

## ULFRIED MÜLLER

Stadt München

### MOBILITÄTSMANAGEMENT DER STADT MÜNCHEN: PREISGEKRÖNTES KONZEPT IM „AKTIONSPROGRAMM FÜR MOBILITÄTSMANAGEMENT“ DES BUNDESMINISTERIUMS FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT

Die bayerische Landeshauptstadt München gewann den ersten Preis im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs „Best Practice im Mobilitätsmanagement“ in der Kategorie „kommunales Mobilitätsmanagement“. Der Wettbewerb ist Teil des Aktionsprogramms „effizient mobil“ der Deutschen Energie-Agentur GmbH (dena) und des Bundesumweltministeriums. Die Landeshauptstadt erhielt den Preis, weil sie schon seit Jahren ein umfassendes kommunales Mobilitätsmanagement betreibt.

Erste Grundlagen wurden von 1998 bis 2003 durch die Teilnahme am Forschungsprojekt MOBINET gelegt. 2001 erfolgte dann die erste geförderte Beratung eines Betriebes. Im Jahre 2003 wurde ein gesamt-städtischer Mobilitätsmanager eingestellt, 2006 dann das Gesamtkonzept dem Stadtrat vorgelegt. Unter der Dachmarke „München Gscheid Mobil“ bietet die Landeshauptstadt spezielle Beratungsangebote für Neubürger, für Kinder und Jugendliche, für Senioren, für Unternehmen und bereits ansässige Bürger an. Angebote für weitere Gruppen wie Migrantinnen und Migranten und Touristen werden vorbereitet. Die Maßnahmen werden durch eine Fahrradmarketingkampagne ergänzt und über ein Mobilitätsportal im Internet kommuniziert.

Im Folgenden zwei Beispiele für wirkungsvolle Maßnahmen, die sogenannte „Neubürgerberatung“ und das Betriebliches Mobilitätsmanagement: Nach Durchführung von Pilotprojekten in den Jahren 2005 und 2006 werden seit Juni 2007 alle sogenannten „Neubürger“ eines Jahrgangs, d.h. rund 85.000 Personen, angesprochen und über Angebote einer umweltfreundlichen Mobilität informiert. Eine Untersuchung mit einer Gruppe von Neubürgern mit Ansprache im Rahmen der Kampagne und einer Kontrollgruppe, die nicht angesprochen wurde, erbrachte folgendes Ergebnis: Neubürger mit Mobilitätsberatungsangebot nutzten für 7,6 % ihrer Wege

häufiger den Öffentlichen Verkehr als Neubürger ohne Beratungsangebot. Diese Zahl ist statistisch signifikant und wird durch die in dieser Größenordnung mehr verkauften Abonnements von Monats- und Jahreskarten für den ÖPNV plausibel bestätigt. Die Pkw-Nutzung ging um 3,3 % zurück. Leider ging auch die Nutzung des Rad- und Fußverkehrs um 3,5% zurück, was darauf hindeutet, dass es innerhalb des Umweltverbundes zu kleinen „Kannibalisierungseffekten“ von Radverkehr und ÖPNV kommt, und dass der Radverkehr in einem multimodalen Marketing innerhalb des Umweltverbundes gegenüber dem Münchner Verkehrs- und Tarifverbund nicht ganz so konkurrenzfähig ist. Um dem entgegenzuwirken, wurde die Verwaltung beauftragt, eine Fahrradmarketingkampagne zu entwickeln.

Seit 2001 haben 21 Betriebe und Institutionen aus München und dem Umland an einem Programm der Landeshauptstadt zum Betrieblichen Mobilitätsmanagement teilgenommen. Die Betriebe, die aus unterschiedlichen Bereichen von Produktion, Versorgung, Handel, dem Gesundheits- und Finanzbereich sowie dem öffentlichen Bereich kommen, haben zahlreiche Maßnahmen realisiert, um die Pkw-Anreise der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Dienstreisen, den Fuhrpark und den Radverkehr zu optimieren und gleichzeitig mit den Anbietern im ÖPNV dort zu Verbesserungen zu kommen. Dadurch konnten die Betriebe und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Kosten senken, konnte die Erreichbarkeit und das Image der Betriebe verbessert und die Motivation der Beschäftigten erhöht werden.

Das Mobilitätsmanagement der Landeshauptstadt wird in den nächsten Jahren auf weitere Zielgruppen ausgedehnt. Gleichzeitig wird es räumlich verbreitet. Als Instrument hierzu dient das Mobilitätsmanagement-Netzwerk in der Europäischen Metropolregion München.