Lehrerschaft, Anrainerinnen und Anrainer im Umfeld der Schule, die öffentliche Hand, insbesondere das Energiereferat. Außerdem hat eine externe Moderatorin zu Projektbeginn wertvolles Input gegeben. Das Klimabündnis Österreich stellte hilfreiche Unterlagen zur Verfügung.

Erfolgsfaktor: Die Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen Eltern, Elternschaft und der öffentlichen Hand, speziell dem Energiereferat, ist für den Erfolg verantwortlich. Die Lehrerschaft zeigte großes Interesse, das Projekt mitzutragen.

Die Unterstützung durch den Bürgermeister und die Gemeindevertretung ist unumgänglich, wichtig dabei ist aber auch, dass die Umsetzung nicht parteipolitisch vereinnahmt wird. Das garantiert, dass es als unabhängiges Bürgerbeteiligungsprojekt wahrgenommen wird und nicht als politische Erfolgsgeschichte vermarktet wird. Auch die Kinder zeigen großes Engagement für das Projekt. Wichtig ist, dass Ergebnisse des Engagements sichtbar und kommuniziert werden, besonders auch gegenüber den Kindern.

Es ist die Initiative des Elternvereins oder anderen Institutionen gefragt, mit den Anliegen an die Gemeinde heranzutreten. Empfehlenswert ist auch, nachzufragen, wie beispielsweise der Infrastrukturplan beziehungsweise geplante Infrastrukturvorhaben der Gemeinde für die nächsten Jahre aussehen, um Anknüpfungspunkte für die eigenen Anliegen zu finden. Ein frühzeitiges Einsteigen in den Diskurs mit der Gemeinde ist erfolgsversprechend, denn manche Maßnahmen einen längeren Planungshorizont haben.

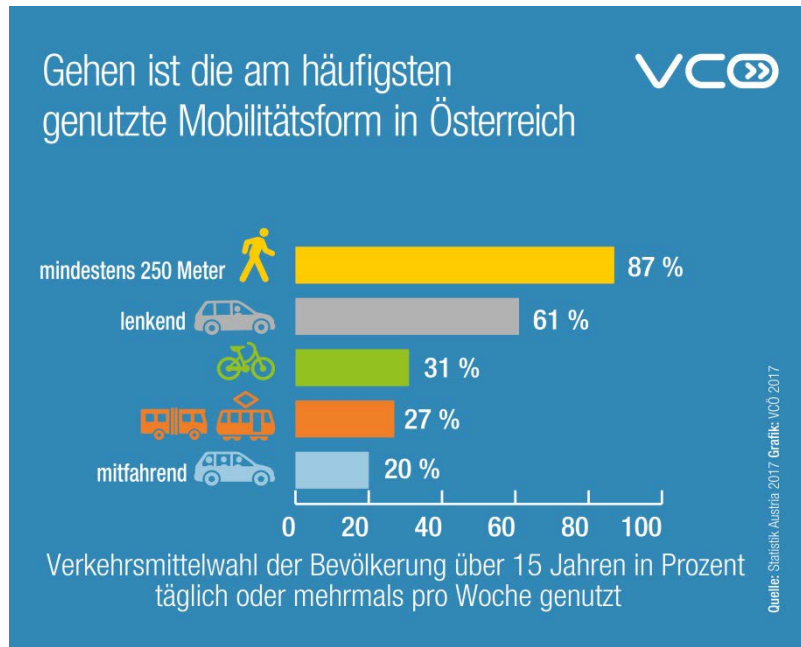
Herausforderung: Eine schrittweise Umsetzung der Maßnahmen ist erforderlich. Hier gilt es, gegenseitiges Verständnis für die Bedürfnisse der Partnerinnen und Partner zu haben: Beispielsweise, dass gewisse Maßnahmen erst umgesetzt werden, wenn seitens der Gemeinde ohnehin Sanierungsmaßnahmen geplant sind. Es kann einen organisatorischen Aufwand darstellen, Leute zu finden, die sich aktiv und längerfristig engagieren wollen. Im Elternverein ändern sich etwa jedes Jahr die Mitglieder. Solche Initiativen fallen und stehen mit den handelnden Personen.

Die **Finanzierung** wurde von der Gemeinde über verschiedene Kostenstellen, etwa Bildungsreferat, Bauamt, Energiereferat, übernommen.

Eignung: Maßnahmen zur Verbesserung der Fußwegmobilität für Kinder sind immer empfehlenswert. Pedibus eignet sich grundsätzlich für die meisten Gemeinden - außer in Streusiedlungsgebieten.

Förderung des Gehens und kommunale Verkehrskonzepte

Das Gehen stellt die Basismobilität des Menschen dar. Besonders für ältere Personen ist Gehen zentral für den Erhalt der selbstständigen Mobilität. Nachfolgend zeigen zwei Beispiele, wie Kommunen fördern können, dass ihre Bürgerinnen und Bürger ihre Wege gerne zu Fuß zurücklegen und so die eigene Lebensqualität und auch die in der Gemeinde erhöhen.



Eine Herausforderung, laut KEM-Managerinnen und -Managern, ist, dass Gemeinden oft wenig zeitliche und finanzielle Ressourcen in die Förderung bewegungsaktiver Mobilität investieren, diese quasi als weniger wichtig einstufen als überregionale Verkehrsmaßnahmen für den Autoverkehr. Dabei werden auch hohe Infrastrukturerrichtungskosten angeführt. Im Folgenden wird dargelegt, dass kommunale Pläne zur bewegungsaktiven Mobilitätsförderung eine Möglichkeit sind, um bei anstehenden Infrastrukturumbauten und -erneuerungen gleichzeitig Maßnahmen zur bewegungsaktiven Mobilitätsförderung mit umzusetzen.

Es wurde der Rat geäußert, bei zeitlich begrenzten Projekten noch während der Projektlaufzeit Kontakte aufzubauen und eine Gruppe von Engagierten zu finden, die bereit ist, das Projekt dauerhaft weiterzuführen. Ein Ratschlag der KEM-Managerinnen und -Manager war auch, dass Abschlussberichte so verfasst werden, dass auch die Bevölkerung einen Nutzen daraus ziehen kann.

Partnerschaften: Konzepte in diesem Bereich eignen sich gut für Bürgerbeteiligungsprozesse, da die Nutzerinnen und Nutzer auch „Fachleute“ für ihr Lebensumfeld sind. Neben den engagierten Gemeinden sind externe Expertisen, vor allem für die Moderation bei den Partizipationsveranstaltungen, hilfreich.

Erfolgsfaktoren: Die Miteinbeziehung der betroffenen und beteiligten Bevölkerung schafft einen wesentlichen Identifikationsfaktor mit den folgenden Planungen und Umsetzungen. Geplant wird nicht mehr nur für die Bevölkerung, sondern mit der Bevölkerung. Bei Projekten zur Mobilität von Seniorinnen und Senioren ist es empfehlenswert, Seniorenverbände und soziale Organisationen miteinzubeziehen, zu denen die Zielgruppe bereits eine Vertrauensbasis hat. Dies erleichtert die Beziehungsarbeit ungemein.

Herausforderungen: Bei zeitlich begrenzten Projekten ist es wichtig, Kontakte herzustellen, die nach Ende des definierten Projektzeitraums als Trägerorganisationen für ein Fortführen der Maßnahmen geeignet sind.

Finanzierung: Die Finanzierung für kommunale Projekte erfolgt häufig durch die Gemeinde. Je nach Projektgestaltung können Förderungen wie Landesförderungen, Fonds gesundes Österreich, etc. zur Finanzierung beitragen.

Eignung: Jede Gemeinde ist dazu geeignet, Potenziale und Verbesserungsmöglichkeiten zur Förderung des Gehens zu identifizieren.

Projekt Gemeinsam Gehen – Gestaltung fußgängerträglicher Sozialräume für Menschen 65plus

Ansprechpartnerin: Mag. Dr. Christine Neuhold, Styria Vitalis
Kontaktdaten: Tel.: 0316-82209441, christine.neuhold@styriavitalis.at
Projektlaufzeit: in den Jahren 2011 bis 2013
Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/gemeinsam-gehen-gestaltung-fussgaengerfreundlicher-sozialraeume-fuer-menschen-65plus?rpage=2&oder4=2013>

Das Projekt hat zum Ziel, die Gesundheit der älteren Bevölkerung zu erhalten und ihre Gesundheitspotenziale zu stärken. Beteiligt sind die Zielgruppe 65plus sowie Vertreterinnen und Vertretern aus den fünf teilnehmenden, steirischen „Gesunden Gemeinden“ Arnfels, Bruck a.d. Mur, Kapfenberg, Lieboch, Schlading und Organisationen. Die Mobilität älterer Menschen ist bereits jetzt ein wichtiges Thema für die meisten Gemeinden – es wird mit der zunehmenden Zahl älterer Personen weiter stark an Relevanz gewinnen. Durch die – partizipative - Entwicklung gesundheitsförderlicher Maßnahmen für diese Zielgruppe wird ein selbstständiges Mobilitätsverhalten gefördert. Ein Bündel an Maßnahmen wird in der Gemeinde umgesetzt, damit gesundheitsfördernde Sozialräume und Angebote für die Zielgruppe, die die körperliche Aktivität stimulieren, entstehen können. Eine Sozialraumbegehung und -analyse ist der erste Schritt, um Potenziale zur Gestaltung fußgängerfreundlicher Sozialräume und die Entwicklung von Wegenetzkarten für mehr körperliche Aktivität zu identifizieren. Je nach den konkreten Gegebenheiten bieten sich unterschiedliche Maßnahmen an, um die körperliche Aktivität und eigenständige Mobilität der Zielgruppe zu unterstützen, wie Gehentreffs, Begleitedienste oder technisch-bauliche Maßnahmen.

Partnerinnen und Partner für die Durchführung von Mobilitätsprojekten mit und für Senioren sind zum einen die Bürgermeisterin beziehungsweise der Bürgermeister und die Gemeindeverwaltung – hier sind das besonders Ansprechpersonen in den Feldern Soziales, sowie mit Raumplanungsthemen befasste Personen etwa im Baureferat. Wichtige Partner finden sich auch in jenen Institutionen, die sich mit der Zielgruppe der Menschen 65 plus befassen, wie Seniorenverbänden, Vereinen in den Bereichen Soziales und Gesundheit und Soziale Diensten. Da die involvierten Personen der Gemeindeverwaltung oft nur über wenig verfügbare Ressourcen verfügen, ist die Gründung einer Initiativgruppe, etwa 5 bis 8 Personen, die sich über den gesamten Projektzeitraum mit dem Projekt auseinandersetzt, empfehlenswert.

Hinsichtlich der **Zielgruppenansprache** ist es förderlich, wenn bereits Erfahrung im Kontakt mit diesen besteht, daher sind Pensionisten- und Seniorenverbände wichtige Ansprechpartner, die bereits viel Beziehungsarbeit geleistet haben. Der direkte Kontakt zur Zielgruppe ist über diese Institutionen am erfolgreichsten, wenn es um die Motivation zur Mitwirkung geht. Daneben sprechen auch gute Berichte in Senioren- oder Gemeindezeitungen die Zielgruppe an.

Ein wesentlicher **Erfolgsfaktor** ist die Beteiligung der Zielgruppe von Menschen 65plus, sowie der genannten Partnerinnen und Partnern auf unterschiedlichen Ebenen. Eine externe Raumplanungsexpertise mit soziologischem Schwerpunkt ergänzt örtliches Wissen und Ressourcen der

Bauämter und Baureferate. Wichtig sind auch Rückmeldungen an jene Personen, die sich in Freiwilligenarbeit am Projekt beteiligt haben, über den Fortgang und Umsetzungsstand der Maßnahmen.

Herausforderung: Bei zeitlich begrenzten Projekten ist es sinnvoll, viel Wert auf den Kontakt zu sozialen Organisationen zu legen. Diese können nach Projektabschluss als Trägerorganisationen eine längerfristige Weiterführung der Maßnahmen ermöglichen.

Die **Finanzierung** erfolgte durch Förderungen des Fonds gesundes Österreich und des Landes Steiermark als Hauptfördergeber, sowie zu einem geringen Anteil durch das Sozialministerium.

Eignung: Die Mobilität älterer Menschen ist überall ein wichtiges Thema, dem auch zunehmend mehr Relevanz zukommt. Abgestimmt auf die jeweiligen Gegebenheiten werden sich in der Auswertung unterschiedliche Punkte zeigen, an denen angesetzt werden kann, um die Mobilitätssituation und -voraussetzungen für ältere Personen zu verbessern.

„Der Wert des Gehens erlangt für Menschen 65 plus immer höheren Stellenwert, weil es eine Form von Selbstständigkeit und Mobilität bedeutet.“ Dr. Christine Neuhold, Styria vitalis

Projekt Freiraumkonzept zur Vernetzung von Wegen und Flächen

Ansprechpartner: Bürgermeister Ing. Thomas Speigner, Marktgemeinde Spillern
Kontaktdaten: Tel.: 0650-4146477, mail: bgm.spillern@gmail.com
Projektlaufzeit: seit dem Jahr 2008
Link: www.spillern.at/Mein_dein_UNSER_SPILLERN

Grundidee ist die Schaffung und Vernetzung verschiedenartiger Spielflächen und Freiräume für Kinder, Jugendliche und Erwachsene sowie deren Verbindung mit öffentlichen Einrichtungen, Geschäften und Anlagen, sodass sie gefahrlos und barrierefrei zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreicht werden können. Gemeinsam mit Bevölkerung, Verwaltung und Politik entstand das niederösterreichische Pilotprojekt "Leitwegeplan und Spielplatzentwicklungskonzept". Der Titel "Mein...dein...UNSER SPILLERN" bringt das Miteinander und das Gemeinsame zum Ausdruck. Ehrgeiziges Anliegen war, eine finanzierbare Detailplanung in wirtschaftlich angespannten Zeiten zu entwickeln, die etappenweise und entsprechend dem Budget der Gemeinde umgesetzt wird.

Ziel ist, langfristig ein zusammenhängendes, sicheres und barrierefreies Fuß- und Radwegenetz zu schaffen und die Ausstattung mit naturnah gestalteten Spiel- und Freiräumen für Kinder, Jugendliche und Erwachsene in einem Gesamtkonzept zu verbessern.

Das örtliche Entwicklungskonzept konnte so um eine Entwicklungsstrategie mit Detailplanungscharakter und Bevölkerungsmitarbeit, sowohl bei der Planung als auch bei der Realisierung, erweitert werden.

In einer Kombination aus Bürgerpartizipation und kommunaler Initiative können gute Konzepte zur Förderung des Gehens entwickelt werden. Bei fachlich begleiteten Ortsbegehungen mit Raumplanerinnen und Raumplanern, Gemeindevertreterinnen und Gemeindevertretern, etc. können verschiedene neuralgische Punkte identifiziert werden, die Gefahrenstellen darstellen. In einem Beteiligungsprozess werden für diese Punkte gemeinsam Lösungen erarbeitet sowie ein Plan erstellt. Die erarbeiteten Maßnahmen sind für eine sukzessive Umsetzung geeignet. So wird bei geplanten baulichen Änderungen der Plan herangezogen, um zu prüfen, ob an der betreffenden Stelle Änderungen zur Sicherheitssteigerung oder Förderung des Gehens vorgesehen sind.

Da es sich um ein Bürgerbeteiligungsprojekt handelt, sind die Leute aus dem betreffenden Wohngebiet die wichtigsten **Partner** in der Umsetzung. Durch die Bürgerpartizipation ist es kein Projekt des Gemeinderates, auch wenn dieser ebenfalls Umsetzungspartner war, sondern entsteht durch Mitwirkung und Engagement der anwohnenden Personen. Die Hinzuziehung externer Raumplanungsexpertise für fachliches Input, Moderation und Anleitung ist empfehlenswert. Für die technische Umsetzung sind Straßenmeisterei und Straßenerhalter hinzuzuziehen.

Die durch die persönliche Beteiligung und Betroffenheit erreichte hohe Identifikation mit dem Projekt ist als **Erfolgsfaktor** hervorzuheben. Die Kundmachung der Beteiligungsmöglichkeit in der Gemeindezeitung ist ein probates Mittel, mit dem Beteiligung erreicht wird. Für die Beteiligungsarbeit ist ein Arbeitskreis von etwa 20 bis 25 Personen gut handhabbar. Es empfiehlt sich, eine Person mit Erfahrung in der Durchführung von Partizipationsprojekten mit im Team zu haben, etwa eine Raumplanerin oder einen Raumplaner.

Herausforderung: Gewisse Maßnahmen, die sinnvoll sind, sprengen mitunter den Kostenrahmen und werden daher vorerst nicht weiterverfolgt.

Die **Finanzierung** erfolgte mit Gemeindemitteln. Bei der technischen Umsetzung von Maßnahmen wurden die Arbeitskosten durch die Straßenmeisterei getragen.

Eignung: Gemeinden mit einer kompakten Struktur, wo sich alle Wege zu Fuß und mit dem Fahrrad zurücklegen lassen. Bei großflächigen Gemeinden mit Streusiedlungsgebieten entstehen höhere Kosten, weil Wege länger sind.

Projekt Tiroler Mobilitätssterne: Mobilitätsauszeichnung für Gemeinden

Ansprechpartner: DI Ekkehard Allinger-Csollich, Amt der Tiroler Landesregierung, Abteilung Verkehrsplanung
Kontaktdaten: Tel.: 0512-508, verkehr@tirol.gv.at

Projektlaufzeit: erstmals durchgeführt im Jahr 2009

Link: <https://mobilitaetsprojekte.vcoe.at/tiroler-mobilitaetssterne-mobilitaetsauszeichnung-des-landes-tirol-fuer-ausserord-leistungen-von-gemeinden-zur-foerderung-umweltfreund-verkehrsverhaltens>

Die Mobilitätsauszeichnung dient dazu, den Mobilitätsstatus der Gemeinden zu erheben. Dadurch kann ein Überblick darüber bewahrt werden, welche Aktivitäten im Mobilitätsbereich in welcher Gemeinde gesetzt werden. Als Motivation zur Teilnahme lockt eine erhöhte Landesförderung für Mobilitätsmaßnahmen durch eine Verdoppelung des Förderanteils. Außerdem kommt es im Zuge der Mobilitätserhebung zu Erfahrungsaustausch und Beratung, es werden Vorschläge für Projekte geliefert und Best-Practise-Beispiele vorgestellt.

Die Mobilitätsauszeichnung für Gemeinden liegt ein Auszeichnungsverfahren zugrunde, bei dem nach einem Erhebungstermin zwischen 1 und 5 Sterne vergeben werden. Anhand eines Maßnahmenkatalogs wird die Gemeindesituation zu den Themen Planung, Konzepte, Leitbild, Fußverkehr, Radverkehr, Öffentlicher Verkehr, intermodaler Verkehr, Autoverkehr, Verkehrssicherheit, Öffentlichkeitsarbeit und Kooperationen erhoben.

Das Projekt existiert in Tirol, konkretes Interesse wurde auch aus der Steiermark angemeldet.

Wichtiger **Partner** ist das Land, das den Auftrag zur Erhebung gibt und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landesverwaltung sowie Energie Tirol als unabhängige Energieberatungsagentur.

Die Gemeinden als Zielgruppe werden über schriftliche Anschreiben, vor allem aber über den persönlichen Kontakt zur Teilnahme eingeladen. Auch das Land trägt zur Zielgruppenansprache bei, indem um Förderungen ansuchende Gemeinden auf die Möglichkeit zur Mobilitätsauszeichnung hingewiesen werden, durch die sie für ihre geplanten Maßnahmen in den Genuss des erhöhten Fördersatzes kommen können.

Ein **Erfolgsfaktor** ist, die Zahl der teilnehmenden Gemeinden langsam steigen zu lassen und mit ambitionierten Gemeinden zu beginnen. Wenn diese Gemeinden gut über das Projekt reden und der Nutzen ersichtlich ist, wächst das Projekt von sich aus weiter.

Eine **Herausforderung** stellt dar, dass im Grunde eine regelmäßige, jedenfalls zweijährige Teilnahme der Gemeinden an der Bewertung gewünscht wird, um umfassend über die Mobilitätsmaßnahmen informiert zu sein. Hier sind viele Gemeinden skeptisch, ob sich „genug getan hat“, dass sich eine neuerliche Bewertung auszahlt. Andererseits wird der Bewertungsaufwand mit steigender Zahl teilnehmender Gemeinden höher, vor allem bei den hochbewerteten Gemeinden, wo eine detailliertere Bewertung zu machen ist.

Die **Finanzierung** wird zum überwiegenden Teil – etwa 80 Prozent - durch das Land getragen. Der Selbstbehalt der Gemeinden fällt sehr gering aus und beläuft sich auf 100 bis 150 Euro.

Herzlichen Dank

VCÖ- Mobilität mit Zukunft bedankt herzlichst bei allen, die an diesem Projekt mitgearbeitet haben:

Interview-Partner und Interview-Partnerinnen aus den Klima- und Energiemodellregionen:

Gerfried Koch	Nicole Suntinger
Monika Forster	DI Reingruber Hermann
Franz Kern	Daniela Schelch
Martin Hesik	Patrick Wagenhofer
DI Leopold Postlmayr	Christian Braun
Marion Amort	Maria Grübl
Ernst Nussbaumer	Margit Krobath
Markus Altenhofer	Albert Rinderer
Karl Kofler	Gerhard Pausch
Sabine Watzlik	Ansbert Sturm
Anton Schuller	Peter Plaimer
Norbert Miesenberger	

Interview-Partner und Interview-Partnerinnen von den anderen vorbildlichen Mobilitätsprojekten:

Ingo Reisinger	Bürgermeister Helmut Wallner
Alec Hager	Richard Hunacek
Frau Brandhuber	Katleen Johne
Christoph Wöss	Markus Reisner, MSc
Marion Amort	Jasmin Bächle
Gerd Kronheim	Bürgermeister Kilian Tschabrun
Alexander Stiasny	Mag.a. Sylvia Steger
Christian Steiner	DI Dietmar Scheiblhofer
Mag. Hartwig Vogl	DSA Eva Zuser, BSc
DI Martin Reis	Ing. Thomas Kinsky
Hubert Zamut, MSc	Mag. Dr Christine Neuhold
Ing. Michael Kornek	Bürgermeister Ing. Thomas Speigner
Julia Zientek	DI Ekkehard Allinger.-Csollich
Marita Förster	Sabahudin Budnjo

Ein besonderer Dank geht an den Klima- und Energiefonds für die finanzielle Unterstützung sowie an Christoph Wolfsegger für inhaltliche Anregungen.

VCÖ – Mobilität mit Zukunft bedankt sich herzlichst für die Projekt-Mitarbeit bei:

Eva Missoni- Steinbacher	Theresa Doppelbauer
Dolores Stuttnner	Christian Höller