



MULTIMODAL

UNTERWEGS

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ZUR
UMSETZUNG MULTIMODALER
VERKEHRSANGEBOTE



Multimodal unterwegs

Intelligent vernetzt durch die Stadt der Zukunft

Jeder Vierte der Großstädter/innen kombiniert regelmäßig Verkehrsmittel auf einem Weg, jeder Zweite der 18- bis 25-Jährigen.



VCD Befragung (2016): [Multimodal unterwegs in Deutschlands Städten](#). n = 1.013 bevölkerungsrepräsentativ für deutsche Großstädte. Max. 3 Nennungen

Wie sind wir in der Stadt von Morgen unterwegs? Wenn wir die Stadt lebenswerter und den Verkehr umweltfreundlicher gestalten wollen, ist die Antwort darauf: Multimodal. Eine lebenswerte Stadt bietet genug Platz für Begegnung und Entspannung. Die Straßen sind nicht mehr nur für den Autoverkehr da – ob fahrend oder parkend – sondern für die Menschen.

Ein hochwertiges Bus- und Bahnangebot oder gute Radwege erreichen bereits viele Bürgerinnen und Bürger, doch längst noch nicht genug. Jedes Verkehrsmittel hat seine spezifischen Vorteile, ist allein aber nicht in der Lage, für alle ein ausreichendes Maß an Mobilität zu bieten. Das Ziel muss daher sein, ein überzeugendes, multimodales Gesamtpaket zu schnüren, mit dem sich die Vorteile der verschiedenen Verkehrsmittel einfach nutzen und kombinieren lassen.

Einige Stadtparlamente, Verkehrsbetriebe und StartUps nehmen sich der Sache bereits an und gelangen zu vielfältigen Lösungsansätzen: Nahverkehrsunternehmen bieten Leihfahrräder an, Mobilitätsangebote erhalten vom Radweg bis zum Fahrplanheft ein einheitliches Design und ein ÖPNV-Ticket ermöglicht Zugang zu sämtlichen Car- und Bikesharing-Angeboten. Mit dem Projekt »Multimodal unterwegs – intelligent vernetzt durch die Stadt der Zukunft« stößt der VCD den Austausch zwischen allen Akteuren an. Wir stellen Good Practice-Beispiele vor und geben grundlegende Handlungsempfehlungen zur Umsetzung eines multimodalen, umweltfreundlichen Verkehrssystems. So kann der Wandel zu einer autoarmen und lebenswerten Stadt gelingen.

Das Projekt wird gefördert von:

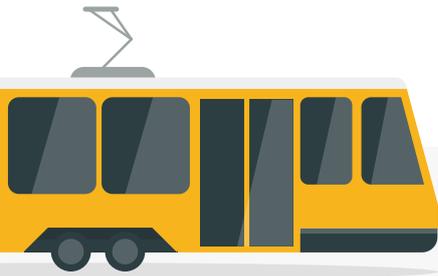


Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

**Umwelt
Bundesamt**

BAUSTEINE EINES INTEGRIERTEN MOBILITÄTSANGEBOTES

Infrastruktur



Vertrieb



Tarif



Kommunikation



Inhalt



HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

INFRASTRUKTUR

<u>Mobilitätsstation</u>	6
<u>Radabstellanlagen</u>	7

VERTRIEB

<u>Alles auf eine Karte</u>	7
<u>Eine Auskunft für Alles</u>	8
<u>Eine Anmeldung für Alles</u>	9
<u>Alles auf eine Rechnung</u>	9

TARIF

<u>Ein Tarif ist nicht genug</u>	10
--	----

KOMMUNIKATION

<u>Mobilitätsberatung</u>	11
<u>Neubürger/innen</u>	12
<u>Junge Eltern</u>	12
<u>Autofahrende</u>	13
<u>Alles aus einem Design</u>	13
<u>Klare Botschaften</u>	14



GOOD PRACTICE-BEISPIELE

<u>Bremen mobil.punkt</u>	16
<u>Freiburg Frei.mobil</u>	16
<u>Hamburg switchh</u>	17
<u>Stuttgart Polygo</u>	17
<u>Hannover Mobilitätsshop</u>	18
<u>Leipzig mobil</u>	19
<u>Mainz MVGmeinRad</u>	20

<u>München MVG more</u>	21
<u>München WOGENO</u>	21
<u>Münster PlusCard</u>	22
<u>Offenburg Einfach mobil</u>	22
<u>Osnabrück Mobilkarte</u>	23
<u>Rhein-Main eTicket</u>	23



HANDLUNGS- EMPFEHLUNGEN



⚙️ Mobilitätsstation INFRASTRUKTUR

Die Mobilitätsstation verknüpft die verschiedenen Verkehrsangebote im Straßenraum. 68 % der Großstädter/innen sind dabei besonders die kurzen Wege zur Station wichtig. Entscheidend für die Integration in den Alltagsverkehr ist daher eine Vielzahl von Stationen, die auch Wohnquartiere erschließen (Abb. rechts). Dafür muss nicht zwangsläufig eine hohe Anzahl und Vielfalt von Fahrzeugen an einer einzelnen Station vorgehalten werden. Ergänzend kann eine großzügige zentrale Mobilitätsstation mit umfangreicherem Angebot und einem Kundenzentrum den Einstieg in die Angebote erleichtern (obere Abb.). Durch eine gut sichtbare Platzierung an Straßen-

knoten und ÖPNV-Haltestellen werden attraktive Flächen für Carsharing-Fahrzeuge und Leihfahrräder gewonnen. Mit ausreichend, möglichst überdachten, Fahrradbügeln für private Fahrräder werden gerade intermodale Wegeketten erleichtert. Die Stationen sollten deutlich gekennzeichnet sein, etwa durch ein Corporate Design, das alle hier angebotenen Verkehrsmittel einschließt, eine Stele und durch Wegweiser in der nahen Umgebung. Bei der Planung von Neubaugebietern sind entsprechende Flächen von Beginn an mit zu berücksichtigen.

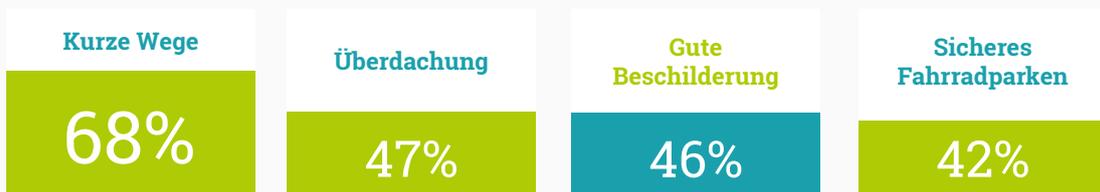
🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](http://vcd.org/multimodal)



GOOD PRACTICE- BEISPIELE

- [Bremen mobil.punkt](#)
- [München MVG](#)
- [München WOGENO](#)

Was Großstädter/innen bei einer Mobilitätsstation wichtig ist



⚙️ Radabstellanlagen an ÖPNV-Haltestellen stärken die Mobilitätskette INFRASTRUKTUR

Wie der erste und der letzte Kilometer eines Weges zurückgelegt werden kann, bestimmt die Verkehrsmittelwahl der gesamten Reise. Mitnahmemöglichkeiten des eigenen Fahrrads in den Bussen und Bahnen sind begrenzt. Sichere Radabstellanlagen unmittelbar an den ÖPNV-Haltestellen und Mobilitätsstationen erleichtern es den Radfahrenden Teilstrecken mit dem eigenen Fahrrad zurückzulegen. Sie erhöhen auch die Reichweite von ÖPNV-Haltestellen, gerade im suburbanen Raum. Auch die Verkehrsbetriebe sollten sich an der Schaffung

der Radabstellanlagen beteiligen. Für den Alltagsverkehr genügen an den meisten Zugangsstellen feste Bügel, ggf. mit einem Witterungsschutz. An zentralen Haltestellen kommen außerdem Fahrradparkhäuser zum Einsatz. Zusätzlich erweitern Bikesharing-Stationen gerade im Innenstadtbereich die Reismöglichkeiten.

- 🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://www.vcd.org/multimodal) und
- 🔗 [fahrradfoerderung.vcd.org](https://www.fahrradfoerderung.vcd.org)

Multimodale Projekte fördern lassen



Bei ihren Bemühungen um ein klimaverträgliches und gut vernetztes Verkehrssystem stehen die Städte nicht allein da. Zahlreiche Fördertöpfe können in Anspruch genommen werden. In nahezu allen gezeigten Good-Practice-Beispielen konnten die Gemeinden und Verkehrsbetriebe Förderinstrumente des Bundes (z.B. „Nationale Klimaschutzinitiative“) oder der Europäischen Union (z.B. „Europäischer Fonds für regionale Entwicklung“) zur Umsetzung ihrer Vorhaben nutzen.

- 🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://www.vcd.org/multimodal)

⚙️ Alles auf eine Karte VERTRIEB

Der Zugang zu allen Verkehrsmitteln kann durch ein einheitliches Zugangsmedium vereinfacht werden. Eine Chipkarte kann als ÖPNV-Abo fungieren. Sofern alle Busse und Bahnen bzw. Stationen mit entsprechenden Lesegeräten ausgestattet sind, kann die Karte auch als Einzel- und Tagesticket (ggf. nach Best-Preis) genutzt werden. Nahezu alle großen Carsharing-Anbieter ermöglichen den Zugang zu Fahrzeugen mit einer Karte, die mit entsprechendem RFID-Chip ausgestattet ist. Gleiches gilt für Leihradsysteme. Der ((e)Ticket-Standard des VDV ermöglicht es, all

GOOD PRACTICE-BEISPIELE

[eTicket Rhein-Main](#) · [polygoCard Stuttgart](#) · [PlusCard Münster](#)

diese Zugangsfunktionen auf einer Karte zu vereinen. In den Niederlanden bildet die „OV-chipkaart“ das Standardzugangsmedium für die öffentlichen Verkehrsmittel. Es gibt dort auch eine Variante, die ohne die Speicherung von personenbezogenen Daten auskommt. Die Chipkarte sollte andere Zugangsmedien wie ein Handyticket ergänzen, nicht ersetzen.



⚙️ Eine Auskunft für Alles VERTRIEB

GOOD PRACTICE-BEISPIELE [Leipzig mobil](#) · [Freiburg FREI.MOBIL](#)

Smartphone-Apps und webbasierte Auskünfte haben Printprodukte als wichtigste Informationsquelle zur Routenfindung im Verkehr abgelöst. Die stark nachgefragte Fahrplanauskunft für den ÖPNV dient dazu, auf weitere multimodale Produkte aufmerksam zu machen. Eine überzeugende multimodale Anwendung soll folgende Funktionen mindestens auf lokaler Ebene erbringen:

- **Routing** auch für Carsharing, Bikesharing, eigenes Fahrrad und ggf. Taxi, einschließlich intermodaler Wege
- **Buchung** von ÖPNV-Tickets und Zugang zu Carsharing-Fahrzeugen und Leihfahrrädern

- **Fahrplanauskunft** für den ÖPNV einschließlich Echtzeitdaten
- **Standorte** der verfügbaren Leihfahrräder und Carsharing-Fahrzeuge kartografisch abbilden

Die Auskünfte sollten parallel auf einer Webseite und einer Smartphone-App bereitgestellt werden. Die Daten und Funktionen müssen nicht exklusiv in einer hauseigenen Anwendung enthalten sein. Die Einspeisung in andere überregionale Dienste (z.B. Qixxit, Ally, ticket2go, ...) – einschließlich Ticketing – erschließt neue Nutzergruppen.

🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](http://vcd.org/multimodal)

Wie informieren sich Großstädter über den Weg zum Zielort?



VCD Befragung (2016): [Multimodal unterwegs in Deutschlands Städten](#). n = 1.013 bevölkerungsrepräsentativ für deutsche Großstädte. Max. 3 Nennungen

⚙️ Eine Anmeldung für alle Dienste VERTRIEB

Eine einmalige Anmeldung für die gesamte Produktpalette ist der Schlüssel eines leichten Einstiegs in multimodale Angebote. Welches Unternehmen die Verkehrsleistung erbringt, ist für die Nutzer/innen nicht wichtig: Es sollte für die Kundinnen und Kunden möglich sein, sich mit nur einem Gang zum Kundenzentrum für alle Mobilitätsdienstleistungen anzumelden. Dies wird mitunter so realisiert, dass z.B. Car- und

GOOD PRACTICE-BEISPIELE

[Osnabrück Mobilkarte](#) · [Mainz MVGmeinRad](#)

Bikesharing-Unternehmen im Kundenzentrum des Nahverkehrsbetriebs einen Schalter führen. Ist der Nahverkehrsbetrieb alleiniger Vertragspartner, und damit auch alleiniger Ansprechpartner der Kundschaft, kann eine Beratung und Anmeldung für alle Produkte direkt durch diesen stattfinden. Eine Online-Registrierung sollte ebenso möglich sein; mit anschließender Validierung des Führerscheins.

⚙️ Alles auf eine Rechnung VERTRIEB

Können sich Kunden einmalig für alle Verkehrsangebote anmelden, ist auch eine gemeinsame Abrechnung am Monatsende möglich. Dabei soll es für die Kunden keine Rolle spielen, ob ein einzelnes Unternehmen alle Produkte selbst betreibt oder die Leistungen von Dritten erbracht oder eingekauft werden. Der Vorteil für die Kundschaft ergibt sich aus der verein-

GOOD PRACTICE-BEISPIELE

[Hannover Mobilitätsshop](#) · [Leipzig mobil](#)

fachten Leistungsbeziehung: Mit nur einem Ansprechpartner für alle Angebote und einer monatlichen Abrechnung für alle Verkehrsmittel. Die Transparenz der monatlichen Kosten für die multimodalen Verkehrsmittel erhöht gleichzeitig deren Attraktivität und macht diese mit den Kosten für ein eigenes Auto leichter vergleichbar.

Fahrscheine weiterhin am Automaten und im persönlichen Verkauf

Der Fahrkartenkauf per App und eTicketing wächst rasant. Das eTicketing ist ein zusätzlicher Vertriebsweg, der nicht primär Vertriebskosten einspart, sondern den Zugang für viele Kunden schneller und leichter gestaltet. Gedruckte Fahrscheine soll es jedoch weiterhin an Fahrkartenautomaten, Schaltern sowie beim Fahrpersonal geben. Für einige Kunden ist dies der barrierefreie oder der einzige Weg zum Fahrschein.



Ein Tarif ist nicht genug TARIF

GOOD PRACTICE-BEISPIELE
[Osnabrück Mobilkarte](#)
[Hamburg switchh](#) · [PlusCard Münster](#)

Bei der Tarifgestaltung für zusätzliche Mobilitätsdienste in Ergänzung des ÖPNV-Tarifs lassen sich drei Tarifmodelle unterscheiden. Die Tarife sprechen jeweils unterschiedliche Zielgruppen an. Für eine optimale Reichweite sollten mindestens zwei Modelle angeboten werden.



ÖPNV-Abo+

Enthält, zusätzlich zum ÖPNV-Abo, Freiminuten/-kilometer für die örtlichen Sharing-Dienste. Weitere Abo- und Anmeldegebühren für die einzelnen Sharing-Dienste entfallen. Stammkunden des ÖPNV werden enger gebunden. Beispiel: [Osnabrück](#)

Sharing-Abo

Enthält Freiminuten/-kilometer für die örtlichen Sharingdienste. Weitere Abo- und Anmeldegebühren für die einzelnen Dienste entfallen. Geeignet für Personen, die intensiv Sharing-Dienste nutzen, sofern mehrere Anbieter in der Stadt vorhanden sind. Beispiel: [Hamburg](#)

Multimodal abofrei

Berechtigt zur Nutzung aller örtlichen Sharing-Dienste. Kosten fallen ausschließlich bei der Nutzung der Fahrzeuge an. Ermöglicht niedrighschwelligem Zugang für Personen, die Sharing-Dienste und den ÖPNV selten / schwankend nutzen (Haushalt mit Auto), sofern mehrere Anbieter in der Stadt vorhanden sind. Beispiel: [Münster](#)

Was Großstädtern bei multimodalen Angeboten wichtig ist



VCD Befragung (2016): [Multimodal unterwegs in Deutschlands Städten](#). n = 1.013 bevölkerungsrepräsentativ für deutsche Großstädte. Max. 3 Nennungen

⚙️ Professionelle Mobilitätsberatung KOMMUNIKATION

Die klassische Kundenberatung in den Kundenzentren der Nahverkehrsbetriebe kann zu einer umfassenden Mobilitätsberatung weiterentwickelt werden. Diese bezieht das individuelle Mobilitätsverhalten, Bedürfnisse und Optionen der Kundinnen und Kunden mit ein. Neben der üblichen Verbindungsauskunft, der Tarifberatung und dem Ticketverkauf, ist die Beratung zu multimodalen Angeboten und nachhaltiger Mobilität vielseitiger und arbeitsintensiver. Aus den Beschäftigten eines Kundenzentrums werden Mobilitätscoaches, welche konkrete Impulse für ein verändertes Mobilitätsverhalten geben - eine Interaktions-

arbeit, welche besondere Anforderungen stellt: Die Beratenden müssen für das neue Tätigkeitsfeld inhaltlich wie methodisch qualifiziert werden. Die Beratungsumgebung muss durch Sitzmöglichkeiten ergänzt werden. Die potentielle Kundschaft führt man in die Mobilitätszentrale indem z.B. die Abholung von Schnuppertickets bzw. die Beratung im Rahmen der Neubürgerpakete und andere Dienste, wie den Bürgerservice, in das Kundenzentrum integriert werden.

🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://www.vcd.org/multimodal)



Projekte intern umsetzen



Wichtig für den Erfolg der „Strategie Multimodalität“ ist, dass die Beschäftigten eines Verkehrsunternehmens den Wandel hin zum Mobilitätsdienstleister mittragen. Zu Beginn hängt es zwar häufig vom Engagement Einzelner ab, ob ein Vorhaben angestoßen wird. Danach braucht es jedoch die Akzeptanz der Mitarbeitenden - vom Fahrpersonal bis hin zu den Kundenberatenden. Ein offener Umgang mit den Entwicklungen auf dem Mobilitätsmarkt kann das Verständnis für die Integration anderer Mobilitätsangebote erhöhen. Außerdem können Berührungspunkte zu Sharing-Angeboten z.B. mit einem Probe-Abo abgebaut werden

⚙️ Neubürger/innen ansprechen KOMMUNIKATION

Mit Hilfe des Neubürgermarketings werden Neu-Zugezogene auf umweltfreundliche Mobilitätsdienstleistungen aufmerksam. Diese erhalten automatisch, mindestens nach der amtlichen Anmeldung am neuen Wohnort, ein Willkommenspaket. Darin enthalten sind Informationen über die verschiedenen Mobilitätsangebote in der Stadt als Alternative zum eigenen Auto sowie Gutscheine für Schnupper-Tickets, die in einem Mobilitätszentrum, ggf. im Zusammenhang mit einer Mobilitätsberatung, eingelöst werden können. Entscheidend ist eine möglichst frühzeitige Ansprache. Daher sollte auch der Versand durch andere Dienste wie die städtischen Energieversorger, Arbeitgeber oder ein Nachsendeauftrag bei der Deutschen

Post geprüft werden – da diese früher als die Behörden vom Wohnortwechsel erfahren. Eine Weitergabe der personenbezogenen Daten ist dafür nicht notwendig, sofern die anderen Dienstleister befähigt werden die Neubürgerpakete eigenständig zu versenden. Ebenso könnten Hausverwaltungen und Arbeitgeber/ in geeignete Multiplikatoren sein. Die Wirkung des Neubürgermarketings sollte regelmäßig überprüft werden. Die Stadt München konnte mit ihrem Neubürgermarketing den Modal Split der Neu-Zugezogenen um 7,6 % zugunsten des Umweltverbunds verschieben.

🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

⚙️ Junge Eltern erreichen KOMMUNIKATION

Der Umzug in eine andere Stadt und die Geburt eines Kindes stellen Lebensumbrüche dar, in denen Menschen ihr routiniertes Mobilitätsverhalten neu organisieren. Analog zum Neubürgermarketing kann die Gruppe der werdenden bzw. jungen Eltern angesprochen werden. Geeignete Anlaufstellen um Infomaterial zu vertreiben sind Geburtsvorbereitungskurse, Hebammen- und Frauenarztpraxen oder die Anmeldung in der Kindertagesstätte. Sogenannte Schnupperangebote lassen sich gezielt auf junge Eltern zuschneiden. In München können junge Eltern für einige Tage kostenlos ein Kindertransportrad oder einen

Kinderfahrradanhänger leihen, ein ÖPNV-Monatsticket für 29 Euro bekommen oder einen Carsharing-Wagen für ein Jahr ohne Anmelde- und Grundgebühr nutzen. In Leipzig bekommen Babys ein Jahresticket für den ÖPNV und dürfen ein Elternteil kostenlos mitnehmen. Junge Eltern können zusätzlich über Kindertagesstätten und Schulen mit Projekten wie „Zu Fuß zur Schule“ erreicht werden. Mobilitätsbildung bei Kindern bewirkt ein verändertes Verhalten der Eltern.

🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

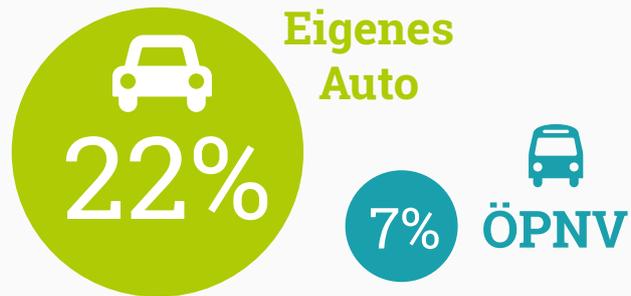
⚙️ **Autofahrende erreichen** KOMMUNIKATION

Oft sind lokale Marketingkampagnen für umweltfreundliche Verkehrsmittel gerade für Fahrgäste des ÖPNV besonders präsent. Menschen, die mehrheitlich mit dem eigenen Auto fahren, sollen jedoch die zentrale Zielgruppe für das Marketing von multimodalen Angeboten sein. Werbemedien, die eine hohe Reichweite unter Autofahrenden haben, sind der Hörfunk und Außenwerbung im Verkehrsraum, z.B. an Bussen. Auch über Plakatkampagnen und Social-Media-Kanäle sind diese gut zu errei-

chen. Ein betriebliches Mobilitätsmanagement kann Anreize setzen, nicht mit dem eigenen Auto zur Arbeit zu kommen. Firmen können als Partner fungieren und ihren Mitarbeiter/innen Informationspakete überreichen. In Großbritannien werden erfolgreich persönliche Mobilitätsberatungen (Personalized Travel Planning) an der Haustür und am Arbeitsplatz angewendet.

🔗 [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Welches Verkehrsmittel nutzen Großstädter/innen nie?



VCD Befragung (2016): [Multimodal unterwegs in Deutschlands Städten](#). n = 1.013 bevölkerungsrepräsentativ für deutsche Großstädte. Max. 3 Nennungen

⚙️ **Alles aus einem Design** KOMMUNIKATION

Ein einheitliches Erscheinungsbild aller Elemente des umweltfreundlichen Verkehrsangebots in einer Region, inklusive der Busse und Bahnen, des Car- und Bikesharings, sämtlicher Infrastruktur und den dazugehörigen Online- und Printmedien schafft einen hohen Wiedererkennungswert. In Offenburg greifen alle genannten Elemente das „Umweltschutzgrün“ der Marke „Einfach Mobil“ auf, um eine klare

GOOD PRACTICE-BEISPIELE

[Offenburg Einfach mobil](#)
[Osnabrück Mobilkarte](#)

Botschaft zu senden: Wo das Umweltschutzgrün zu sehen ist, bin ich einfach und umweltfreundlich unterwegs. Verkehrsunternehmen sollten versuchen, das Corporate Design ihres gesamten Angebots mit weiteren multimodalen Angeboten zu vereinheitlichen, bzw. eine wiedererkennbare übergreifende Marke zu schaffen, um damit eine (lokale) Identität zu entwickeln.

⚙️ Klare Botschaften senden KOMMUNIKATION

Kommunikationskampagnen für multimodale Angebote treffen auf ähnliche Herausforderungen, wie die der ÖPNV-Produkte. Einziger Unterschied: die (potentielle) Kundschaft weiß oft noch nicht, wozu sie multimodale Angebote nutzen kann, was auch daran liegt, dass Multimodalprodukte tendenziell erklärungs-

bedürftiger sind. Eine Kampagne soll möglichst mit positiven Emotionen (Freude, Leichtigkeit, Unernsthaftigkeit) ausgestattet sein und die Neugier wecken, anstatt sachliche oder moralische Gründe anzuführen. Das Produkt muss einfach dargestellt werden und sich in einem Satz beschreiben lassen.

Der Wurm muss dem Fisch schmecken



Interview mit Rosa Rausch, Seniorberaterin bei der Agentur für nachhaltige Kommunikation Tipping Points

Wie kann man Menschen über Alternativen zum eigenen Auto informieren?

Natürlich ist es in der Bewerbung der Angebote wichtig, vor allem Autofahrende zu erreichen und zum Umstieg zu motivieren. In der Bewerbung von Multimodalität unter Autofahrenden kommt es zum einen auf die Tonalität an. Zum anderen muss man die passenden Kanäle wählen. Mit Radiospots auf dem Weg zur Arbeit, mit Aktionen im Straßenraum während des morgendlichen Staus, aber auch über klassische Werbeflächen lässt sich diese Zielgruppe gut erreichen. Und natürlich braucht es attraktive Angebote. Denn sonst fruchtet auch die beste Werbung nicht.

Auf was sollte bei der Vermarktung dieser Produkte geachtet werden?

Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Man sollte die Zielgruppe genau betrachten. Was spricht Autofahrende an? Was sind deren Werte und wie kann man diese bedienen? Autofahrer sind Individualisten. Radfahren spricht diese Zielgruppe unter Umständen mehr an, als die Nutzung des ÖPNV, wo man

Strecke und Zeit nicht selbst bestimmen kann. Statt einem Autofahrer den ÖPNV schmackhaft zu machen, kann man z. B. überlegen, das Bikesharing als „Einstiegsdroge“ zu vermarkten. Und wie bei anderen Produkten auch, ist es wichtig die Menschen emotional anzusprechen. Sachgründe, der moralische Zeigefinger oder Umweltüberlegungen interessieren nicht. Spaß, Emotionen, Image, Geschichten anderer, das ist es was Menschen bewegt.

Welche Kampagnen sind deiner Ansicht nach richtig gut?

Die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) machen schon seit langem sehr gelungene Werbekampagnen. Sie schaffen es ihre Schwächen humorvoll und ironisch in Werbebotschaften aufzunehmen und dabei in ein positives Image umzukehren. Gerade in einer jungen Zielgruppe kommt die BVG damit sehr gut an. Das ist großartig. Ich hasse U-Bahn fahren, aber bei der BVG mache ich manchmal eine Ausnahme.



GOOD PRACTICE- BEISPIELE

BREMEN MOBIL.PUNKT [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

mobil.punkte und mobil.punktchen für Bremen



Quelle: Freie Hansestadt Bremen

Mit dem Projekt mobil.punkt wurden in Bremen mehrere zentrale (mobil.punkt) und kleine, dezentrale Mobilstationen (mobil.punktchen) aufgestellt. Seit 2003 zeigen inzwischen 24 Bremer „mobil.punkte“, dass der Straßenraum und Parkraum stark entlastet wurde. Die meistens genutzte Längsanordnung ist für die dicht bebauten Innenstadtquartiere gut geeignet. Der Zugang zu den Fahrzeugen wird an den mobil.punktchen nicht per Schlüsseltresor, sondern über einen direkten smart-card-Zugang gewährleistet. Insbesondere die kleinen Mobilitätsstationen tragen in ihrer Gestaltung dazu bei, dass Kreuzungen für Müllabfuhr und Feuerwehr durch „Gehwegnasen“ von

parkenden Autos freigehalten werden. Problemzonen werden bewusst in die Standortauswahl einbezogen. Über 11.000 Bremerinnen und Bremer nutzen inzwischen das Carsharing-Angebot, Tendenz steigend. Statistisch haben die Carsharing-Nutzerinnen und -Nutzer damit bereits 4.000 Privat-PKW ersetzt.

FREIBURG FREI.MOBIL [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Freiburg schafft mit FREI.MOBIL eine Dachmarke des Umweltverbunds



Quelle: Freiburger Verkehrsgesellschaft VAG

Zentrales Element von FREI.MOBIL ist es, zu allen Mobilitätsangeboten umfassend und aktuell Auskunft zu geben und die ÖPNV-Stammkund/innen durch Rabatte zu binden. Ziel ist es, sowohl der Bevölkerung in der aktuellen Situation das passendste Verkehrsmittel bereitzustellen (multimodal), als auch die Umsteigemöglichkeiten zwischen den einzelnen Angeboten zu erleichtern (intermodal). Über 300 Carsharing-Fahrzeuge stehen an den FREI.MOBIL-Stationen bereit. Auch Fahrradboxen werden über FREI.MOBIL betrieben. Auf der übersichtlichen Webseite freimobil.com findet man u.a. einen Routenplaner, der je nach Bedarf Bus und Bahn, Carsharing, Fahrrad und Fußwege integriert und Informationen zu Haltestellen, Stellplätzen sowie Kundenzentren gibt. Ausschließlich ÖPNV-Abokunden können eine kostenlose FREI.MOBIL-Mitgliedskarte beantragen, mit der man bei den jeweiligen Kooperationspartnern (z.B. Carsharing oder Lastenradverleih) Vergünstigungen erhalten kann.

HAMBURG SWITCHH [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Mit switchh flexibel durch Hamburg



Quelle: Hamburger Hochbahn AG

Der Verkehrsmarkt für Sharing-Angebote ist liberal und von Konkurrenz geprägt. In den Metropolen werben meist mehrere Fahrradleihsysteme oder Carsharing-Betreiber um Kunden, so auch in der Hansestadt Hamburg. Für die potentiellen Kundinnen und Kunden entsteht so ein vielfältiges aber auch komplexes Angebot. Mit dem Produkt switchh müssen sich Interessierte nicht mehr für einen Dienst entscheiden, sondern bekommen einen einfachen Zugang und einen gemeinsamen Abo-Tarif zu gleich vier Sharing-Diensten. switchh ist 2013 als Pilotprojekt der Hamburger Hochbahn AG gestartet, bezieht sich aber ausschließlich auf Sharing-Angebote. Die in dieser Projektphase gewon-

nenen Erkenntnisse flossen in das seit Oktober 2016 angebotene Produkt ein. Das Abo ersetzt die Grundgebühren bei den einzelnen Anbietern bzw. enthält Freiminuten. Inzwischen sind zwei Free-Floating und ein stationsbasiertes Carsharing sowie ein Fahrradverleihsystem enthalten. Mit Mobilitätsstationen, den sogenannten „switchh Punkten“, werden weithin sichtbare Carsharing-Flächen bereitgestellt.

STUTTGART POLYGO [Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Die polygoCard - mehr als nur ein eTicket



Quelle: VVS

Die polygoCard will eine Mobilitäts- und zugleich eine Bürgerkarte sein. Das meint, dass mit ihr nicht nur Fahrscheine elektronisch gespeichert werden und der Zugang zu Bike- und Carsharing vergünstigt ermöglicht wird, sondern auch städtische Dienstleistungen wie der Bibliotheksausweis integriert werden. Im Rahmen von polygo besteht eine Tarifkooperation zwischen allen im Verbundgebiet VVS tätigen Carsharing- und Bikesharing-Anbietern. Zu Grunde liegt hier der Ansatz: Der VVS vermittelt den Sharing-Unternehmen die Kundschaft und diese gewähren im Gegenzug Ver-

günstigungen durch Freiminuten und den Verzicht auf Registrierungsgebühren. Die technischen Voraussetzungen für die Zusatzfunktionen sind generell auf allen polygoCards enthalten, müssen allerdings durch Registrierung des Kunden separat für den gewünschten Dienst freigeschalten werden. Dass heißt, dass ÖV-Kunden nicht automatisch Sharing-Kunden sind. Die monatliche Abrechnung erfolgt über den jeweiligen Anbieter.

HANNOVER MOBILITÄTSSHOP [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Mobilitätsshop Hannover – Eine Plattform für alle Verkehrsmittel



Quelle: Großraumverkehr Hannover (GVH)

Der Online-Mobilitätsshop des Verkehrsverbundes im Großraum Hannover bietet seinen Kunden das kostenpflichtige Mobilitätspaket „Hannovermobil“, das die Anmelde- und Grundgebühren für einen Carsharing-Dienst ersetzt, Rabatte auf Taxifahrten gewährt und eine BahnCard 25 enthält. Alternativ zielen die kostenfreien Produkte im „Mobilitätsmix“ auf Gelegenheitskunden ab. Hier sind rabattierte Fahrten mit Taxis und eine kostenlose Carsharing-Mitgliedschaft erhältlich. Der Vertrieb aller Angebote findet über den Online-Mobilitätsshop statt. Die Angebote können von allen Kundinnen und Kunden auch ohne ÖPNV-Abo genutzt werden. Ob die Einzelbausteine im Mobilitätsmix oder das Abo-Paket Hannovermobil gebucht werden: Alle in Anspruch genommenen Angebote werden einmal

monatlich auf einer Sammelrechnung per Lastschriftverfahren abgerechnet. Das heißt, auch die Rechnung für Carsharing- und Taxi-Fahrten erhält man vom Nahverkehrsbetrieb. Das Angebot Hannovermobil ist mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.

Blauer Engel

Multimodalprodukte wie Carsharing und umweltfreundliche Mobilitätskarten können mit dem Umweltzeichen der Bundesregierung „Blauer Engel“ ausgezeichnet werden, wenn sie bestimmte Anforderungen erfüllen. Neben einem Normverbrauch für die Carsharing-Fahrzeuge, ist eine Mindestanzahl von Teilnehmern je Fahrzeug notwendig. Eine Mobilitätskarte muss mindestens zwei bis drei Mobilitätsbausteine integrieren und nachweislich den privaten Autobesitz verringern.

[↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)



LEIPZIG MOBIL [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Leipzig mobil macht Multimodalität sichtbar



Quelle: Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)

Die Leipziger Verkehrsbetriebe haben mit dem Projekt „Leipzig mobil – neue Wege zur öffentlichen Mobilität“ eine Vernetzung von Angeboten im Nahverkehr geschaffen. Zentrale Elemente des Angebots sind die hauseigenen Mobilitätsstationen mit Carsharing, E-Ladesäule und Bikesharing; eine Online-Plattform mit Smartphone- und Web-App; die Beauskunftung verschiedener Verkehrsmittel; die einmalige Anmeldung, der einfache Zugang und die Buchung aller Fahrzeuge per App oder Chipkarte bzw. Telefon und die gemeinsame monatliche Endabrechnung aller genutz-

ten Verkehrsmittel. Leipzig mobil kauft die Mobilitätsangebote bei Dritten ein und vertreibt diese an ihre Kunden. Das Mobilitätspaket Leipzig mobil kann mit oder ohne bestehendem ÖPNV-Abo für einen Grundpreis bestellt werden. Darin enthalten sind Freikontingente für Bikesharing und eine Bestprice-Abrechnung zu günstigen Konditionen im Carsharing. Die Umsetzung von Leipzig mobil wurde durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung EFRE gefördert.

Akzeptanz auch unter Mitarbeitern schaffen



Interview mit Armin Raupbach, Produktentwickler bei den Leipziger Verkehrsbetrieben

Was sind die „lessons learned“, die Sie an andere Verkehrsunternehmen weitergeben würden?

Das Wichtigste ist aus meiner Sicht, ein klares Ziel vor Augen haben: Was will man mit dem Multimodal-Produkt erreichen? Hier sollten frühzeitig alle Beteiligten im Unternehmen ins Boot geholt werden. Dies ist auch unerlässlich, da die notwendigen organisatorischen Herausforderungen, die dem Kunden ein gutes Nutzungserlebnis bieten, alle Unternehmensbereiche betreffen und nicht unterschätzt werden sollten.

Was waren die größten Hürden und wie sind Sie ihnen begegnet?

Multimodale Produkte tangieren mehrere Unternehmen über viele Bereiche. Möchte man baulich aktiv werden, ist die Kommune hinzuzuziehen. Für den resultierenden Koordinationsaufwand sollte früh eine Strategie entwickelt werden. Die

Akzeptanz unter den eigenen Mitarbeitern ist ein weiterer wichtiger Punkt. Hier findet sich aber für jeden ein Positivargument: die positive Umsatzwirkung durch Akquise von Gelegenheitskunden für den Tarifplaner; das Multimodalprodukt als Aushängeschild für die Innovationsabteilung.

Welchen Tipp haben Sie für die Vermarktung von Leipzig Mobil?

Nach unseren bisherigen Erfahrungen ist für die Vermarktung von Leipzig mobil vor allem die direkte Ansprache und Beratung von Interessenten wirksam, bspw. via Direktmailings oder Promotions mit unseren Aktionsberatern in der Innenstadt bzw. bei Veranstaltungen. Die persönliche Erläuterung und das erstmalige Ausprobieren lässt so manche Hemmschwelle schnell verschwinden. Als Starthilfe zum Vertragsabschluss kann auch einmal ein kleines Mobilitätsguthaben eingesetzt werden.

MAINZ MVGMEINRAD [☞ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://www.vcd.org/multimodal)

Straßenbahn, Bus und Fahrrad – Alles aus einer Hand, in der ganzen Stadt



Als einziger Nahverkehrsbetrieb bietet die Mainzer Verkehrsgesellschaft (MVG) ein hauseigenes Mietrad an. Mit 800 Rädern in der gesamten Stadt bildet es das dichteste Mietradsystem Deutschlands. Die Fahrradmietstationen fügen sich dabei in das bestehende ÖPNV-Netz ein. Das bediente Gebiet deckt nahezu die gesamte Landeshauptstadt ab. Das Mietradsystem wird neben dem Bus und der Straßenbahn als dritte Säule im Angebot der MVG wahrgenommen. Hierfür greifen die eigens entwickelten Räder das Design der Busse und Bahnen auf. Die MVG informiert über defekte Mietstationen genauso wie über Unterbrechungen im Straßenbahn- und Busverkehr. Der Tarif richtet sich

gezielt an Stammkunden des ÖPNV und Studierende. Die Fahrten- und Kundenzahlen stiegen in den ersten drei Jahren schnell an und wachsen weiterhin mit einer geringeren Dynamik. Im Vergleich der zahlreichen Fahrradverleihsysteme in Deutschland zeigen sich eine hohe Netzdichte sowie günstige Tarife – insbesondere Freiminuten – als ausschlaggebend für eine intensive Nutzung.

Verschiedene Betreibermodelle

Beim Car- und Bikesharing haben sich verschiedene Betreibermodelle bewährt. Mehrheitlich werden sie von reinen Car- oder Bikesharing-Unternehmen betrieben. Diese profitieren von langjährigen Erfahrungen, etwa was die technischen Komponenten angeht. Obwohl ihre Produkte grundsätzlich nicht nur für eine Region entwickelt sind, lässt sich dennoch eine „lokale Marke“ bilden (z.B. StadtRAD Hamburg) und ein einheitliches Mobilitätsangebot konzipieren. Auch einige Nahverkehrsbetriebe leisten solche Angebote in Eigenregie (z.B. Osnabrück, Mainz), um eine möglichst hohe Integration in den ÖPNV zu ermöglichen und Synergien im Vertrieb zu nutzen.



MÜNCHEN MVG MORE [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Vom Verkehrsunternehmen zum Mobilitätsdienstleister für München



Quelle: Münchner Verkehrsgesellschaft / Kerstin Groh

Mit dem Betrieb von U-Bahnen, Bussen und Trams, dem Angebot eines stationären und free-floating Carsharing von Drittanbietern, dem hauseigenen Mietradsystem MVG Rad und einer Mobilitätsstation an der Münchner Freiheit bietet die Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG) flexible Mobilitätsdienste für jeden. Für den Bau und Betrieb der Mobilitätsstation wurde die MVG vom Kreisverwaltungsreferat beauftragt. Um Kundinnen und Kunden den Zugang zu den einzelnen Mobilitätsbausteinen zu erleichtern, bündelt sie das gesamte Mobilitätsangebot in zwei Apps: MVG Fahrinfo München ist die klassische Verbindungsauskunft mit

Live-Daten aller Verkehrsmittel in und um München, verbunden mit der Möglichkeit, Handytickets zu erwerben. MVG more vereint die Angebote der in München operierenden Carsharer und fungiert zugleich als Schlüssel zum MVG-eigenen Mietradsystem MVG Rad. Außerdem zeigt die App die Standorte der Autos und Fahrräder in Echtzeit an, erstere können über MVG more bequem von unterwegs aus reserviert werden. Abo-Kunden der MVG profitieren von Sonderkonditionen, etwa vergünstigten Registrierungsgebühren oder Freiminutenpaketen.

MÜNCHEN WOGENO [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Integriert in Wohnanlage Die Mobilitätsstation im Domagapark



Quelle: WOGENO München eG

Die Wohnungsgenossenschaft WOGENO München eG bietet ihren Mitgliedern an vier Standorten Alternativen zum eigenen Auto. Neben herkömmlichen Carsharing-Fahrzeugen von Stattauto, stehen auch Pedelecs, E-Lastenräder, E-Scooter und Fahrradanhänger den Anwohnenden zur Verfügung. Buchung und Zugang wird in der Regel über das System von Stattauto geregelt. In manchen Häusern haben die Bewohner in Eigeninitiative das Angebot um eigene Fahrzeuge erweitert, die hausintern ausgeliehen werden können. Für die Nutzung von nicht-führerscheinpflichtigen Fahrzeugen

ist ausschließlich der Abschluss eines Teilnahmevertrages und die Überweisung einer Aufnahmegebühr in Höhe von 25 Euro nötig. Durch die Integration der Mobilitätsstationen konnten beim Bau der Wohngebäude auf einen Teil der gesetzlich vorgeschriebenen Parkflächen verzichtet werden. Die eingesparten Mittel, die sonst für den Bau von Parkstellplätzen notwendig gewesen wären, konnten so wiederum zur Kostendeckung der Mobilitätsstation genutzt werden.

MÜNSTER PLUSCARD [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://www.vcd.org/multimodal)

Flexibel mobil mit der Münsteraner PlusCard



Quelle: Stadtwerke Münster

Die Stadtwerke Münster bieten mit der kostenlosen Kundenkarte einfaches Nutzen sämtlicher Verkehrsangebote. Mit der Chipkarte können Busse, Taxen und Parkplätze bargeldlos bezahlt und Carsharing-Fahrzeuge geöffnet und genutzt werden. Auch kommunale Fahrradboxen stehen mit der Chipkarte kostenlos zur Verfügung. Der Bus-Tarif der PlusCard ist perfekt auf Gelegenheitsnutzung zugeschnitten. Die Chipkarte kann online und in den drei Kundenzentren bestellt werden, wobei die Angebote jeweils einzeln aktiviert werden können. Einzige Ausnahme ist das Carsharing: Dieser Dienst kann nur vor Ort, über einen Stadtteil-

auto-Schalter im Stadtwerke-Kundenzentrum, aktiviert werden. Die Angebote Parken, Taxi und Bus werden am Monatsende über die Stadtwerke abgerechnet. Die Stadtwerke Münster erweitern damit ihr Geschäftsfeld und werden vom Energieversorger und Busbetrieb auch zum Mobilitätsdienstleister. Ansprechpersonen für Angelegenheiten, die die PlusCard angehen, sind weiterhin die Stadtwerke, ausgenommen die Carsharing-Fahrten.

OFFENBURG EINFACH MOBIL [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://www.vcd.org/multimodal)

Einfach Mobil schafft Infrastruktur mit einheitlichem Design



Quelle: Stadt Offenburg

Unter der Marke „Einfach Mobil“ sind im baden-württembergischen Offenburg vier Mobilitätsstationen in enger Nachbarschaft mit Haltepunkten des Bus- und Schienenverkehrs entstanden, die Platz für Bike- und Carsharing und Abstellmöglichkeiten für private Fahrräder bieten. Zugang zum Angebot verschafft die Mobilitätskarte Einfach Mobil. Diese kann sowohl online, als auch im Bürgerbüro Bauen bestellt und gegen eine einmalige Gebühr abgeholt werden. Die Registrierung bei nextbike oder Stadtmobil Südbaden kann nach Erhalt der Einfach Mobil-Karte erfolgen.

Zentrale Funktionen der Chipkarte sind Zugang zu den Fahrzeugen und deren rabattierte Nutzung. Das Corporate Design der Marke Einfach Mobil dient als Grundlage für die Gestaltung des Erscheinungsbildes aller öffentlichen, umweltfreundlichen Verkehrsangebote in Offenburg, wie eCarsharing-Fahrzeuge, Leihfahrräder, Radwege und Mobilitätsstationen, zukünftig auch Busse.

OSNABRÜCK MOBILKARTE [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

Mobilkarte Osnabrück – Ein Tarif für Busverkehr, Carsharing & Fahrradparken



Quelle: Stadtwerke Osnabrück

Osnabrück schafft mit einer Paketlösung ein multimodales Angebot. Die Osnabrücker Mobilkarte kann als eines von mehreren Abonnements der Verkehrsgemeinschaft Osnabrück (VOS) gekauft werden. Unter dem Motto „Eine Karte – dreifach mobil“ sind in diesem Abo das ÖPNV-Abo, ein Guthaben für das kommunale Carsharing, die freie Nutzung der Radstation, eine kostenlose Fahrradwäsche und die Mitnahme von Rädern in Bussen enthalten. Das kommunale Carsharing bietet sowohl free-floating und stationsgebundenen Fahrzeugen. Für jeden Monat bekommen Nutzer/innen der Mobilkarte ein monatliches Carsharing-Guthaben in Höhe von 20 Euro, welches bis zu drei Monate übertragbar ist.

Die Autos können über eine Sonderregelung im ganzen Innenstadtgebiet, auch auf Flächen für das Anwohnerparken kostenlos abgestellt werden. Die Fahrzeuge können mit der VOSpilot-App geortet werden. Die Mobilkarte Osnabrück ist 2015 mit dem „Blauen Engel“ für umweltfreundliche Verkehrsdienstleistungen ausgezeichnet worden.

RHEIN-MAIN ETICKET [↗ Mehr auf vcd.org/multimodal](https://vcd.org/multimodal)

eTicket RheinMain – Eine Mobilitätskarte für viele Verkehrsmittel



Quelle: RMV

Die kostenlose Chipkarte „eTicket RheinMain“ speichert Zeitfahrkarten des öffentlichen Verkehrs und kann zusätzlich als Zugangsberechtigung für Carsharing- und Bikesharing-Fahrzeuge, Pedelecs und Elektroautos von einer Vielzahl von Anbietern in der Region genutzt werden. Zahlreiche Kooperationspartner bieten außerdem vergünstigte Konditionen für eTicket-Inhaber/innen an. Die eTickets sind an zahlreichen Vertriebsstellen, an eTicket-fähigen Fahrkartensystemen und online erhältlich. In ausgewählten

Mobilitätszentralen können sich eTicket-Nutzer/innen auch für alle multimodalen Zusatzangebote registrieren und dort aus einer Hand Verträge mit allen Anbietern abschließen. In der RMV-App und im RMV-HandyPortal werden verfügbare Fahrzeuge und Fahrräder aus dem Sharing-Bereich auf einer Karte angezeigt. Die RMV-Mobilitätszentralen und Mobilitäts-Infos (kleinere Mobilitätszentralen) beraten zudem zu allen Mobilitätsfragen vor Ort.



Kontakt

Philipp Kosok
Fon +49 (30) /280351-36
philipp.kosok@vcd.org

Das Projekt wird gefördert von:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

**Umwelt
Bundesamt**

IMPRESSUM

Verkehrsclub Deutschland e.V.
Wallstraße 58 · 10179 Berlin
Fon +49 (03) /280351-0
www.vcd.org · mail@vcd.org

Projektbearbeitung:
Philipp Kosok, Katja Täubert
Idee Grafik S. 2, 13: Ole Kamm

Gestaltung:
sinnwerkstatt
Medienagentur GmbH

© VCD e.V. 05/2017