



ZUKUNFTSNETZ
MOBILITÄT
NRW



UMZIEHEN UND UMSTEIGEN

Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen in den
Modellkommunen Kamp-Lintfort, Soest und Troisdorf



INHALT

1	Das Projekt	4
	1.1 Anlass und Zielsetzung	4
	1.2 Prozess	6
2	Die Modellkommunen	10
	2.1 Kamp-Lintfort	11
	2.2 Soest	15
	2.3 Troisdorf	19
3	Die Maßnahmen zusammengefasst	24
	3.1 Informationen zu nachhaltiger Mobilität	24
	3.2 Mobilitätsberatung	26
	3.3 Touren für Neubürger*innen	29
	3.4 Gutscheine und Rabatte	32
4	Fazit und Ausblick	34

Auftraggeber
Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Autor*innen
Kristina Lutscher
Christian Lutz
Dr. Inga Molenda

Redaktion
Franca Börsch
Sara Klemm
Stella Schwietering

Zusammenarbeiten
agiplan public GmbH und
KCW GmbH unter der Mitwirkung des
Zukunftsnetzes Mobilität NRW

Gestaltung
Werbeagentur von morgen GmbH
www.werbeagentur-von-morgen.de

© agiplan public GmbH
Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung der Autor*innen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung der Leser*innen. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung, Mikroverfilmung, die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung der Herausgeber nicht gestattet.

1 DAS PROJEKT

1.1 Anlass und Zielsetzung

Mit jedem Umzug, ob innerhalb einer Stadt oder über die Kommunengrenzen hinaus, entstehen neue Wegebeziehungen. Demnach ergibt sich eine Chance, Veränderungen im routinierten Mobilitätsverhalten herbeizuführen. Dass bereits einige Kommunen diese Chance erkannt haben, frühzeitig durch Information und Beratung darauf einzuwirken, zeigt die Good-Practice-Recherche des Zukunftsnetzes Mobilität NRW (ZNM).¹

Um Kommunen bei der Konzeption eines systematischen Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen zu unterstützen, erarbeiteten die Mitarbeiter*innen der Koordinierungsstellen des ZNM ein neues Unterstützungsangebot. In dem Modellprojekt „Umziehen und Umsteigen“ konnten mit Kamp-Lintfort, Soest und Troisdorf drei Kommunen von der Unterstützungsleistung profitieren.

Dieser Bericht stellt den Prozess in den Kommunen dar und transportiert die Ergebnisse.

Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen

In ihren Empfehlungen zur Anwendung von Mobilitätsmanagement definiert die Forschungsgesellschaft für Straßen und Verkehrswesen (FGSV) Mobilitätsmanagement wie folgt:



„Mobilitätsmanagement ist die zielorientierte und zielgruppenspezifische Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens mit koordinierenden, informatorischen, organisatorischen und beratenden Maßnahmen, in der Regel unter Einbeziehung weiterer Akteure über die Verkehrsplanung hinaus.“²

Konstitutive Eigenschaften des Mobilitätsmanagements sind demnach u. a.

- die Zielorientierung (oft Reduzierung von Problemen, die mit MIV einhergehen),
- die Zielgruppenorientierung im Sinne der Fokussierung auf unterschiedliche Gruppen von Verkehrsteilnehmenden wie Schüler*innen, Berufspendler*innen, Bewohner*innen eines Quartiers oder eben Neubürger*innen und
- der Fokus auf das Mobilitätsverhalten und die Verkehrsentstehung.



„Mobilitätsmanagement für Neubürger [...] zielt darauf ab, Neubürger als Personen, die neu in eine Kommune ziehen, in ihrer Umbruchsituation anzusprechen und durch Information und Anreize Einfluss auf ihr Mobilitätsverhalten zu nehmen.“³

In der Difu-Sonderveröffentlichung „Wechselwirkungen zwischen Wohnstandortwahl und Alltagsmobilität“ stellen die Autor*innen wissenschaftliche Erkenntnisse zum Einfluss eines Wohnortstandortwechsels auf das Mobilitätsverhalten vor. Sie fassen zusammen, dass die Alltagsmobilität stark von Routinen geprägt ist und eine Umorientierung am ehesten in bestimmten biographischen Umbruchsituationen wie bei einem Umzug, also im Zuge einer räumlichen Veränderung, erfolgt, insbesondere wenn diese über Grenzen von Raumkategorien (Stadt-Land-Wanderung oder umgekehrt) hinweg stattfindet. Maßgeblich beeinflusst wird die Umorientierung im Mobilitätsverhalten auch durch die Mobilitätsangebote am neuen Wohnstandort.⁴

Die zentrale Akteurin beim Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen ist die Kommunalverwaltung bzw. sind die für Mobilität und Verkehr zuständigen Ämter, die maßgeblich durch das Einwohner- und Meldeamt sowie Mobilitätsdienstleister vor Ort unterstützt werden müssen.

Kommunales Mobilitätsmanagement als organisatorische Klammer

Die Klammer um alle zielgruppenorientierten Mobilitätsmanagementaktivitäten einer Kommune setzt das Kommunale Mobilitätsmanagement. Durch die Implementierung und Verstetigung eines Kommunalen Mobilitätsmanagements wird das Planen und Handeln der für Mobilität und Verkehr zuständigen Fachstellen in der Kommunalverwaltung und darüber hinaus abgestimmt koordiniert.

Für diese Koordination braucht es eine verantwortliche Person, die Mobilitätsmanagementvorhaben und die dafür erforderlichen Prozesse anstößt, zwischen den beteiligten Fachstellen vermittelt, Projektschritte und -meilensteine abstimmt, relevante Akteure von außen für das Projekt gewinnt sowie die Projektkommunikation nach innen und außen übernimmt. Die fachliche Federführung bleibt bei den beteiligten Fachstellen bzw. den weiteren mitwirkenden Akteuren.⁵

Förderkulisse NRW

Mit den „Richtlinien zur Förderung der Vernetzten Mobilität und des Mobilitätsmanagements“ (FöRi-MM) hat das Land Nordrhein-Westfalen eine Förderkulisse geschaffen, vor deren Hintergrund die Mobilität der Bürger*innen im Sinne des Klimaschutzes verbessert werden kann. Kommunen, Gemeindeverbände und weitere Körperschaften des öffentlichen Rechts werden bei erfolgreicher Förderantragstellung über die zuständige Bezirksregierung durch finanzielle Zuwendungen in die Lage versetzt, passende Mobilitätsangebote für die Menschen vor Ort zu konzipieren und zu etablieren.⁶

Förderfähig sind u. a. Ausgaben für die Erarbeitung von Mobilitätskonzepten (Nr. 4 FöRi-MM) und Studien (Nr. 5 FöRi-MM), Ausgaben für die Planung und Errichtung von Infrastrukturen wie Mobilstationen und Quartiersgaragen zur Vernetzung von Verkehrsmitteln (Nr. 7 FöRi-MM) sowie eben auch Ausgaben für die Implementierung von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements (Nr. 8 FöRi-MM).

Konkret bedeutet Letzteres, dass Sachausgaben für den Aufbau und die Verstetigung eines Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen durch unterschiedliche Maßnahmen, eine diesbezügliche Öffentlichkeitsarbeit sowie die Evaluation von Prozessen und/oder der Wirksamkeit der Maßnahmen bis zu 80 Prozent durch Landesmittel gefördert werden können.⁷

¹ Vgl. ZNM NRW: Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen – Best-Practice-Beispiele aus Deutschland und der Schweiz. Online unter: <https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/mobilithek/downloads> (abgerufen am 10.10.2023).

² Vgl. FGSV (2018): Empfehlungen zur Anwendung von Mobilitätsmanagement, S. 5.

³ Vgl. FGSV (2018): Empfehlungen zur Anwendung von Mobilitätsmanagement, S. 24.

⁴ Vgl. Bauer et al. (2022): Wechselwirkungen zwischen Wohnstandortwahl und Alltagsmobilität – wissenschaftliche Grundlagen und kommunale Praxis, S. 16, 35, 50. Online unter: <https://difu.de/publikationen/2022/wechselwirkungen-zwischen-wohnstandortwahl-und-alltagsmobilitaet> (abgerufen am 19.09.2023).

⁵ Vgl. ZNM NRW: Handbuch „Kommunales Mobilitätsmanagement als Change-Management-Prozess“. Online unter: <https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/mobilithek/downloads> (abgerufen am 19.09.2023).

⁶ Siehe auch <https://www.land.nrw/pressemitteilung/mobilitaet-und-mobilitaetsmanagement-neue-richtlinie-ermoeglicht-foerderung-von> (abgerufen am 20.09.2023).

⁷ Für weitere Informationen siehe z. B. auf Seiten der Bezirksregierung Münster: https://www.bezreg-muenster.de/de/foerderung/foerderprogramme_a-z/25_vernetzte_mobilitaet/index.html (abgerufen am 20.09.2023).

1.2 Prozess

Wie Abbildung 1 darstellt, umfasste der Prozess zur Erarbeitung der Neubürgerpakete im Projekt „Umziehen und Umsteigen“ in den drei Modellkommunen Kamp-Lintfort, Soest und Troisdorf nach deren Auswahl durch die Koordinierungsstellen des ZNM Sondierungs- und Abschlussgespräche, je zwei Workshops vor Ort und die bilaterale Beratung (inkl. Unterstützung bei einer etwaigen Förderantragstellung). Die im Ergebnis des Prozesses erarbeiteten

Neubürgerpakete (siehe zu deren Bestandteilen Kap. 3) sind hier als offene, d. h. von den Modellkommunen individuell anpassbare Maßnahmenbündel zu verstehen, die ggf. sowohl vorhandene als auch neue Maßnahmen umfassen und in der Zukunft erweitert oder angepasst werden können. Die Neubürger*innen können gemäß ihren Präferenzen einzelne oder alle Maßnahmen nutzen.

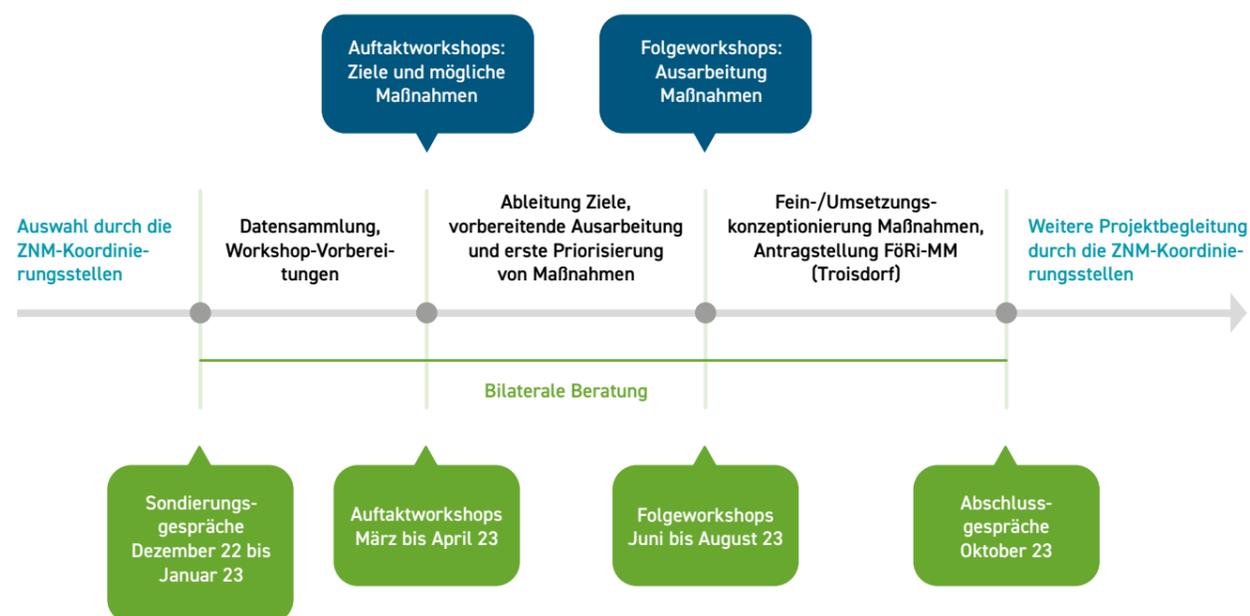


Abbildung 1: Prozess im Projekt „Umziehen und Umsteigen“, Quelle: agiplan public/KCW.



Bewerbungs- und Auswahlverfahren

Die Auswahl der drei Modellkommunen erfolgte über eine gezielte, direkte Ansprache. Voraussetzung für die Auswahl war

- das Vorliegen eines infrastrukturellen und organisierten Grundangebots für die Realisierung nachhaltiger Mobilität,
- eine bisher fehlende Bespielung des Themas Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen in der Kommune sowie
- die bereits erfolgte Beauftragung einer Person, dieses Thema anzugehen und entsprechende Maßnahmen umzusetzen.

Insbesondere das Vorliegen eines gewissen Grundangebotes war für die Auswahl als Modellkommune unerlässlich. Denn Neubürger*innen können nur zur Nutzung des Umweltverbundes hingeleitet werden, wenn es entsprechende Angebote gibt. Da das Pilotprojekt „Umziehen und Umsteigen“ bei den Anfängen des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen ansetzte, war es wichtig, dass noch keine oder im Zweifel veraltete Aktivitäten in diesem Bereich stattgefunden haben.

Alle drei Modellkommunen erfüllten diese Voraussetzungen und zeichneten sich durch bereits in der Vergangenheit enge Zusammenarbeit mit der jeweiligen Koordinierungsstelle aus, sodass eine weiterhin konstruktive Zusammenarbeit erwartet werden konnte.



Sondierungsgespräche

In Abhängigkeit von den kommunalen Rahmenbedingungen und den Mobilitätsangeboten vor Ort (organisatorischer Aufbau der Kommunalverwaltung, Mobilitätsangebote aus dem Umweltverbund usw.) wurde gemeinsam mit den Mobilitätsmanager*innen der Modellkommunen und den jeweiligen

Ansprechpartner*innen der zuständigen Koordinierungsstelle des ZNM beraten, welche Fachstellen es in der Kommune für die Implementierung eines Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen zu aktivieren gilt. Zur Aktivierung bzw. zur Sensibilisierung und Motivierung dienten in erster Linie die geplanten Workshops.



Abbildung 2: Schlüsselübergaben an die Modellkommunen.

Bild 1: Frank Merten, Referent ZNM, und Martin Notthoff, Kämmerer und Beigeordneter Stadt Kamp-Lintfort

Bild 2: Axel Beyer, Arbeitsgruppenleiter Verkehrsplanung Stadt Soest, Olaf Steinbicker, Abteilungsleiter Stadtentwicklung und Bauordnung, Franca Börsch, Referentin ZNM

Bild 3: Lena Weisheit, Referentin ZNM, Katharina Nettersheim, Referentin ZNM, Walter Schaaf, Technischer Beigeordneter Stadt Troisdorf



Workshops

Im Rahmen des Projekts haben in den drei Modellkommunen jeweils zwei Workshops (WS) stattgefunden. Die Auftakt-WS fanden im März und April 2023 statt. Mit einer symbolischen Schlüsselübergabe während des Workshops startete das Projekt „Umziehen und Umsteigen“ offiziell (siehe Abbildung 2).

Auf Basis der Ergebnisse der Auftakt-WS haben die Beteiligten/die Expert*innen des ZNM gemeinsam mit den

kommunalen Vertreter*innen explizit Ziele für das Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen abgeleitet und erste Maßnahmen skizziert. Diese sind im Rahmen der bilateralen Beratung (siehe unten) weiter konkretisiert worden.

Intention der Folge-WS im Juni sowie August 2023 war zunächst, sich mit weiteren Akteuren der Städte auf die aus dem Auftakt-WS abgeleiteten Ziele (siehe auch Kap. 2) zu verständigen und dann gemeinsam einen Prozessfahrplan für die konkrete Ausgestaltung der unterschiedlichen Maßnahmenbündel im Sinne des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen zu entwickeln (siehe Kap. 3).

Wesentliche Elemente des ersten Workshops waren

- die Einordnung des Projekts bzw. die Implementierung eines Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen in die verkehrsbezogenen Ziele, Pläne und Vorhaben der jeweiligen Stadt (siehe auch Kap. 2),
- die interaktive Herleitung von Zielen des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen („Was möchte die Stadt konkret damit erreichen? Wer ist betroffen? Warum ist es wichtig?“) und
- die Sammlung möglicher Maßnahmen anhand der Persona-Methode in einer zweiten interaktiven Phase.



Bilaterale Beratung

Die bilaterale Beratung war in erster Linie die Brücke zwischen Auftakt- und Folgeworkshop, indem die im Auftakt-WS erarbeiteten Ideen zwischen den Modellkommunen, dem ZNM und den Beratungsbüros mit Leben gefüllt und auf ihre inhaltliche wie organisatorische Umsetzbarkeit hin geprüft wurden. Es wurden also insbesondere die Maßnahmen mit Blick auf Verantwortlichkeiten und unter Berücksichtigung der jeweils gültigen Rahmenbedingungen gemeinsam ausdifferenziert, um sie als Grundlage für den Folge-WS zur Abstimmungsreife ausgearbeitet zu haben. Ebenso bot die bilaterale Beratung den Modellkommunen die Möglichkeit, Ad-hoc-Anfragen beim ZNM und bei den Beratungsbüros zu platzieren und sich bei Bedarf niederschwellig mit den jeweils anderen beiden Kommunen zu deren Erfahrungen auszutauschen.

Neben der beschriebenen Brückenfunktion bot die bilaterale Beratung Hilfestellungen für die Kommunen sowohl vor den Auftakt- und Folge-WS als auch danach. Soweit sich die Kommunen dazu entschieden, wurde in der bilateralen Beratung ebenso die Förderantragstellung erörtert und ggf. in die Wege geleitet (siehe unten). Mit Blick auf die Schlussphase des Projektes wurde insbesondere das so genannte kommunale Projektpapier jeweils bilateral erarbeitet (siehe auch Kap. 2). Dieses lebende Dokument dient den Modellkommunen als internes Arbeitsprogramm für die Implementierung und Verstetigung der Maßnahmen – über die Laufzeit des Projekts „Umziehen und Umsteigen“ hinaus.



Förderantragstellung

Die Stadt Troisdorf hat Ende Juni 2023 einen Antrag auf Gewährung einer Zuwendung nach der FöRi-MM (siehe auch Kap. 1.1) bei der Bezirksregierung Köln eingereicht. Für die Jahre 2024 und 2025 sind Zuwendungen für verschiedene Maßnahmen des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen wie die Zusammenstellung und Verteilung von Informationen zu nachhaltiger Mobilität oder die Planung und Durchführung von Touren für Neubürger*innen sowie zusätzlich die begleitende Öffentlichkeitsarbeit und Evaluation beantragt (siehe Kap. 3 für eine generelle Maßnahmenbeschreibung).

In der Stadt Soest können einige Kosten zur Umsetzung der Maßnahmen in der ersten Umsetzungsphase für schnelle Erfolge durch Mittel des städtischen Haushaltes gedeckt werden. Für die langfristige Implementierung und zur Deckung der Evaluationskosten ist geplant, Mittel nach den FöRi-MM zu beantragen. Der frühzeitige Start der Maßnahmen ist dabei für eine erfolgreiche Antragstellung hilfreich und ermöglicht es, bereits erste Erfahrungen und Anpassungen im zu stellenden Förderantrag mit abzubilden.

Die Stadt Kamp-Lintfort hat sich dazu entschieden, die erarbeiteten Maßnahmen zunächst inhouse zu pilotieren. In dem Zusammenhang beabsichtigt sie, die digitale wie analoge Ausgabe von Informationen, die Initiierung von Touren für Neubürger*innen sowie die Implementierung einer individuellen Mobilitätsberatung aus Bordmitteln zu finanzieren. Der Ansatz wurde insbesondere gewählt, um inhaltliche, organisatorische und ressourcenbezogene Erfahrungswerte im Zusammenhang mit den genannten Maßnahmen zu sammeln und sie für eine etwaige Antragstellung im Jahr 2024 nutzbar zu machen, ihre Erfolgchance zu erhöhen und somit eine mittel- bis langfristige Verstetigung der Maßnahmen zu begünstigen.



Austausch mit Erlangen

Mitte Juli 2023 hat ein zweistündiger Erfahrungsaustausch mit der Stadt Erlangen stattgefunden, an dem Vertreter*innen der drei Modellkommunen, der Koordinierungsstellen des Zukunftsnetzes Mobilität NRW und der Beratungsbüros teilgenommen haben. Eine Vertreterin der Stadt Erlangen berichtete von ihren Erkenntnissen im Zuge der Implementierung eines Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen, skizzierte umgesetzte Maßnahmen wie z. B. die Konzeption und Durchführung einer Mobilitätsberatung durch ein externes Büro oder die Ausgabe von Gutscheinen, „Schnuppercodes“ und ÖPNV-Tickets. Als besonders hilfreich wurden die Hinweise zu etwaigen Besonderheiten im Kontext der Konzipierung und Umsetzung der Maßnahmen bewertet, wie z. B. Anhaltspunkte zur Erhöhung der Rücklaufquote im Zusammenhang mit der Unterbreitung des Angebots zur Mobilitätsberatung sowie die Wahl der richtigen und adressatengerechten Ansprache im Brief bzw. im Rahmen des Erstkontakts.

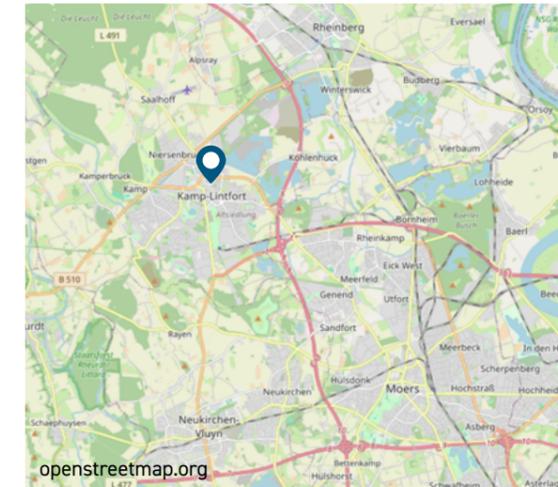
2 DIE MODELLKOMMUNEN

Drei Modellkommunen sind Bestandteil des Projektes „Umziehen und Umsteigen“. Weil das Zukunftsnetz Mobilität NRW aus drei regionalen Koordinierungsstellen besteht, wurden die Modellkommunen entsprechend paritätisch ausgewählt (siehe zum Auswahlverfahren Kap. 1.2):

- Für das Rheinland die Stadt Troisdorf
- Für Rhein-Ruhr die Stadt Kamp-Lintfort
- Für Westfalen-Lippe die Stadt Soest

Im Folgenden werden diese mit Blick auf die jeweiligen Eckdaten, ihre allgemeinen Zielsetzungen und Projekte im Bereich Mobilität und Verkehr sowie in Bezug auf das im Rahmen des Prozesses jeweils ausgearbeitete Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen beschrieben.

2.1 Kamp-Lintfort



Kamp-Lintfort, sowohl westlichster Teil des Ruhrgebiets als auch fester räumlicher Bestandteil des unteren Niederrheins, ist eine Mittelstadt im Kreis Wesel und liegt nordwestlich von Duisburg. Nicht nur als Wissenschaftsstandort (Hochschule Rhein-Waal) ist Kamp-Lintfort bekannt, auch in kultureller und historischer Hinsicht lockt die Stadt Besucher*innen aus der Region, z. B. durch das Kloster Kamp oder den Zechenpark, in dem 2020 die Landesgartenschau stattfand.

INFORMATION

Einwohner*innen: 39.451
(Stand: 01.07.2022)

Zuzüge/Jahr: ca. 1.300 Personen
(Mittel 2019–2022)

Lage: im Kreis Wesel,
nordwestlich von Duisburg

Modal Split
(Verkehrsaufkommen, 2020)*:

- Motorisierter Individualverkehr 61 %
- Öffentlicher Personennahverkehr 2 %
- Radverkehr 18 %
- Fußverkehr 19 %

Mitglied im ZNM NRW: seit 2016

8 Daten aus repräsentativer Haushaltsbefragung im Jahr 2020. Siehe Stadt Kamp-Lintfort (2021): Mobilitätsuntersuchung in Kamp-Lintfort. Online unter: <https://www.kamp-lintfort.de/de/pressemitteilungen/mobilitaetsuntersuchung-in-kamp-lintfort/> (abgerufen am 14.09.2023).

Allgemeine Zielsetzungen und Projekte im Bereich Mobilität und Verkehr

Aus dem „Klimaschutzteilkonzept Mobilität“ aus dem Jahr 2020⁹ ist das Ziel abgeleitet, Treibhausgasemissionen in der Stadt Kamp-Lintfort zu senken und die Förderung einer hohen Lebensqualität voranzutreiben. In diesem Zusammenhang sollen z. B.

- multimodale Mobilitätsangebote entwickelt,
- zielgruppengerechte Angebote für Bürger*innen unterbreitet,
- Nahmobilität (Fuß- und Radverkehr) gestärkt und
- emissionsfreie bzw. alternative Antriebstechniken vorangetrieben werden.

Maßnahmen mit unmittelbarer verkehrlicher Auswirkung (z. B. Verbesserung der Radinfrastruktur im Stadtgebiet) sind ebenso Bestandteil dessen wie auch ein Info-Paket für Neubürger*innen (siehe Kap. 3.1).

Gegenwärtig laufende Projekte, die auf das Thema nachhaltige Mobilität einzahlen, sind u. a.

- die Erstellung eines E-Mobilitäts-Konzeptes,
- der kontinuierliche Ausbau öffentlicher Infrastruktur (E-Ladesäulen),
- das Dienstradleasing für Verwaltungsmitarbeiter*innen und
- die Einrichtung einer Mobilstation am zukünftigen Bahnhof.¹⁰

Die Bevölkerung in Kamp-Lintfort wird wachsen, vor allem durch die in den kommenden Jahren zu erwartenden Zuzüge. Deshalb ist es notwendig, ein Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen, das auf nachhaltige Mobilitätsformen abzielt, zu etablieren und zu verstetigen. Auch angesichts des großen Pkw-Anteils (61 Prozent) an den Verkehrsmitteln vor Ort ergibt sich Handlungsbedarf, sowohl vor dem Hintergrund der Ziele Kamp-Lintforts mit Blick auf Klima- und Umweltschutz im Allgemeinen als auch in Bezug auf eine nachhaltige Verkehrsentwicklung im Besonderen.

Die Teilnehmenden der Workshops in Kamp-Lintfort erarbeiteten verschiedene Bausteine. Sie formulierten individuelle Ziele für ein Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen, entwickelten Maßnahmen, erörterten Vorgehensweisen zur Evaluation und diskutierten Ansätze zur Förderantragstellung. Die Ergebnisse aus den Workshops sind im Folgenden dargestellt.

Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen in Kamp-Lintfort



Ziele

- Neubürger*innen Kamp-Lintforts fühlen sich durch das Mobilitätsmanagement herzlich willkommen und gut informiert über bestehende Angebote und Alternativen mit Blick auf die nachhaltige Mobilität in der Stadt.
- Neubürger*innen fühlen sich durch eine niederschwellige und freundlich-zugewandte Art der Ansprache wertgeschätzt.
- Das Mobilitätsmanagement ist zielgruppenorientiert aufgebaut, weshalb sich Menschen in unterschiedlichen Lebenslagen angesprochen fühlen.
- Mit dem Mobilitätsmanagement werden Neubürger*innen für ihr Mobilitätsverhalten sensibilisiert, auf Alternativen aufmerksam gemacht und ggf. zum Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Verkehrsmittel motiviert.
- Das Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen unterstützt aktiv das Erreichen der Ziele Kamp-Lintforts, den Sektor Mobilität nachhaltig und klimafreundlich zu gestalten und den Anteil an umweltfreundlicher Mobilität zu erhöhen. Es ist zudem eine Blaupause für die Implementierung weiterer Mobilitätsmanagement-Systeme in Kamp-Lintfort.

Geplante Maßnahmen



Informationen zu nachhaltiger Mobilität

Es werden sämtliche Informationen zu nachhaltiger Mobilität in Kamp-Lintfort primär digital, aber auch analog ausgegeben. Die Neubürger*innen werden damit in die Lage versetzt, aus den vorgestellten Alternativen zu wählen, und motiviert, die Stadt und deren Umgebung nachhaltig mobil zu erkunden.



Individuelle Mobilitätsberatung

Mit der individuellen Mobilitätsberatung wird auf die Nutzung nachhaltiger Mobilitätsangebote hingewirkt sowie auf Freizeitangebote und deren Erreichbarkeit mit Verkehrsmitteln des Umweltverbundes aufmerksam gemacht.



Kennenlern-Touren

Im Allgemeinen und in Bezug auf das Thema Fortbewegung lernen die Neubürger*innen die Stadt Kamp-Lintfort zu Fuß und per Fahrrad kennen und bekommen in diesem Zusammenhang die Vorzüge aktiver, nachhaltiger Mobilität am eigenen Erleben aufgezeigt. Pro Jahr werden jeweils zwei Touren mit dem Fahrrad und zu Fuß angeboten.



Evaluation

Es ist geplant, die zunächst inhouse pilotierten Maßnahmen im Jahr 2024 auf ihre Wirksamkeit zu prüfen und vor dem Hintergrund eine erste Evaluation durchzuführen. Die gewonnenen Erkenntnisse werden in eine etwaige Förderantragstellung miteinbezogen. Teilnahmequoten (z. B. mit Blick auf eine individuelle Mobilitätsberatung) sind hier ebenso dienlich wie die nachgelagerte Abfrage von Feedback (z. B. in Bezug auf die Touren für Neubürger*innen).



Förderantrag

Die Stadt Kamp-Lintfort stellte 2023 zunächst keinen Förderantrag und pilotierte die oben skizzierten Maßnahmen unter der Verwendung von Bordmitteln. In Abhängigkeit von den Evaluationsergebnissen prüft sie, im Sinne der Verstetigung der Maßnahmen, 2024 einen Förderantrag zu stellen.

⁹ Online unter: [https://www.kamp-lintfort.de/c1257567005f6c12/files/klimaschutzteilkonzept_mobilitaet_endbericht_kamp-lintfort.pdf/\\$file/klimaschutzteilkonzept_mobilitaet_endbericht_kamp-lintfort.pdf?openelement](https://www.kamp-lintfort.de/c1257567005f6c12/files/klimaschutzteilkonzept_mobilitaet_endbericht_kamp-lintfort.pdf/$file/klimaschutzteilkonzept_mobilitaet_endbericht_kamp-lintfort.pdf?openelement) (abgerufen am 14.09.2023).

¹⁰ Die Reaktivierung der Schienenstrecke der so genannten Niederrheinbahn ist für 2026 vorgesehen.

Geplantes Vorgehen zur Umsetzung

Die Stadt Kamp-Lintfort beabsichtigt, das ausgearbeitete Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen mit Blick auf die hier kurz skizzierten und weiter unten detailliert beschriebenen Maßnahmen (siehe Kap. 3) zeitnah umzusetzen. Die Maßnahmen sollen ab 2024 sukzessive implementiert und für die Neubürger*innen nutzbar gemacht werden.

Vor diesem Hintergrund ist in der Schlussphase des Prozesses ein so genanntes interaktives kommunales Projektpapier erarbeitet worden, das den verantwortlichen Akteuren in der Stadtverwaltung als Arbeitsprogramm und Handreichung bei der erfolgreichen Implementierung und Verstetigung der Maßnahmen dienen soll.

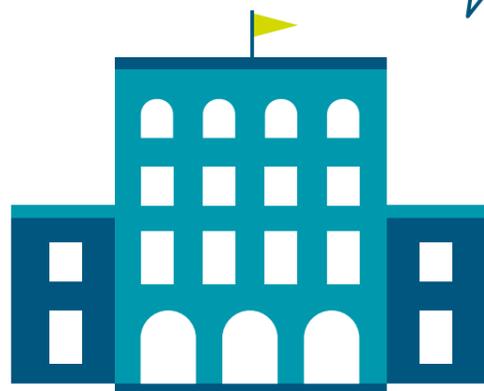
Stimmen aus der Kommunalverwaltung

„Durch das Neubürgerprojekt ist es gelungen, die gesamte Neubürgeransprache, aber auch das Thema Mobilität für die Bürger- und Mitarbeiterschaft gesamtheitlich in den Fokus zu nehmen.“

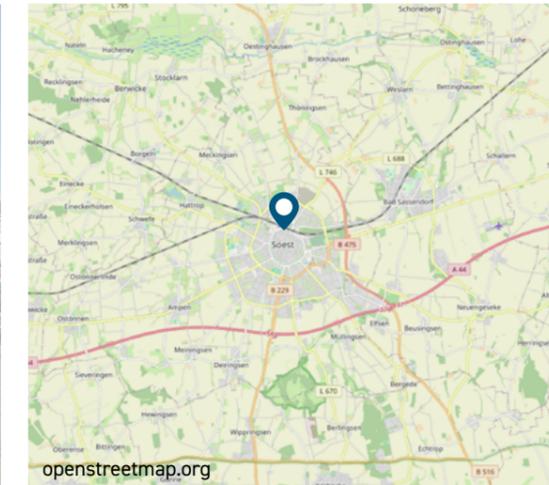
Axel Witzke, Stabstellenleitung und Mobilitätsmanager der Stadt Kamp-Lintfort

„Das Projekt MM für Neubürger hat es uns als Verwaltung ermöglicht, das Thema ganzheitlich in der Verwaltung anzugehen und eine realistische Umsetzungsperspektive zu schaffen.“

Arne Gogol, stellvertretender Planungsamtsleiter und Verkehrsplaner der Stadt Kamp-Lintfort



2.2 Soest



stadt soest

Soest ist die Kreisstadt des gleichnamigen Kreises im Regierungsbezirk Arnsberg in Südwestfalen. Als eine der größten Städte in der Region hat sie eine seit über 1.000 Jahren dokumentierte Geschichte als Hansestadt, die sich im Stadtbild spiegelt. Die Kernstadt besteht aus der Altstadt innerhalb der ehemaligen Wallanlagen und den ab Mitte des 20. Jahrhunderts eingemeindeten Gebieten außerhalb. Die Altstadt ist überwiegend erhalten geblieben, steht heute größtenteils unter Denkmalschutz und ist ein bedeutendes Ziel für ca. 900.000 Tagestourist*innen pro Jahr.

INFORMATION

Einwohner*innen: 50.147
(Stand: 01.01.2023)

Zuzüge/Jahr: 3.469 Personen
(Mittel 2019–2022)

Lage: Kreisstadt des Kreises Soest,
östlich von Dortmund

Modal Split
(Verkehrsaufkommen, 2019)¹¹:

- Motorisierter Individualverkehr 64 %
- Öffentlicher Personennahverkehr 4 %
- Radverkehr 15 %
- Fußverkehr 17 %

Mitglied im ZNM NRW: seit 2016

¹¹ Siehe Mobilitätsbefragung 2019 Endbericht, Seite 43: <https://www.kreis-soest.de/verkehr-wirtschaft/verkehr/infrastruktur/mobilitaetsbefragung/mobilitaetsbefragung> (abgerufen am 02.10.2024).

Allgemeine Zielsetzungen und Projekte im Bereich Mobilität und Verkehr

Der Verkehrsentwicklungsplan (VEP) „Soest 2023“ wurde zwischen 2014 und 2016 erarbeitet und formulierte im Ergebnis ein Handlungskonzept, bestehend aus insgesamt 272 Einzelmaßnahmen, die sich auf neun Handlungsfelder aufteilen. Die neun Felder sind Kfz- und Wirtschaftsverkehr, Radverkehr, Barrierefreiheit und Fußverkehr, Verkehrssicherheit, ruhender Verkehr, intermodale Schnittstellen, Elektromobilität, Bus und Bahn (ÖPNV) und Mobilitätsmanagement.

Zum September 2022 waren bereits 43 Prozent der Maßnahmen umgesetzt und weitere 25 Prozent in Bearbeitung. Einige der bereits erfolgreich angelaufenen Maßnahmen sind dabei der Bau der ersten Soester Veloroute, der fußgänger- und fahrradfreundliche Umbau von Stadttoren, überdachte Fahrradabstellanlagen am Bahnhof und öffentlichkeitswirksame Aktionen wie das Stadtradeln.

Als Erweiterung zum VEP „Soest 2023“ und zu dem die Mobilität behandelnden Teil des Masterplans Klimapakt wurde 2021 der VEP „Klima+“ beschlossen, der die Handlungsfelder mit nachhaltiger Zielsetzung um 25 Maßnahmensteckbriefe erweitert, die im Mobilitätsbereich einen zusätzlichen Beitrag zur Klimaneutralität der Stadt Soest bis zum Jahr 2030 leisten sollen.

Die folgenden Handlungsfelder und Maßnahmen unterstützen dabei das Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen:

- Das Handlungsfeld **Digitalisierung und Management** umfasst unter anderem Kommunikation und Controlling als unterstützende Maßnahmen.
- Im Bereich **Radverkehr** sollen u. a. weiterführende Maßnahmen im Bereich des infrastrukturellen Ausbaus verfolgt und weitere (auch finanzielle) Anreize geschaffen werden.

- Die Aktivitäten im Feld **Bus und Bahn (ÖPNV)** beinhalten den Ausbau von Technik- und Dienstleistungsmaßnahmen sowie eine Ausweitung des Angebots des Stadtbusses und priorisieren zukunftsorientierte Angebote.
- Im Handlungsfeld **Intermodalität** sollen durch den Ausbau von Sharing-Systemen Schnittstellen im Mobilitätsangebot geschaffen und die Verknüpfung von Verkehrsmitteln im individuellen Mobilitätsverhalten gefördert werden.
- Für das Feld **Kfz-Verkehr und Straßenraumgestaltung** sind technische, regulatorische und gestalterische Ansätze unterstützend geplant.

Das Handlungskonzept ist so aufgebaut, dass die Maßnahmen miteinander in Wechselwirkung stehen. Parallel wurden im Beschluss des Haushaltes zusätzliche Stellen zur Umsetzung im Planungs- und Baubereich geschaffen, u. a. die eines Rad- und Fußverkehrsbeauftragten und die einer Mobilitätsmanagerin.¹²

Im Rahmen des Handlungsfelds Digitalisierung und Management ist auch das Projekt „Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen“ verortet, es wird aber von Projekten aus allen Handlungsfeldern unterstützt. Dazu zählen beispielsweise die Ausweitung von Sharing-Möglichkeiten, der E-Ladesäulen-Ausbau oder ein Stadtbuskonzept.

Der VEP „Klima+“ baut auf einem gemeinschaftlich orientierten Handlungskonzept auf und stellt neben konkreten und verkehrsmittelübergreifenden Maßnahmen besonders die Zusammenarbeit, den Austausch und die gegenseitige Unterstützung der Bürger*innen, Unternehmen, Politik und Verwaltung sowie des Kreises und der Nachbarkommunen in den Mittelpunkt.

Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen in Soest



Ziele

- Alle Neubürger*innen sind zufrieden mit der Begrüßung durch die Soester Stadtverwaltung und fühlen sich willkommen.
- Die unterschiedlichen Personengruppen fühlen sich durch das Neubürgerpaket angesprochen, weil sie darin passende Informationen und Angebote für sich finden. Es ist übersichtlich gestaltet und überwindet etwaige sprachliche sowie kulturelle Kommunikationshürden.
- Das Neubürgerpaket hat eine analoge und digitale Form und ist einfach sowie mehrsprachig gestaltet.
- Das Neubürgerpaket macht Lust auf ein klima- und umweltfreundliches Mobilitätsverhalten in Soest und signalisiert, dass Mobilität in Soest ohne Auto gut möglich ist.
- Neubürger*innen werden zu Botschafter*innen ihres veränderten Mobilitätsverhaltens.
- Das Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen trägt zur Effektivitätssteigerung von Infrastrukturmaßnahmen bei.
- Die effektive Einbindung unterschiedlicher Akteure innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung ermöglicht die Zusammenstellung und Pflege eines attraktiven Neubürgerpakets.

Geplante Maßnahmen



Informationen zu nachhaltiger Mobilität

Die Neubürger*innen der Stadt Soest erhalten Zugang zu gebündelten, aufschlussreichen und übersichtlich gestalteten Informationen zu nachhaltiger Mobilität in der Stadt. Damit sollen sie motiviert und befähigt werden, die entsprechenden Mobilitätsangebote zu nutzen.



Gutscheine und Rabatte

Mithilfe von Gutscheinen und Vergünstigungen sollen Anreize für die Neubürger*innen geschaffen werden, nachhaltige Mobilitätsangebote auszuprobieren und somit die Vielfalt der Mobilitätsmöglichkeiten in Soest kennenzulernen.



Kennenlern-Touren

Die Neubürger*innen sollen Soest in einer Tour auf ansprechende Weise kennenlernen und so auch die guten Möglichkeiten einer entsprechenden Fortbewegung mit Verkehrsmitteln des Umweltverbundes erfahren können.



Evaluation

Für die Maßnahmen sind interne Umsetzungszeiträume mit Meilensteinen definiert, die die erste Evaluationsphase einleiten werden. Die Ergebnisse werden einerseits zur Optimierung der weiteren Schritte analysiert und andererseits für die Förderantragstellung genutzt.



Förderantrag

Es sollen zunächst die ersten Schritte durch Mittel des städtischen Haushaltes gedeckt werden. Kostenintensivere Aspekte werden erst zu einem späteren Zeitpunkt in die Umsetzung gebracht. Die FöRi-MM bietet sich dazu an und es ist geplant, die Erfahrungen aus den ersten Phasen im Antrag aufzugreifen.

Geplantes Vorgehen zur Umsetzung

Die drei Maßnahmen wurden bis Ende des Jahres 2023 in die erste Umsetzungsphase überführt. Dabei wird angestrebt, die notwendigen Ressourcen für die jeweiligen Maßnahmen abzustimmen und gegebenenfalls zusammenzuführen. Das Zukunftsprogramm „Soest 2030: klimaneutrale Smart City“ wird die digital ausgerichteten Lösungen finanziell unterstützen. Die Maßnahmen sollen gemeinsam

mit den Projektverantwortlichen des Programms und dem „stadtLABOR“ in der geplanten Soest-App integriert werden. Das kommunale Projektpapier, das als Handreichung auch für die Stadt Soest individuell erarbeitet wurde, wird parallel dazu kontinuierlich aktualisiert und bietet eine gute Grundlage für den Ausbau der Maßnahmen und zur Unterstützung von Förderanträgen.

Stimmen aus der Kommunalverwaltung

„Wir sehen großes Potential darin, die Neubürger*innen als wichtige Zielgruppe in der Stadt Soest in unsere aktuellen mobilitätsrelevanten Planungen zu integrieren und durch die Verknüpfung einen bedeutenden Mehrwert zu schaffen.“

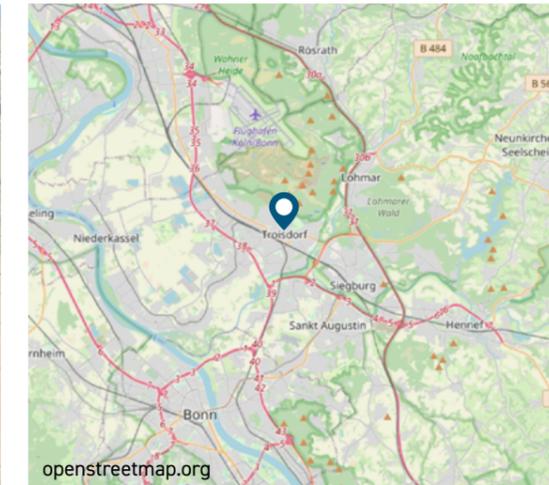
Jasmin Hornstein, Mobilitätsmanagerin der Stadt Soest

„Wir als Stadt Soest sind überzeugt davon, dass die geplanten Maßnahmen die Neubürger*innen der Stadt Soest ansprechen werden, bei ihnen Lust auf ein klima- und umweltfreundliches Mobilitätsverhalten auslösen und zeigen, dass Mobilität auch ohne Auto in Soest gut möglich ist.“

Olaf Steinbicker, Leiter der Abteilung Stadtentwicklung und Bauordnung der Stadt Soest



2.3 Troisdorf



Troisdorf ist die bevölkerungsreichste Stadt im Rhein-Sieg-Kreis. Sie liegt rechtsrheinisch an den Flüssen Agger und Sieg. Sie ist geprägt von einem heterogenen Stadtbild aus historischen und modernen Gebäuden wie der Burg Wissem oder der prominenten Stadthalle, ist zugleich sehr gut angebunden an die Großstädte Köln und Bonn und verzeichnet seit 50 Jahren ein stetiges Bevölkerungswachstum.

INFORMATION

Einwohner*innen: 79.276
(Stand: 01.01.2023)

Zuzüge/Jahr: 4.200 Personen
(Mittel 2019–2022)

Lage: im Rhein-Sieg-Kreis, nördlich von Bonn

Modal Split
(Verkehrsaufkommen, 2023)¹³:

- Motorisierter Individualverkehr 50 %
- Öffentlicher Personennahverkehr 11 %
- Radverkehr 17 %
- Fußverkehr 23 %

Mitglied im ZNM NRW: seit 2016

¹³ Stadt Troisdorf/Planersocietät (2023): Datenbericht zur Mobilitätsbefragung Stadt Troisdorf 2023. MIV als Fahrer*innen und Beifahrer*innen sind hier zusammengefasst. Diese betragen 42 % und 8 %, Summe größer 100 aufgrund von Rundungsdifferenzen.

Allgemeine Zielsetzungen und Projekte im Bereich Mobilität und Verkehr

In Troisdorf sind in den letzten Jahren verschiedene Konzepte und Maßnahmen im Sinne des Kommunalen Mobilitätsmanagements auf den Weg gebracht worden. So hat im Jahr 2022 die Aufstellung eines integrierten Mobilitätskonzepts begonnen, das den VEP aus dem Jahr 2014 ablösen soll. Ziele der Stadt sind es,

- die Anteile des MIV am Modal Split zu reduzieren bzw. die der Verkehrsmittel des Umweltverbundes zu steigern,
- den Lkw-Güterverkehr durch eine entsprechende Verkehrslenkung verträglich abzuwickeln,
- die lokalen Emissionen durch weniger Kfz-Verkehr im Stadtgebiet zu reduzieren und
- die Verkehrssicherheit zu erhöhen.

Folgend kann der öffentliche Raum so umverteilt werden, dass u. a. mehr öffentliche (Grün-)Flächen für Bürger*innen zur Verfügung stehen, wodurch die Aufenthaltsqualität gesteigert werden soll.

Bereits im Vorfeld sowie während der Aufstellung des Mobilitätskonzepts werden weitere Ansätze zur Förderung eines klima- und umweltfreundlichen Mobilitätsverhaltens bzw. zum Umstieg vom Pkw auf den Umweltverbund verfolgt. Neben kleinräumlichen Umplanungen des Verkehrsraums, Brückenneubauten und Lückenschlüssen werden in Troisdorf z. B. sukzessive Mobilstationen errichtet, um die vernetzte Mobilität zu fördern.¹⁴ Nicht zuletzt in diesem Zusammenhang kommt der Troisdorfer Radverkehrsförderung eine bedeutende Rolle zu, denn einige der Mobilstationen sind mit anmietbaren Radabstellboxen für ein sichereres Abstellen der Räder ausgestattet. Um den Umstieg aufs Fahrrad zu fördern, hat die Stadt zudem ein Fahrradstraßenkonzept erarbeitet, das seit Mai 2023 vorliegt und mittlerweile in der Umsetzung ist. Darüber hinaus wird ein Radroutennetz für Troisdorf auf Basis des Mobilitätskonzepts erarbeitet.

Flankiert bzw. unterstützt werden infrastrukturelle und verkehrslenkende Maßnahmen sowie existierende Mobilitätsangebote (ÖPNV, Car-, Bike-, E-Tretroller-Sharing)¹⁵ durch unterschiedliche Ansätze des zielgruppenorientierten Mobilitätsmanagements. So nimmt die Stadt Troisdorf seit Jahren am Programm „JOBWÄRTS“ teil (Betriebliches Mobilitätsmanagement), implementiert derzeit ein Schulisches Mobilitätsmanagement an den zwölf Troisdorfer Grundschulen und realisiert durch die Teilnahme am Projekt „Umziehen und Umsteigen“ zudem ein Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen.

Mithilfe der diesbezüglichen Maßnahmen soll den Neubürger*innen das vorhandene Mobilitätsangebot in Troisdorf vorgestellt und sollen Anreize zu dessen Nutzung gesetzt werden. Generelle Zielsetzung in Troisdorf ist, dass die Maßnahmen des zielgruppenorientierten Mobilitätsmanagements ineinandergreifen, sie stets durch eine durchdachte Öffentlichkeitsarbeit begleitet werden und sich Synergien bei deren Organisation ergeben bzw. festigen.

Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen in Troisdorf



Ziele

- Unterschiedliche Personengruppen fühlen sich durch das Troisdorfer Neubürgerpaket angesprochen, weil sie darin passende Informationen finden, die einen barrierefreien Zugang zu den Mobilitätsangeboten in Troisdorf ermöglichen.
- Das Neubürgerpaket gibt es in analoger und digitaler Form. Es ist übersichtlich sowie nach Möglichkeit mehrsprachig gestaltet. Damit trägt es zur Integration von Neubürger*innen mit internationaler Herkunft bei und vermittelt eine positive Willkommenskultur.
- Das Neubürgerpaket fördert ein klima- und umweltfreundliches Mobilitätsverhalten in Troisdorf und unterstützt somit verwandte Vorhaben, wie bspw. das im Aufbau befindliche Mobilitätskonzept und den Ausbau der bestehenden Sharing-Angebote.
- Durch eine effektive Einbindung unterschiedlicher Akteure inner- und außerhalb der Stadtverwaltung werden Synergien geschaffen, die die Zusammenstellung und Pflege eines attraktiven Neubürgerpakets begünstigen.
- Durch das Neubürgerpaket werden auch die kulturellen Troisdorfer Einrichtungen bekanntgemacht und Anreize gesetzt, sie mit Verkehrsmitteln des Umweltverbundes aufzusuchen.

Geplante Maßnahmen



Informationen zu nachhaltiger Mobilität

Die Neubürger*innen erhalten gebündelt aufschlussreiche und übersichtliche Informationen zu nachhaltiger Mobilität in Troisdorf. So werden sie motiviert und in die Lage versetzt, die dementsprechenden Mobilitätsangebote zu nutzen.



Individuelle Mobilitätsberatung

Die individuelle Beratung beinhaltet eine kurze Vorab-Befragung sowie ein persönliches Gespräch mit dem Ziel, die Nutzung klimafreundlicher Mobilitätsangebote zu steigern.



Gutscheine und Rabatte

Mithilfe der Gutscheine sollen Anreize für die Neubürger*innen geschaffen werden, nachhaltige Mobilitätsangebote auszuprobieren und somit die Vielfalt der Mobilitätsmöglichkeiten in Troisdorf kennenzulernen.



Kennenlern-Touren

Die Neubürger*innen können ihre neue Heimat geführt mit dem Fahrrad sowie zu Fuß auf ansprechende Weise und auch digital geführt kennenlernen. Die Fortbewegung in Verkehrsmitteln des Umweltverbundes in Troisdorf kann so auch erfahren werden.

Evaluation



Es ist geplant, die einzelnen Maßnahmen am Anfang eines Jahres mit Blick auf ihre Wirksamkeit im Vorjahr zu evaluieren und dabei auch die Effektivität der Prozessgestaltung in den Blick zu nehmen. Dabei sollen u. a. Teilnahmequoten und Nutzungsintensitäten erhoben werden, aber es soll auch über kurze Befragungen der Nutzenden ein Feedback zu einzelnen Bestandteilen des Neubürgerpakets eingeholt werden.



Förderantrag

Die Stadt Troisdorf hat im Juni 2023 für die Jahre 2024 und 2025 bei der Bezirksregierung einen FöRi-MM-Antrag eingereicht. Zuwendungen wurden für Projektausgaben in Bezug auf das Mobilitätsmanagement selbst sowie für die projektbegleitende Öffentlichkeitsarbeit und die Evaluation beantragt.

Geplantes Vorgehen zur Umsetzung

Die Stadt Troisdorf hat Ende Juni 2023 einen Antrag auf Zuwendungen aus den FöRi-MM für die Jahre 2024 und 2025 gestellt, um die Maßnahmen des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen Anfang 2024 auf den Weg bringen zu können. Der Antrag wurde Mitte September von der Bezirksregierung bewilligt. Im Herbst 2023 starten nun erste Vorbereitungen wie die Zusammenstellung relevanter

Informationen oder Konkretisierungen in Bezug auf die Gutscheine und Rabatte unter enger Einbindung der relevanten Troisdorfer Partner. Das Troisdorfer Projektpapier, das als Handreichung für alle Städte individuell erarbeitet wurde, enthält einen Projektzeitplan, an dem sich die Troisdorfer Verantwortlichen bei der Maßnahmenumsetzung orientieren.

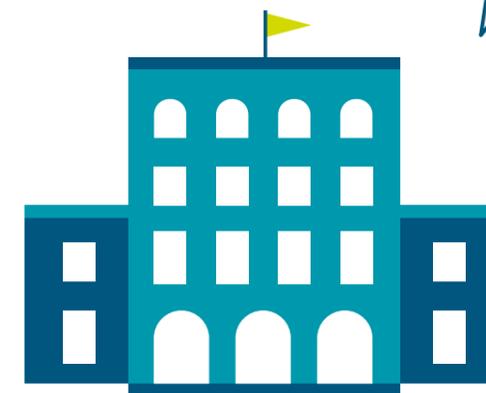


Stimmen aus der Kommunalverwaltung

„Das Projekt ermöglicht es unserer Stadt, gezielt auf die Neubürger*innen zuzugehen und ihnen beratend zur Seite zu stehen sowie ihr Mobilitätsverhalten in der neuen Stadt im Sinne der Nachhaltigkeit zu beeinflussen.“

„Wir als Stadt Troisdorf sind überzeugt davon, dass das Projekt einen positiven Einfluss auf den Modal Split hat und die Neubürger*innen in ihrem Mobilitätsverhalten nachhaltig beeinflusst.“

Alexander Biber, Bürgermeister der Stadt Troisdorf



3 DIE MASSNAHMEN ZUSAMMENGEFASST

Die während des geschilderten Prozesses erarbeiteten Maßnahmen haben große inhaltliche Schnittmengen, d. h., es bestehen in der Ausgestaltung (z. B. Bestandteile der Informationen zu nachhaltiger Mobilität) und Vorgehensweise (z. B. Zusammentragung der Informationen) nur geringfügige Unterschiede.

Vor diesem Hintergrund werden die Maßnahmen hier in allgemeingültiger Weise und insbesondere mit Blick auf deren, in den Kommunen jeweils ähnlich wahrgenommenen, Chancen und Herausforderungen sowie hinsichtlich der einzubindenden Partner/Akteure beschrieben.

3.1 Informationen zu nachhaltiger Mobilität

Kurzbeschreibung

Vielfach stellen sich Neubürger*innen die Frage, was es in der Stadt, in die sie neu gezogen sind, zu entdecken gibt und wie sie sich in der Stadt fortbewegen können. Daher sind Informationen, die das Ankommen erleichtern, unerlässlich. Angesichts dessen werden mit dieser Maßnahme sämtliche Informationen zu nachhaltiger Mobilität in den betreffenden Modellkommunen (und ggf. deren unmittelbarer Umgebung) zunächst zusammengetragen, hochwertig aufgearbeitet und dann sowohl digital als auch analog ausgegeben.

- Die **digitale Version**, auf der aus Perspektive der Modellkommunen der Fokus liegt, wird über die jeweiligen Online-Medien (insbesondere Homepage, tlw. auch mittels App) thematisch geclustert (z. B. nach Mobilitätsformen) und grafisch ansprechend ausgespielt und somit nicht nur Neubürger*innen zugänglich gemacht, sondern einem darüber hinausreichenden Kreis an nachhaltiger Mobilität interessierter Menschen.

- Die **analoge Ausgabe** erfolgt dabei in Form ansprechend gestalteter Informationsmappen, deren Inhalt wiederum aus hochwertigen Printprodukten mit Bezug auf die Mobilitäts- und Freizeitangebote der jeweiligen Stadt besteht. Alle Neubürger*innen erhalten sie bei der Anmeldung ihres Wohnstandes.

Bezugspunkt der über die o. g. Kanäle ausgegebenen Informationen sind damit in erster Linie die nachhaltigen Mobilitätsformen ÖPNV, Rad- und Fußverkehr sowie etwaige Sharing-Angebote (Car-, Bike- und E-Tretroller-Sharing) und On-Demand-Verkehre. Angereichert werden die mobilitätsbezogenen Informationen um solche zu nachhaltig mobil zu erkundenden Freizeitangeboten in den betreffenden Modellkommunen.

Ziel ist es, die Neubürger*innen mittels der gegebenen Informationen in die Lage zu versetzen, aus den vorgestellten Alternativen zu wählen, und sie darüber hinaus zu motivieren, die Stadt und deren Umgebung nachhaltig mobil zu erkunden.

Chancen und Herausforderungen

Das Projekt „Umziehen und Umsteigen“ hat elementar dazu beigetragen, als Kommune zunächst einmal festzustellen, dass Informationsmappen teilweise seit längerer Zeit schon nicht mehr ausgegeben wurden (die Corona-Pandemie

bildete hier vielfach eine Zäsur) oder – falls doch – einen mitunter veralteten, nicht mehr zeitgemäßen Entwicklungsstand aufwies. Insofern stellt das Projekt eine große Chance dar, das Thema „Informationen“ neu auszurollen, diese zusammenzutragen und aufzubereiten. Vor diesem Hintergrund können zum einen die jüngeren Entwicklungen im Mobilitätsbereich (zuvorderst Stärkung des ÖPNV, Weiterentwicklung von On-Demand- und Sharing-Angeboten, Boom im E-Bike- bzw. Pedelec-Bereich) adäquat abgebildet und deren Vorteile herausgestellt werden. Zum anderen besteht die Chance, die Instrumente der Digitalisierung zu nutzen, um mit dem Ziel der Reichweitensteigerung die Informationen auf den digitalen Kanälen der jeweiligen Stadt prominent zu platzieren. Somit können schließlich noch mehr Menschen erreicht werden – auch mit Blick auf die vielfach jungen und somit ggf. digital affineren Menschen, die nach Kamp-Lintfort, Soest und Troisdorf ziehen.

Herausforderungen bestehen in der Informationsbeschaffung. Aufgrund der heterogenen Akteursstruktur im Mobilitätsbereich gilt es, die Grundlagen der Informationen fristgerecht und in der nötigen Detailtiefe bei den entsprechenden Akteuren abzufragen, damit diese wiederum von Kommunen adäquat aufbereitet, geclustert und schließlich – digital wie analog – ausgespielt werden können. Dies bündelt bei den Stadtverwaltungen Ressourcen und erfordert darüber hinaus Kompetenzen u. a. in Layout-Fragen, weshalb die Unterstützung externer Dienstleister ein wichtiger Aspekt ist, der im Rahmen der bilateralen Beratung mit den Kommunen diskutiert wurde. Mit Blick auf die Printprodukte stellt sich ferner die Frage der Aktualität angesichts der sich rasch weiterentwickelnden Mobilitätsangebote sowie der Größe der Auflage.

Kommunen sollten sich die Frage stellen, ob sie die Informationen ggf. in verschiedenen Sprachen herausgeben wollen. Hierzu müssen Kenntnisse über die Nationalität der zuziehenden Menschen bestehen, auf Basis derer eine Abschätzung erfolgen kann, ob die Ausgabe in deutscher und englischer oder in ggf. weiteren Sprachen sinnvoll und zielführend ist. Um der Herausforderung der Barrierefreiheit in Bezug auf die verschiedenen Beeinträchtigungsformen gebührend zu begegnen, ist zu prüfen, inwieweit die digital bereitgestellten Informationen im so genannten Zwei-Sinne-

Prinzip¹⁶ ausgespielt werden können sowie in Bezug auf bspw. kognitive Beeinträchtigungen auch in möglichst einfacher Sprache.

Ebenso herausfordernd ist die Erfolgsmessung (Evaluation) der Informationen, deren Intention es ist, Anreize zur Nutzung nachhaltiger Mobilitätsangebote zu setzen. Im Allgemeinen können Nachfragedaten (ÖPNV, Sharing- und On-Demand-Angebote) Aufschluss über eine ggf. gestiegene Nutzung geben. Die Herstellung kausaler Zusammenhänge zu den gegebenen Informationen als Ursache für die gestiegene Nachfrage ist dabei ungleich schwieriger. In Bezug auf die digitale Informationsbereitstellung (Homepage, ggf. App) ist die Anzahl der Aufrufe hilfreich. Möglicherweise informativer kann in diesem Zusammenhang die Abfrage von zeitlich nachgelagertem Feedback sein, hier insbesondere bei den Adressaten der Informationsmappen mit der Frage, inwieweit Informationen hilfreich und ggf. Grund für die Nutzung der informationsgegenständlichen nachhaltigen Mobilitätsangebote waren bzw. sind.

Mögliche Partner

Die Hinzunahme eines externen Dienstleisters ist insbesondere mit Blick auf die Gestaltung von Printprodukten ratsam. Soweit inhouse nicht ohne Weiteres abbildbar, gilt dies auch für die Bereitstellung und das Layout der Informationen in den digitalen Kanälen.

In Bezug auf die vorgelagerte Beschaffung von Informationen sind all jene Mobilitätsdienstleister (z. B. kommunale oder vor Ort operierende Verkehrsunternehmen, Sharing-Anbieter) eng einzubinden, deren Angebote beworben werden sollen. Dies gilt gleichermaßen für Anbieter etwaiger Freizeitoptionen (z. B. Freizeitparks, Sportvereine, kulturelle Einrichtungen), sofern sie Einzug in die Informationsbereitstellung finden sollen.

Ein wichtiger Aspekt ist hierbei nicht nur die enge, sondern auch die stetige Einbindung, um Informationen im Detail aktuell zu halten, vor allem mit Blick auf die digitalen Kanäle bspw. mittels Bildung von Schnittstellen zur unmittelbaren externen Einspeisung von Informationen in die betreffenden Informationsplattformen.

¹⁶ „Das Zwei-Sinne-Prinzip ist ein wichtiges Prinzip der barrierefreien Gestaltung von Gebäuden, Einrichtungen und Informationssystemen. Nach diesem Prinzip müssen mindestens zwei der drei Sinne ‚Hören, Sehen und Tasten‘ angesprochen werden“ (DGUV). Siehe für weitere Informationen: <https://www.dguv.de/barrierefrei/grundlagen/anwendung/ergonomie/zwei-sinne/index.jsp> (abgerufen am 20.09.2023).

Tipps zur erfolgreichen Umsetzung

- **Akteure**, über deren Angebote informiert werden soll, werden **regelmäßig** zur Aktualität der vorliegenden Informationen befragt und ggf. um ihre **Aktualisierung** gebeten.
- Dieselben Akteure werden möglichst **eng** in den Prozess **eingebunden**, z. B. über **Schnittstellen**, die ein **autonomes** Einpflegen in digitale Informationskanäle der Stadt (Homepage) ermöglichen.
- **Auflagen** im Printbereich werden so dimensioniert, dass sie eine **kurz- bis mittelfristige Aktualisierung** zulassen (unter Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit eher weniger als mehr).
- **Externe Dienstleister** mit Fokus **Gestaltung/Layout** helfen, Informationen – v. a. im Printbereich – **ansprechend** aufzubereiten.
- Soweit eine Einholung möglich ist, hilft **Feedback von Bürger*innen**, Informationsmaterial zu verbessern und dessen Wirkung abzuschätzen.
- Die **Maßnahmenbündel** werden integriert betrachtet, d. h., in den Informationen wird die **Aktualität** der übrigen Maßnahmen des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen fortlaufend geprüft und bei Bedarf überarbeitet.
- Informationen werden (soweit erforderlich) **mehrsprachig** ausgegeben. Die **einfache Sprache** wird nicht zuletzt im Sinne der **Barrierefreiheit** berücksichtigt.

3.2 Mobilitätsberatung

Kurzbeschreibung

Projekte wie „SmartMove“ oder „München unterwegs“ haben gezeigt, dass eine aktive Mobilitätsberatung dazu beitragen kann, gesetzte Ziele hinsichtlich der Nutzung klimafreundlicher Verkehrsmittel zu erreichen.¹⁷

In den drei Modellkommunen Troisdorf, Soest und Kamp-Lintfort ist eine individuelle Mobilitätsberatung für neu Hinzugezogene diskutiert worden, die aus zwei Elementen besteht: einer vorgeschalteten kurzen Befragung zum Mobilitätsverhalten und zu Mobilitätswünschen sowie der eigentlichen Beratung selbst.

Die Intention der Vorab-Befragung ist es auf der einen Seite, Neubürger*innen dazu zu veranlassen, ihr Mobilitätsverhalten kurz in den Blick zu nehmen und ihnen darüber den Weg

zur individuellen Mobilitätsberatung zu ebnen, und auf der anderen Seite, dem Berater oder der Beraterin einen ersten Eindruck von der zu beratenden Person zu vermitteln. Ein Ziel der Mobilitätsberatung selbst ist es, gemeinsam mit den Teilnehmer*innen die Möglichkeit der Nutzung nachhaltiger Mobilitätsangebote zu beleuchten, darauf hinzuwirken, diese Angebote tatsächlich zu nutzen, sowie auf Freizeitangebote in der Stadt und deren Umgebung samt deren Erreichbarkeit aufmerksam zu machen.

Die Beantwortung der Fragen zum Mobilitätsverhalten und zu etwaigen Mobilitätswünschen im Rahmen der Vorab-Befragung sollte nicht mehr als zehn Minuten in Anspruch nehmen und eine entsprechend konzentrierte Anzahl an Fragen enthalten. Diese können sich auf häufige Wegstrecken und dafür gewählte Verkehrsmittel, Kenntnisse von Mobilitäts- und Freizeitangeboten beziehen und zugleich soziodemografische Merkmale, das Interesse an der möglichen Mobilitätsberatung sowie ggf. den gewünschten Weg der diesbezüglichen Kontaktaufnahme abfragen. Die Befragung selbst kann sowohl online als auch analog mit

Stift auf Papier erfolgen, wobei die Online-Variante sicherlich vergleichsweise einfach zu gestalten ist. Der Zugang zu einer Online-Befragung kann z. B. in Form eines QR-Codes ermöglicht werden, der wiederum in einem Willkommensbrief an die Neubürger*innen enthalten sein oder auch bei Anmeldung im Bürgerbüro verteilt werden kann. Hinsichtlich des Befragungstools kommen theoretisch sowohl welche ohne als auch welche mit Nutzungsgebühr in Frage, wobei in jedem Fall vorab auf Datenschutzkonformität geprüft werden muss. Eine weitere Möglichkeit ist auch das **Beteiligungportal NRW**.¹⁸

Das persönliche Beratungsgespräch soll dann auf Basis eines vorab entwickelten Gesprächsleitfadens erfolgen, flankiert durch die Antworten auf die Vorab-Befragung, sodass es einen individuellen Charakter bekommt. In dem Gespräch selbst kommt es darauf an, Regeln einer guten Gesprächsführung zu beachten, d. h. aktiv zuzuhören, offene Fragen zu stellen, eine ehrliche, interessierte und wertschätzende Haltung einzunehmen und gemeinsam mit dem Gegenüber Möglichkeiten für die Gestaltung eines klima- und umweltfreundlichen Mobilitätsverhaltens zu finden. Festgelegt werden muss direkt zu Beginn, ob die Mobilitätsberatung von Mitarbeitenden der Stadtverwaltung durchgeführt werden oder ob diese als Dienstleistung extern vergeben werden soll, z. B. an das örtliche Verkehrsunternehmen, eine wissenschaftliche Einrichtung, ein beauftragtes Verkehrsplanungs- bzw. Mobilitätsberatungsbüro oder ggf. ehrenamtlich tätige und entsprechend geschulte Mobilitätsberater*innen.

Hinsichtlich des Formats besteht einerseits die Möglichkeit, das Gespräch in Präsenz, d. h. beispielsweise in den Räumlichkeiten der Stadtverwaltung oder eines beteiligten Partners (siehe unten), oder andererseits fernmündlich per Telefonat oder Videokonferenz stattfinden zu lassen. Bezüglich der Dauer besteht ein gewisser Gestaltungsspielraum, mit bis zu 60 Minuten liegt diese in einem für alle Beteiligten verträglichen Rahmen.

Chancen und Herausforderungen

Wenn Menschen die Hinweise zu Nutzungsmöglichkeiten des ÖPNV, des Fahrrads sowie der Fortbewegung zu Fuß oder einer Kombination unterschiedlicher Verkehrsmittel als wertvoll empfinden, fördert das den Umweltverbund. Hat sich die Mobilitätsberatung für die Neubürger*innen

etabliert, ist denkbar, sie auch auf andere Zielgruppen auszuweiten oder für alle Bürger*innen anzubieten und so ihre positiven Effekte zu verbreitern.

Eine entsprechend erforderliche Qualität der Beratung ist abhängig von der Qualifikation und Motivation der Berater*innen. Eine Herausforderung liegt demnach darin, die angedachten Berater*innen im Sinne der städtischen Zielsetzung(en) inhaltlich und methodisch zu qualifizieren sowie über die aktuellen Mobilitätsangebote (inkl. Tarife, Buchungs- und Bezahlmöglichkeiten) und etwaige Änderungen informiert zu halten. Bei externer Leistungsvergabe müssen vorab Fragen in Bezug auf die passende Vertragsart (z. B. Dienstleistungsauftrag oder Rahmenvereinbarung) geklärt werden und entsprechende Vergabeverfahren vorbereitet werden, d. h., die Verwaltung muss von vornherein entsprechende Ressourcen einkalkulieren.

Die Wahl des passenden Formats (telefonisch/online, in Präsenz, veranschlagte Dauer) kann von Stadt zu Stadt unterschiedlich sein. Verschiedene Faktoren wie die Größe der Stadt, die Zahl und Zusammensetzung der neu Zuziehenden bzw. die erwartete Nachfrage nach Gesprächen pro Zeitraum, die verfügbaren Räumlichkeiten oder vorhandene technische Gegebenheiten wie auch regionale Gepflogenheiten sind hier in die Entscheidung mit einzubeziehen, letztendlich wird jedoch die Erfahrung durch die Umsetzung zeigen, was in einer Stadt oder Gemeinde gut funktioniert oder auch nicht. Je nach gewähltem Format ist es wichtig, datenschutzrechtliche Fragen zu klären und schon mit Blick auf die Vorab-Befragung ein entsprechendes effektives und effizientes Teilnehmernmanagement zu etablieren.

Eine weitere Herausforderung kann darin bestehen, die Neubürger*innen zur Teilnahme an der Mobilitätsberatung zu motivieren. Ein persönliches Anschreiben des oder der Bürgermeister*in mit Informationen zu den Maßnahmen des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen inkl. des Links zur kurzen Vorab-Befragung kann diesbezüglich ein wichtiges Element sein. Darüber hinaus können Anreize zur Gesprächsteilnahme z. B. durch die exklusive Bereitstellung von Vorteilsangeboten wie Gutscheinen gesetzt werden (siehe Kap. 3.4).

¹⁷ Siehe online unter <https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/aktive-mobilitaetsberatung-smartmove> bzw. <https://www.mvg.de/ueber-die-mvg/unser-engagement/neubuergerprojekt.html>, um diesbezüglich nähere Informationen zu finden (abgerufen am 19.09.2023).

¹⁸ Siehe <https://beteiligung.nrw.de/portal/hauptportal/startseite> für weitere Informationen (zuletzt abgerufen am 20.09.2023).

Mögliche Partner

Analog zu den Informationen zu nachhaltiger Mobilität (siehe Kap. 3.1) ist auch für die Mobilitätsberatung essenziell, dass die relevanten Partner wie das örtliche Verkehrsunternehmen, Sharing-Anbieter, evtl. der zuständige Verkehrsverbund sowie beteiligte Ämter der Stadtverwaltung (z. B. Verkehrsplanung, Kulturbüro) und Tourismusförderung miteinander kooperieren.

In Troisdorf soll das Angebot durch einen externen Dienstleister erbracht werden, mit dem die Stadtverwaltung in engem Kontakt steht, um stets ein aktuelles Bild der Maßnahme zu erhalten und sich eventuell gemeinsam mit dem Dienstleister auf sinnvolle inhaltliche oder organisatorische Anpassungen verständigen zu können. Für die Finanzierung der Mobilitätsberatung ist entsprechend der FöRi-MM ein Antrag gestellt worden.

In Kamp-Lintfort ist angedacht, die Mobilitätsberatung durch ehrenamtliche Berater*innen durchführen zu lassen. Über die konkrete Ausgestaltung wird bald verwaltungsintern mit Unterstützung der Koordinierungsstelle Rhein-Ruhr des ZNM beraten.

Tipps zur erfolgreichen Umsetzung

- Die **direkte und motivierende Ansprache der Neubürger*innen** fördert die Nachfrage nach der individuellen Mobilitätsberatung, ebenso die **daran geknüpfte Bereitstellung von Vorteilsangeboten/ Gutscheinen** sowie ein **effizient gestaltetes, datenschutzkonformes Teilnahmemanagement**.
- Eine **qualitativ und methodisch hochwertige Schulung (sofern erforderlich) der Berater*innen** sowie ihre **frühzeitige Einbindung in die Feinkonzeption der Maßnahme** steigert deren Erfolg.
- Ein **regelmäßiger Austausch zwischen dem Beraterteam, verantwortlichen Akteuren der Stadtverwaltung** sowie ggf. weiteren Partnern erfolgt zur **Förderung eines aktuellen Wissensstands in Bezug zur Maßnahme** und ermöglicht ggf. kleine sinnvolle **Modifizierungen**.
- Das **Mitdenken einer Evaluation von Anfang an** ermöglicht es, die **Wirkung der Beratung zu messen** und ggf. im Prozess **zielorientiert nachsteuern** zu können. Im Sinne der **Wirkungsevaluation** müssen **Kennzahlen festgelegt** werden.
- Zur **Nutzung von Synergien** ist es sinnvoll, die **unterschiedlichen Maßnahmen des Neubürgerpakets** regelmäßig mit den beteiligten Partnern **zusammenhängend zu beleuchten**.



3.3 Touren für Neubürger*innen

Kurzbeschreibung

Die Neubürger*innen der drei Modellkommunen haben gemeinsam, dass sie die Wegstrecken und Distanzen zu ihren regulären Anlaufpunkten neu planen und navigieren müssen. Für einige Umziehende ist das Stadtbild noch komplett unbekannt und Unerfahrenheit mit den örtlichen Mobilitätsangeboten und lokalen Besonderheiten erschweren die Orientierung zusätzlich.

Die Möglichkeit, an einer Kennenlern-Tour teilzunehmen, die sich speziell an den Bedürfnissen der Neubürger*innen ausrichtet, schlägt somit eine Brücke zwischen der reinen Informationsvermittlung und einer erlebbaren Willkommenskultur. Wichtige Informationen über die Stadt, ihre Mobilitätsangebote und die wichtigsten Wegstrecken werden den Teilnehmenden als greifbare Erfahrung nähergebracht und vermitteln einen guten Überblick über den neuen Wohnort.

Es bieten sich Touren mit folgenden Schwerpunkten an:

- Eine **persönlich geführte Stadttour** durch die Innenstadt, die zu **Fuß** stattfindet und neben historisch und touristisch **interessanten Punkten** wichtige **Anlaufstellen im Stadtbild** abdeckt (beispielsweise Bibliotheken, Museen, Kulturstätten, Rathaus und Ämter, VHS).
- Eine **persönlich geführte, multimodale Stadttour** durch die Innenstadt, die zu **Fuß** und inklusive **Nutzung anderer Verkehrsangebote** wie des ÖPNV stattfindet und wichtige Anlaufpunkte zur Gestaltung der eigenen Wege abdeckt. **Mobilstationen, Verkehrsknotenpunkte** des ÖPNV und **Sharing-Möglichkeiten** können vorgestellt und stellenweise optional auch ausprobiert werden (beispielsweise durch eine kurze Busstreckennutzung oder den Umstieg auf einen E-Tretroller).
- Eine **persönlich geführte Fahrradtour**, die etwas weiter entfernte **Anlaufstellen, Ortsteile und Ausflugsziele** miteinander verknüpft. Die Tour ermöglicht, das **Radwegenetz** für Alltag und Freizeit kennenzulernen.

- Eine **digitale Tour**, die jederzeit über ein Smartphone abrufbar ist. Als Plattform kann die stadteigene App oder die eines externen Anbieters in Betracht gezogen werden. Digitale Touren sind für die Nutzer*innen komplett flexibel und können auf deren **individuelle Bedürfnisse** zugeschnitten werden. Auch **mehrsprachige und barrierefreie Angebote** können einfacher eingebunden werden, die Kosten reduzieren sich mit längerer Laufzeit. Solche Touren bieten jedoch nicht die Möglichkeit, andere Neubürger*innen persönlich kennenzulernen sowie Fragen zu stellen, und lassen die Willkommenskultur der Kommunen somit weniger in den Vordergrund treten.

Vor der Detailplanung werden individuelle Schwerpunkte für die Touren gesetzt und auf Grundlage der aktuellen Verkehrsplanung, des bereits umgesetzten Mobilitätsangebots und der lokalen Gegebenheiten die wichtigsten Wegpunkte festgelegt. Die Routenplanung selbst erfolgt dann in enger Zusammenarbeit mit den geeigneten Partnern oder Dienstleistern und entlastet dadurch die Verantwortlichen innerhalb der Verwaltung.

Chancen und Herausforderungen

Die Chancen der Maßnahme sind vielfältig: Besonders im analogen Format bringen die Touren interessierte Bürger*innen zusammen, die sich in einer ähnlichen Umbruchsituation befinden. Zudem können die Neubürger*innen nachhaltige Mobilitätsoptionen in ihrer neuen Stadt kennenlernen, die sie dann bestenfalls auch im Rahmen ihrer Alltagsmobilität nutzen. Gleichzeitig kann qualitatives Feedback nicht nur zur Tour selbst, sondern auch zu den Mobilitätsangeboten (Fahrrad- oder Fußwege) gesammelt werden.

Eine weitere Möglichkeit, Zugänge zu nachhaltiger Mobilität zu eröffnen, bietet die Integration verschiedener Mobilitätsangebote in eine Tour, wie eine Kombination von Stadtrundgang mit einer Fahrt im ÖPNV oder der Nutzung eines Sharing-Angebots. Indem der Umgang mit diesbezüglichen Buchungssystemen nicht im Alleingang von den Neubürger*innen bewältigt werden muss, sondern in der Gruppe gemeinsam getestet wird, können mögliche Unklarheiten direkt ausgeräumt werden, weshalb die Hürde zur erneuten Nutzung sinkt.

Wenn die Maßnahmen Informationen zu nachhaltiger Mobilität (siehe Kap. 3.1) sowie Gutscheine und Rabatte (siehe Kap. 3.4) ebenfalls als Bestandteil des Maßnahmenbündels im Rahmen des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen umgesetzt werden, kann der Prozessschritt der Kommunikation und Vermarktung in die beiden Ansätze integriert werden. Es ist aber sinnvoll, nicht nur eigene Kommunikationskanäle zu berücksichtigen, sondern – ebenfalls in Zusammenarbeit mit Partnern – zusätzliche Möglichkeiten zu betrachten, z. B. digitale Veranstaltungskalender, die lokale Presse, etwaige Aushänge und Newsletter von Partnerinstitutionen, Social Media usw.

Die sinnvolle Zahl der Teilnehmenden an den persönlich geführten Touren ist in der Regel auf 15–20 Personen beschränkt, darüber hinaus können Touren nicht beliebig oft angeboten werden und finden für gewöhnlich nur in eingeschränkten Zeiträumen (März–Okt., außerhalb der Ferien) statt. Etwaige Erfahrungen zur Nachfrage nach geführten Stadttouren durch die Tourismusförderung können ein erster Ansatz für eine nachfrageorientierte Angebotsplanung hinsichtlich Häufigkeit, Dauer und auch Art der Tour für die Neubürger*innen sein. Eine Alternative zu persönlich geführten Touren kann ein digitales Tour-Angebot sein. Hierbei ist keine Terminierung notwendig und die Teilnehmendenzahl ist nicht beschränkt, allerdings kommt kein persönlicher Kontakt mit den Neubürger*innen zustande. Neben den aktuell geplanten Kennenlern-Touren bietet sich eine zusätzliche Kooperation mit Partnern an, die auf besondere Personengruppen abgestimmte Touren durchführen. So können beispielsweise Rundgänge von Studierendenwerken mit Mobilitätsinformationen angereichert oder Informationen zu nachhaltiger Mobilität in der Stadt in Deutschkursen vermittelt werden.

Ein besonderes Augenmerk ist auf die möglichen Fallstricke im Teilnahmemanagement zu legen, denn dieses muss mit einer entsprechenden Vorlaufzeit geplant werden. Sofern ein neues Buchungssystem, beispielsweise als Teil einer App, genutzt wird, müssen die entsprechenden Verantwortlichkeiten zeitnah festgelegt, die betreffenden Personen geschult und das System extensiv getestet werden, um technische Fehler auszuschließen. Auch Expertise aus dem Datenschutzbereich sollte unterstützend hinzugezogen werden. Es bietet sich alternativ an, die digitale Abwicklung des Teilnahmemanagements in ein Buchungssystem eines Partners oder einer Partnerin (Stadtmarketing, VHS, kom-

merzieller Anbieter usw.) zu integrieren. Diese haben idealerweise bereits die datenschutzrechtlichen Fragestellungen geklärt und besitzen Erfahrung in der Implementierung.

In Soest sind sowohl Fahrradtouren als auch ein Spaziergang inklusive der Nutzung des ÖPNV geplant. Der Fokus liegt darauf, die Vorzüge des nachhaltigen, örtlichen Verkehrsangebots darzustellen. Die Touren werden mit einem gemeinsamen Ausklang in der Runde der Teilnehmenden beschlossen – beispielsweise in einer Eisdielen oder einem Lokal, wo Möglichkeiten des näheren Kennenlernens zwischen den Teilnehmenden bestehen.

Die Stadt Troisdorf wird touristische Ziele und Wege zur nachhaltigen Mobilitätsgestaltung bei einem Spaziergang und einer Radtour anbieten. Zur Diversifizierung der Zielgruppen ist außerdem geplant, eine digitale Tour zu konzipieren, die mehr Personen erreichen kann und kontinuierlich optimiert wird.

In Kamp-Lintfort werden die Innenstadt, die bedeutenden Naherholungsziele sowie die touristischen und kulturellen Attraktionen der ehemaligen Zechenstadt erkundet. Dies wird im Rahmen von Radtouren oder Spaziergängen – jeweils zweimal pro Jahr – umgesetzt. Dabei wird akzentuiert auf die Bedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen, insbesondere mit Blick auf Alter bzw. Lebensphase, eingegangen.

Mögliche Partner

Die Einbindung lokaler Akteure spielt für eine erfolgreiche Umsetzung der Touren eine maßgebliche Rolle. Bereits etablierte Tourenanbieter vor Ort sollten frühzeitig kontaktiert werden, um ineffiziente Doppelstrukturen oder konkurrierende Angebote zu vermeiden. Sowohl in der Konzeption als auch in der Umsetzungsphase ist das bestehende Wissen und das Know-how etwaiger Partner für die Maßnahme unersetzlich.

Folgende Partner sind für die Zusammenarbeit besonders gefragt:

- Lokale **Vereine und Gruppen** können nicht nur mit ihren Erfahrungen in der Umsetzung von Routen und Touren unterstützen, sondern die Gelegenheit nutzen, sich den Neubürger*innen vorzustellen. Dazu zählen Wandervereine, Regionalvereine, Radfahrclubs wie bspw. der ADFC, Hobbygruppen und Sportvereine.
- Die lokalen **Stadtmarketing- und Tourismusagenturen** bieten oftmals bereits eigene Touren für Tourist*innen an und können neben Kenntnissen als Anbieter auch oftmals bei der Umsetzung der Buchungsvorgänge unterstützen.
- **Kulturvereine und Integrationszentren** können bei solchen Touren eingebunden werden, die spezifischere Zielgruppen ansprechen, beispielsweise Personen mit Migrationshintergrund oder Asylsuchende. Hier spielt neben dem Feedback zu besonderen Anforderungen an die Touren auch die mögliche Umsetzung in anderen Sprachen eine Rolle.
- Weitere **zielgruppenspezifische Partner** sind möglicherweise Seniorenresidenzen, Studierendenwerke, Ausbildungsstätten, Ortsteilgruppen und Heimatvereine sowie lokal ansässige Verbände, die sich für die Belange von Menschen mit Behinderung einsetzen.

Je nach Tour kann es notwendig sein, professionalisierte Dienstleister für die Durchführung, die Buchungsabwicklung und die Evaluation zu beauftragen. Hinsichtlich der Kommunikation sind z. B. die **Stadtbibliothek** oder die ortsansässige **Volkshochschule** in Betracht zu ziehen. Diese können auch weiterführende Informationen bereitstellen, beispielsweise in Gestalt lokalen Kartenmaterials oder mittels Informationen zur Stadtgeschichte. Lokale **Verkehrsunternehmen und Sharing-Anbieter** können mit kostenlosen oder vergünstigten Angeboten die multimodalen Touren unterstützen.

Tipps zur erfolgreichen Umsetzung

- **Partner werden so früh wie möglich eingebunden, um Erfahrungen und bereits bestehende Strukturen synergetisch nutzen zu können.**
- **Die Vermarktung der Touren erfolgt bei Umsetzung weiterer Maßnahmen, insbesondere bei Informationen zu nachhaltiger Mobilität (siehe Kap. 3.1) sowie beim Einsatz der Gutscheine und Rabatte (siehe Kap. 3.4).**
- **Es werden Testläufe eingeplant, die nicht nur für Neubürger*innen interessant sind, sondern auch für Menschen, die schon länger in der Stadt leben oder in der Verwaltung arbeiten.**
- **Die Touren werden saisonal ausgerichtet. Um Terminkonkurrenzen zu vermeiden, wird der Veranstaltungskalender in die Planungen miteinbezogen.**
- **Das Feedback wird von Anfang an strukturiert erfasst, um die Bedarfe der Neubürger*innen genau erkennen und die Tourstrecken ggf. anpassen zu können. Es wird beispielsweise mittels eines digitalen Umfragetools eingeholt.**
- **Das Angebot sollte bestenfalls kostenfrei sein und niederschwellig wahrgenommen werden können. Mögliche Kosten können durch Partnerschaften und Unterstützung aus Förderungen gedeckt werden.**



3.4 Gutscheine und Rabatte

Kurzbeschreibung

Coupons, Gutscheine und Rabatte sind etablierte Instrumente, um Kaufentscheidungen zu modellieren und die Kundenbindung zu erhöhen. Auch im Mobilitätsmanagement können Vergünstigungen und kostenfreie Testmöglichkeiten dafür genutzt werden, auf die Entscheidung der Bürger*innen im Sinne der Nutzung nachhaltiger Mobilitätslösungen einzuwirken.

Um den individuell sehr unterschiedlichen Bedürfnissen der Neubürger*innen gerecht zu werden, ist es notwendig, möglichst viele unterschiedliche Angebote abzubilden. Die Nutzer*innen werden auf die Möglichkeiten aufmerksam gemacht und können die für sie interessanten Verkehrsmittel oder etwaige Mobilitätslösungen ausprobieren.

Die Angebote werden gebündelt kommuniziert und so gestaltet, dass sie einfach einzulösen sind. Zwei Kommunikationswege mit jeweils unterschiedlichen Vor- und Nachteilen kommen für die Modellkommunen in Frage.

- Ein **gedrucktes Produkt**, beispielsweise in Form eines Gutscheineffts oder eines Flyers, oder
- ein **digitales Angebot**, z. B. als PDF, integriert in der stadteigenen App (soweit vorhanden) oder über ein Online-Portal. Es ist auch möglich, beides miteinander zu verbinden, beispielsweise in Form eines gedruckten Flyers, der mittels QR-Code zum digitalen Angebot weiterleitet.



Vor allem in Bezug auf **Verkehrsunternehmen des ÖPNV**, die ihre Angebote oft als Abonnements unterbreiten, könnten folgende Aktionen Anreizwirkung entfalten:

- **Testzeiträume** bieten vergünstigten oder kostenlosen Zugang zur betreffenden Mobilitätsdienstleistung mit einem fest definierten, meist kurzen Zeithorizont.
- Die Ausgabe von Bartarifprodukten (z. B. **Mehrfahrtentickets**) kann insbesondere ÖPNV-Neukund*innen (alternativ: ÖPNV-Neulingen) die neue Mobilitätsform schmackhaft machen.

Hinsichtlich der vor Ort ansässigen **Sharing-Anbieter** (z. B. Car-, Bike-, E-Tretroller- oder Lastenrad-Sharing) sind folgende Offerten denkbar:

- Ein temporär kostenloser oder vergünstigter **Nutzungszeitraum**, beispielsweise in Form von Freiminuten oder gänzlichem Erlass der Leihgebühren, stellt eine attraktive Möglichkeit dar, die Vorzüge der geteilten Mobilität erlebbar zu machen.
- Die vielfach zum Tragen kommende **Anmeldegebühr** für Dienstleistungen kann teilweise oder vollständig **erlassen** werden.

Weitere **Dienstleistungen** mit unmittelbarem, aber auch solche ohne direkten Bezug zur nachhaltigen Mobilität können Gegenstand etwaiger Gutschein- oder Rabattaktionen sein, dazu zählen z. B.

- die kostenlose oder vergünstigte Teilnahme an **Schulungen, Trainings und Kursen**,
- **günstigere Konditionen** für die Nutzung von Ladesäulen für E-Autos oder E-Bikes,
- ein **Fahrrad-Sicherheits-Check** oder Rabatt auf eine Reparatur.

Im Rahmen von Bonusprogrammen wie dem „Klima-Taler“-Programm können Punkte oder Stempel gesammelt werden, die wiederum gegen Rabatte und Gutscheine für bestimmte Angebote eingelöst werden können. Dies müssen nicht notwendigerweise Mobilitätsangebote sein, es kann sich auch um Angebote regionaler Unternehmen im Einzelhandel oder Freizeitangebote handeln.

Chancen und Herausforderungen

Grundsätzlich werden Rabattangebote und Gutscheine sowohl von den Nutzer*innen als auch von den anbietenden Partnern und Sponsoren als sehr positives Marketinginstrument wahrgenommen. Unter Abwägung unterschiedlicher Vor- und Nachteile gilt es frühzeitig zu entscheiden, ob eine rein analoge, eine rein digitale oder eine hybride Lösung am besten zu den Zielen der Kommune passt.

Ein **gedrucktes Gutscheineff** oder ein gedruckter Flyer sind auch für digital weniger versierte Personen einfach nutzbar und bereits vielen Bürger*innen in Form von Restaurantgutscheinebüchern oder regionalen Kulturpässen bekannt. Die Ausgabe bei der Anmeldung im Bürgerbüro kann relativ einfach in den Arbeitsablauf der Mitarbeiter*innen integriert werden, da keine Erläuterungen zur Nutzung notwendig sind. Nachteilig wirkt sich die Notwendigkeit aus, die gedruckten Flyer oder Hefte zu lagern und regelmäßig nachdrucken zu lassen. Auch können aufgebrauchte Kontingente nicht mehr aus dem Angebotsheft entfernt oder abgeändert werden. Hinzu kommen die Kosten und längeren Vorlaufzeiten für Design und Druck.

Es gibt Bedenken, dass die Gutscheine nicht von Neubürger*innen genutzt, sondern von diesen an Freunde und Bekannte weitergegeben oder gar verkauft werden. Besonders um Letzteres zu vermeiden, kann die Nutzung einer **personalisierten, digitalen Lösung** in Betracht gezogen werden.

Ein digitales Gutscheineff kann eine einfache **digitale Version** des gedruckten Heftes im PDF-Format sein, das zeitgemäß papierlos mitgeführt werden kann. Um die Vorteile einer digitalen Lösung voll ausnutzen zu können, besteht die Möglichkeit, ein **Portal** bzw. eine individualisierte Nutzungsoberfläche einzurichten, die entweder nur einmal abrufbar oder nur über einen personalisierten Zugang erreichbar ist.

Hier liegen die Vorteile für **Evaluation und Monitoring** auf der Hand. Es ist einfach analysierbar, welche der Angebote die Neubürger*innen am meisten nutzen, wann die Einlösung nach Aushändigung erfolgt und wie viel des Kontingents noch verfügbar ist. Gleichzeitig sind der **Aufwand der Einrichtung, die benötigte technische Expertise und datenschutzrechtliche Aspekte** nicht zu unterschätzen.

Aus dem Austausch mit der Stadt Erlangen, die für das Mobilitätsmanagement ihrer Neubürger*innen ebenfalls Gutscheine, Schnupperrabatte und kostenlose Tickets nutzt, ging hervor, dass die Ansprache und der Erstkontakt eine wichtige Rolle spielen, um den Erfolg der Maßnahme zu gewährleisten.

Um einige der Nachteile der zwei Möglichkeiten auszugleichen, streben die Städte Soest und Troisdorf die **Kombination einer digitalen und analogen Lösung** an, um möglichst viele Neubürger*innen damit zu erreichen. Über einen QR-Code oder eine Internetadresse, die auf einem Printprodukt wie einer Postkarte oder einem Flyer gedruckt sind, wird ein digitales Angebot abgerufen. In Troisdorf soll dieses auch mit dem Erhalt eines wertigen Give-aways kombiniert werden.

Mögliche Partner

Mögliche Partner sind Verkehrsunternehmen, Sharing-Anbieter, die Betreiber von Radstationen, Werkstätten und E-Ladesäulen sowie Stadtwerke, der Einzelhandel, aber auch Kulturinstitutionen oder Freizeiteinrichtungen. Viele sind gerne bereit, ein Kontingent an Rabattcodes, Gutscheinen oder Ähnlichem kostenfrei zur Verfügung zu stellen, was die Städte finanziell entlastet.

Die Kosten der Finanzierung eines größeren Kontingents an ÖPNV-Monatstickets und die Kosten für die analoge oder digitale Umsetzung sind gut zu kalkulieren. Ihre Finanzierung wird voraussichtlich mithilfe von Förderprogrammen realisiert. In Bezug auf die Umsetzung des Printprodukts oder die Einrichtung eines Portals muss frühzeitig geklärt werden, ob die entsprechende Expertise intern abgebildet werden kann oder ein externer Dienstleister beauftragt werden muss. Die enge Zusammenarbeit mit der Pressestelle für die Öffentlichkeitsarbeit und dem Bereich Digitalisierung ist dabei unerlässlich.

Tipps zur erfolgreichen Umsetzung

- **Anbieter und lokale Partner** werden so früh es geht hinsichtlich einer Kooperation angesprochen. Bei Kooperationsbereitschaft erfolgen möglichst konkrete Abfragen zu deren Möglichkeiten, den abzubildenden Mengen, Bedingungen, Kosten und dem Format (digitale Codes, analoge Coupons usw.).
- Die Vor- und Nachteile eines **personalisierten Gutscheinangebots** gegenüber **allgemein gültigen Codes** oder **gedruckten Bons** sind je nach Herangehensweise unterschiedlich und werden unter Berücksichtigung aller Prozessabläufe durchdacht und geplant.
- Die wichtigsten **Kontaktmöglichkeiten** zu Neubürger*innen werden vorab beleuchtet. Danach wird entschieden, ob die Ausgabe des Angebots über das Bürgerbüro oder über einen personalisierten Willkommensbrief erfolgen soll. Dies wirkt sich in der Umsetzung auf das konkrete Format aus.
- In Abhängigkeit von der Auswahl des Formats (analog oder digital) werden die **Möglichkeiten zur Evaluation** mit bedacht.

4 FAZIT UND AUSBLICK

Das Vorhaben, ein Maßnahmenbündel im Sinne des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen zu schnüren und an die neu zugezogenen Personen bei oder sehr kurz nach der Anmeldung in ihrem neuen Wohnort zu verteilen, bedarf einer sorgfältigen Planung und Abstimmungen. Das wurde den Akteuren in allen Modellkommunen deutlich. Diese Vorbereitung kann sich lohnen, denn Umbruchsituationen wie etwa ein Umzug bieten die Möglichkeit, Routinen – wozu die Verkehrsmittelwahl auf alltäglichen Wegen gehört – aufzubrechen und nachhaltig zu verändern. Das Ziel, ein klima- und umweltfreundliches Mobilitätsverhalten der Bürger*innen zu fördern, kann demnach durch eine ziel- sowie zielgruppenorientierte Ansprache im Sinne eines Mobilitätsmanagements Vorschub geleistet werden.

Im Projekt „Umziehen und Umsteigen“ ist deutlich geworden, dass es auf organisatorischer Ebene eine

- Einrichtung dauerhafter Strukturen,
- Festlegung/Definition von Zuständigkeiten,
- Evaluation der Prozesse und Wirkungen sowie
- eine dauerhafte Sicherung der Finanzierung

braucht, um ein auf eine nachhaltige Mobilität ausgerichtetes und ansprechendes Maßnahmenbündel im Zusammenhang mit einem Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen auf den Weg zu bringen.¹⁹ Sinnvolle Bestandteile eines solchen Maßnahmenbündels sind übersichtlich aufbereitete Informationsmaterialien gepaart mit Möglichkeiten, in den

direkten Kontakt mit Neubürger*innen zu treten. Flankiert wird dies durch die Bereitstellung von Vorteilsangeboten wie Gutscheinen für das Car-, Bike- oder auch E-Tretroller-Sharing. Stadt(teil)touren, die individuelle Mobilitätsberatung oder auch allgemeinere Willkommens- und Informationsveranstaltungen sind gute Möglichkeiten, mit der Zielgruppe in persönlichen Kontakt zu kommen. Dem folgend gehen die Planungen aller drei Modellkommunen in diese Richtung, wobei digitale Elemente eine wichtige Rolle spielen werden.

Kommunen, die schon andere zielgruppenorientierte Mobilitätsmanagementsysteme wie ein Betriebliches oder Schulisches Mobilitätsmanagement aufgebaut haben bzw. über vielfältige Mobilitätsoptionen durch entsprechende Infrastrukturen oder Angebote verfügen, können daran anknüpfend Synergien beim Aufbau und bei der Verstetigung des Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen nutzen. Steht eine Kommune diesbezüglich noch eher am Anfang, besteht die Chance, durch den sowohl organisatorisch-prozessualen als auch umsetzungsorientierten Ansatz ein Fundament für die Ausweitung auf weitere Zielgruppen wie Pendler*innen oder Schüler*innen zu legen.

Wichtig zum Schluss anzumerken ist, dass Konzeption und Umsetzung der Bestandteile eines Maßnahmenbündels für Neubürger*innen nicht unbedingt mit hohen Kosten einhergehen müssen. Informationen zu den Möglichkeiten einer klima- und umweltfreundlichen Mobilität liegen oft vor. Sie können – entsprechend zielgruppenorientiert gebündelt –

auf der Homepage einer jeden Kommune aufgeführt werden. Dafür notwendige Personalkapazitäten müssen selbstverständlich eingeplant werden.

Auch weitere Angebote können über die Homepage sowie ggf. eine städtische App kommuniziert werden, für deren Durchführung sich zumindest teilweise die Einbindung von ehrenamtlich tätigen Personen wie aktiven ADFC-Mitgliedern anbietet. Darüber hinaus stellen manche Verkehrsunternehmen/Mobilitätsdienstleister Gutscheine oder Rabatte der Verwaltung auch in einem gewissen Rahmen unentgeltlich zur Verfügung. Bei Anmeldung, also zeitnah nach dem Umzug in die neue Stadt, muss ein Hinweis auf das Neubürgerpaket erfolgen, am besten durch Mitarbeitende des Bürgerbüros, die es von vornherein bestmöglich einzubinden gilt.

Die ersten Schritte können anfangs eventuell schwer wirken und demnach klein ausfallen. Mit der Zeit kommen Erfahrung und vermutlich auch Erfolge, sodass weitere Schritte größer und leichter werden und im Ergebnis ein ansprechendes Maßnahmenbündel für Neubürger*innen im Rahmen eines diesbezüglichen Mobilitätsmanagements entsteht, das beizeiten weiterentwickelt wird. Da sich nun mehrere Kommunen auf den Weg gemacht haben, Vernetzungs- sowie Unterstützungsangebote durch die Koordinierungsstellen des Zukunftsnetzes Mobilität NRW und darüber hinaus mit den FöRi-MM Fördermöglichkeiten existieren, gilt es, einfach den ersten Schritt zu machen.



¹⁹ Damit spiegelt sich hier vieles wider, was im Rahmen der Recherche nach Best-Practice-Beispielen aus Deutschland und der Schweiz herausgefunden und als Handlungsempfehlungen hinsichtlich der Implementierung und Verstetigung eines Mobilitätsmanagements für Neubürger*innen formuliert wurde. Siehe Zukunftsnetz Mobilität NRW (2022): Mobilitätsmanagement für Neubürger*innen – Best-Practice-Beispiele aus Deutschland und der Schweiz, S. 6 f. Online unter: <https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/wie-wir-arbeiten/schwerpunkte/mm-fuer-zielgruppen/neubuergerinfo> (zuletzt abgerufen am 20.09.2023).



ZUKUNFTSNETZ MOBILITÄT NRW

Herausgeber:

Geschäftsstelle

Zukunftsnetz Mobilität NRW

Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Deutzer Allee 4 | 50679 Köln

www.vrs.de

zukunftsnetz-mobilitaet@vrs.de

www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de

Koordinierungsstelle
Rhein-Ruhr

Sitz:



Koordinierungsstelle
Westfalen-Lippe

Sitz:



Koordinierungsstelle
Rheinland

Sitz:



Partner:



Mit freundlicher
Unterstützung von:

Ministerium für Umwelt,
Naturschutz und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen

