



Bundesministerium
für Verkehr



Handlungsleitfaden

Nachhaltig mobil in ländlichen Räumen

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	4
1.1	Herausforderungen in ländlichen Räumen	4
1.2	Lösungsansatz – Inter- und multimodale Fortbewegung.....	5
1.3	Vorgehensweise.....	7
2	Werkzeugkasten einer nachhaltigen ländlichen Mobilität anhand von Praxisbeispielen.....	10
2.1	PlusBus Brandenburg.....	13
2.2	Muldental in Fahrt	15
2.3	Hofer LandBus	17
2.4	Mobility on Demand	19
2.5	Stadtbussystem Lemgo.....	21
2.6	Bürgerbus Rhede.....	24
2.7	Dörpsmobil Medelby.....	27
2.8	Usedom Rad MV-Rad.....	28
2.9	FLASH - FahrerLoses Automatisiertes SHuttle im Landkreis Nordsachsen.....	31
2.10	Markttreff.....	33
2.11	Bike+Ride Jübek.....	35
3	Lokale und regionale Handlungsmöglichkeiten	38
3.1	Initiierung, Auswahl und Ausgestaltung des Angebots	38
3.2	Finanzplanung und Fördermöglichkeiten	43
3.3	Akteure und Kooperationen	48
3.4	Kommunikation und Marketing.....	53
3.5	Personal.....	57
3.6	Monitoring und Evaluation	59
4	Vom Einzelangebot zum Gesamtsystem: Ausweitung und Übertragung	63
5	Auswahl an weiterführenden Quellen	68

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2: Intermodalität – Beispiel für einen intermodalen Weg.....	8
Abbildung 3: Gesamtprozess der Ergebnisfindung.....	9
Abbildung 4: Die ausgewählten Praxisbeispiele auf Grundlage der RegioStaR 17.....	10
Abbildung 5: Vier Säulen der Finanzierung.....	14
Abbildung 6: Modellprojekt SMILE 24.....	67



Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AGFS NRW	Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e. V.
AU	Abgasuntersuchung
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BMDV	Bundesministerium für Digitales und Verkehr (2021 – 2025)
BMV	Bundesministerium für Verkehr (seit 2025)
BMVBS	Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2005 – 2013)
BMVI	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (2013 – 2021)
BMWI	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
bzw.	beziehungsweise
B+R	Bike+Ride
d. h.	das heißt
EU	Europäische Union
E-Mobilität	elektromobilität
FLASH	FahrerLoses Automatisiertes SHuttle im Landkreis Nordsachsen
FoPS	Forschungsprogramm Stadtverkehr
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HU	Hauptuntersuchung
i. H. v.	in Höhe von
KVG Lippe	Kommunale Verkehrsgesellschaft Lippe
LBM	Landesbetrieb Mobilität Rheinland-Pfalz
MDV	Mitteldeutscher Verkehrsbund
MIV	Motorisierter Individualverkehr
MV	Mecklenburg-Vorpommern
NAH.SH	Nahverkehrsverbund Schleswig-Holstein GmbH
NaKoMo	Nationales Kompetenznetzwerk für nachhaltige Mobilität
NRW	Nordrhein-Westfalen
o. ä.	oder ähnlich
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ÖPNVG NRW	Gesetz über den öffentlichen Personennahverkehr in Nordrhein-Westfalen
PBefG	Personenbeförderungsgesetz
Pkw	Personenkraftwagen
P+R	Park+Ride
RegioStaR	Regionalstatistische Raumtypologie
SH	Schleswig-Holstein
SMART	Spezifisch Messbar Attraktiv Realistisch Terminiert
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
usw.	und so weiter
VBB	Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel

1 Einführung

In Deutschland sind ländliche Gebiete äußerst heterogen. Sie reichen von wachsenden Umlandgemeinden am Rande von Ballungszentren, über schrumpfende Regionen mit einer älter werdenden Bevölkerung, bis hin zu touristisch geprägten Gebieten. Die Vielfalt der Raumstrukturen und Verkehrsverflechtungen in ländlichen Gebieten lässt sich nur bis zu einem gewissen Punkt pauschalisieren, sodass eine differenzierte Herangehensweise in der Mobilitätsplanung erforderlich ist.

1.1 Herausforderungen in ländlichen Räumen

Die Mobilitätsbedingungen in ländlichen Gebieten sind grundlegend anders als in städtischen Regionen. Sie bringen eigene Herausforderungen für die Bevölkerung, die Verwaltung und die Mobilitätsdienste mit sich. Die eingeschränkte Verfügbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln, lange Wege zu Versorgungseinrichtungen und Arbeitsplätzen, eine oft unzureichende Nahversorgung sowie eine schlecht bündelbare, disperse Mobilitätsnachfrage sind nur einige Beispiele. Das führt nicht nur zu verlängerten Pendeldistanzen und -zeiten und höheren Kosten für die Bewohnerinnen und Bewohner, sondern auch zu Umweltbelastungen durch erhöhten Autoverkehr. Die Abhängigkeit vom Individualverkehr ist hoch, während alternative Mobilitätsangebote häufig fehlen. Dabei verstärken sich diese strukturellen Rahmenbedingungen gegenseitig, denn ohne alternative Mobilitätsangebote steigt die Pkw-Abhängigkeit und die mangelnde Nachfrage

nach Alternativen zum eigenen Auto erschwert die Einführung neuer Angebote.

Die demografische Entwicklung in vielen ländlichen Regionen stellt eine zusätzliche Herausforderung dar. Durch Abwanderung sinkt die Nachfrage nach Dienstleistungen wie Bildungseinrichtungen, Einkaufsmöglichkeiten und Gesundheitsversorgung, sodass diese Angebote vielerorts nicht mehr auskömmlich betrieben werden können. Für die weiterhin in ländlichen Regionen lebenden Personen verringert sich damit die Verfügbarkeit entsprechender Dienstleistungen und die zurückzulegenden Wege verlängern sich. Ältere Menschen, insbesondere solche, die körperlich eingeschränkt und dadurch weniger mobil sind, sowie Personen ohne Führerschein oder Pkw-Verfügbarkeit sind vermehrt auf öffentlich zugängliche Verkehrsmittel angewiesen. Sind diese nur in reduziertem Maße vorhanden, schränkt dies zum einen die Mobilität dieser Menschen ein. Zum anderen verfestigt sich die Pkw-Abhängigkeit bei denjenigen, die auf ein Auto zurückgreifen können. Der Wegzug junger Menschen schwächt außerdem die örtliche Wirtschaft, da Arbeitskräfte und Konsumenten verloren gehen. Dies beeinträchtigt wiederum die finanziellen Ressourcen, die für die Bereitstellung und den Erhalt von Mobilitätsdienstleistungen benötigt werden. Die Effekte von Trends, die dem demografischen Wandel entgegenwirken, wie der Zuzug in ländliche Regionen aufgrund verbesserter Homeoffice-Möglichkeiten oder der hohen Mieten in den Städten und Stadt-Umland-Regionen, sind noch nicht absehbar.

Die Sicherung einer ausreichenden, vielfältigen und flexiblen Mobilität für alle Bevölkerungsgruppen ist von zentraler Bedeutung, nicht nur im Hinblick auf die Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner, sondern auch für die Attraktivität und die wirtschaftliche Entwicklung ländlicher Räume. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, sind innovative und integrierte Mobilitätskonzepte erforderlich, die die individuellen Bedürfnisse berücksichtigen.

1.2 Lösungsansatz – Inter- und multimodale Fortbewegung

Um effektive Lösungen für die Mobilität zu entwickeln, ist es entscheidend, die spezifischen Gegebenheiten jedes Ortes und Raumes zu berücksichtigen. Dabei spielen neben der Raumstruktur viele Faktoren eine Rolle, darunter der sozioökonomische Status der Einwohnerinnen und Einwohner, individuelle Bedürfnisse und Präferenzen, die Verfügbarkeit von Mobilitätsangeboten sowie strukturelle Rahmenbedingungen und finanzielle Mittel.

Ziel der Transformation der Mobilität in ländlichen Räumen ist es, Alternativen zum privaten Pkw zu bieten und die speziellen Mobilitätsbedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen zu erfüllen. Ein Verkehrsmittel allein kann dies häufig nicht leisten. Es braucht die Kombination verschiedener Mobilitätsangebote mit unterschiedlichen Aufgaben, die gemeinsam die Abhängigkeit vom privaten Pkw verringern und die Stärken des Umweltverbands nutzen. Besonders in ländlichen Regionen empfiehlt sich hier eine Kombination aus hierarchisch aufeinander aufbauenden Mobilitätsangeboten

bestehend aus: einem starken Linienverkehr auf den (regionalen) Hauptachsen durch den SPNV und/oder (Schnell-/Regio-)Buslinien, einer Grundversorgung im ÖPNV in Form von klassischem ÖPNV in Kombination mit flexiblen und alternativen Angeboten sowie einer Flächenerschließung durch ergänzende Verkehrsmittel wie z. B. ein gut ausgebautes Radwegenetz, Sharing-Angebote sowie bürgerschaftlich organisierte Mobilität, aber auch Verknüpfungsangebote wie beispielsweise Park+Ride (P+R) und Bike+Ride (B+R).

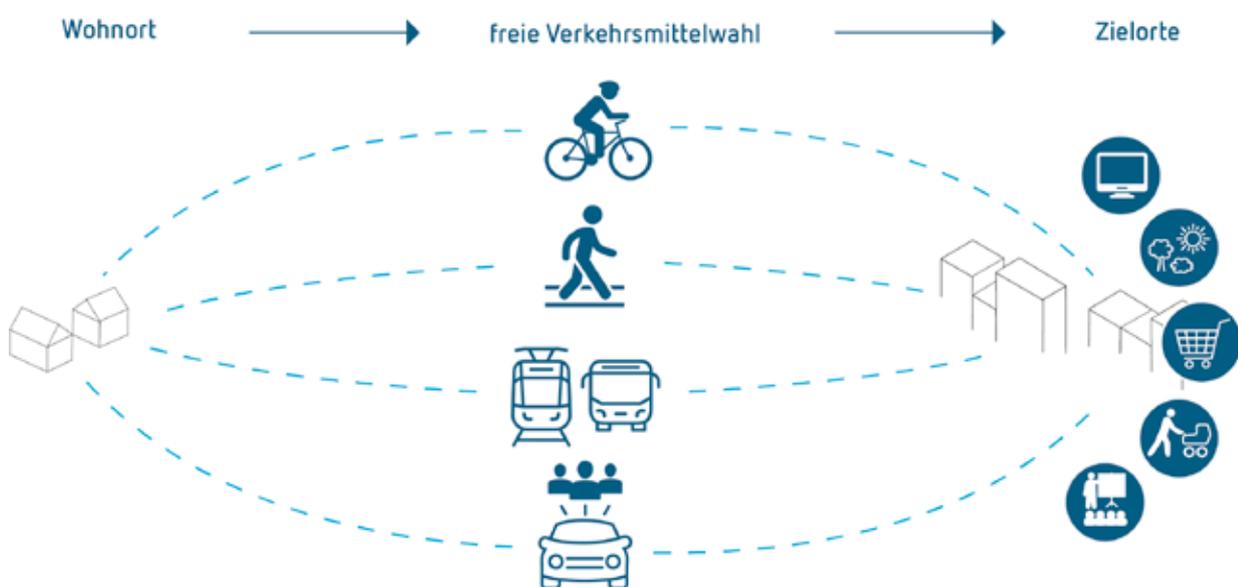
Die Möglichkeit, je nach Situation unterschiedliche Verkehrsmittel zu wählen, wird mit den Begriffen inter- und multimodal bezeichnet. Inter- und Multimodalität ermöglichen eine verbesserte Erreichbarkeit für Personen ohne permanente Pkw-Verfügbarkeit und leisten damit einen Beitrag zur Daseinsvorsorge und zur Teilhabe am sozialen Leben. Dies setzt eine Koordination der Mobilitätsangebote voraus, die nur durch eine umfassende Digitalisierung von Fahrplaninformationen und Standortdaten effizient gestaltet werden kann. Datenplattformen und -schnittstellen für Mobilitäts-Apps und Mobility-as-a-Service-Angebote sind dabei essenziell, um diese Vernetzung wirtschaftlich zu gestalten und die Mobilität im ländlichen Raum insbesondere aus Sicht der Nutzenden zu verbessern. Bei der Verknüpfung von Mobilitätsangeboten ist zudem deren Zuverlässigkeit ein wesentlicher Faktor für die Akzeptanz und die tatsächliche Nutzung. Die Bereitschaft, von einem Verkehrsmittel auf ein anderes zu wechseln, sinkt stark, sobald ein unzuverlässiges Verkehrsmittel Teil des intermodalen Wegs ist.

Multimodalität – für jeden Anlass die passende Mobilität

Multimodalität beschreibt die Möglichkeit, Wege mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln zurückzulegen. Welches Verkehrsmittel oder

welcher Verkehrsmittelmix gewählt wird, ist von unterschiedlichen Faktoren wie beispielsweise dem Wegezweck oder der Wetterlage abhängig. Würden alle Anlässe immer mit demselben Verkehrsmittel zurückgelegt (z. B. Pkw), so wäre dies monomodal bzw. Monomodalität.

Abbildung 1: Multimodalität – Verkehrsmittelwahl abhängig vom Wegezweck



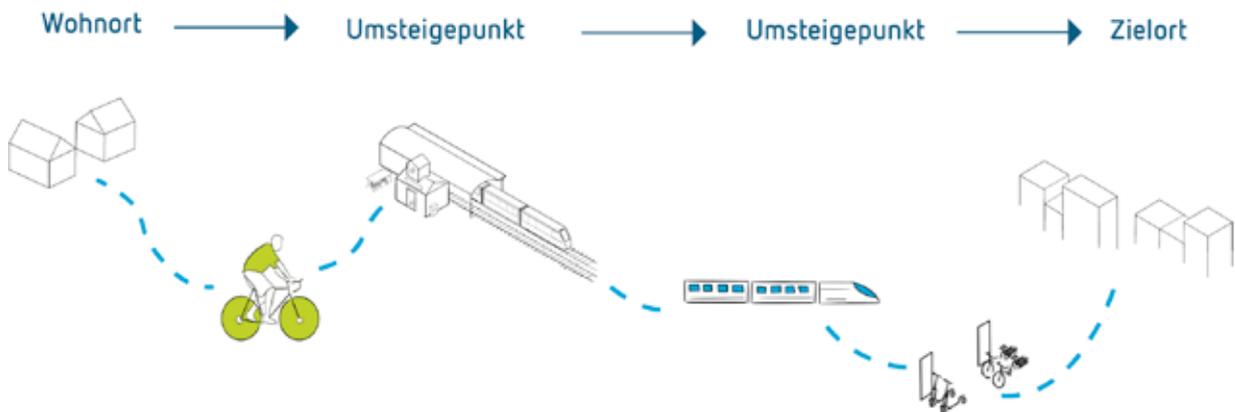
Quelle: eigene Darstellung Planersocietät

Intermodalität – Mobilität untereinander vernetzen

Intermodalität bezieht sich auf die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel innerhalb eines einzigen Weges – mit mindestens einem Umstieg. Dies bedeutet, dass während einer Reise oder eines Transports mehrere Verkehrsmittel kombiniert werden, um von einem Ausgangspunkt zu einem Ziel zu gelangen.

Essenziell hierfür sind aufeinander abgestimmte Verkehrsmittel, um mit nur wenig Zeitverlust zwischen diesen zu wechseln. Eine zentrale Herausforderung für ÖPNV-Nutzende in ländlichen Räumen ist beispielsweise der Weg von und zur Haltestelle – auch erste und letzte Meile genannt. Die Etablierung ergänzender Angebote an ÖPNV-Haltestellen kann den gesamten Weg komfortabler und effizienter gestalten.

Abbildung 2: Intermodalität – Beispiel für einen intermodalen Weg



Quelle: eigene Darstellung Planersocietät

1.3 Vorgehensweise

Die in diesem Leitfaden dargestellten Erkenntnisse und Hinweise basieren zu großen Teilen auf praktischen Erfahrungen ausgewählter Praxisbeispiele für ländliche Mobilitätslösungen. Diese wurden im Rahmen des vom ehemaligen Bundesministerium für Digitales und Verkehr beauftragten Projekts „Nachhaltige Mobilitätslösungen für den Multi- und Intermodalverkehr in ländlichen Räumen“ (FE-Nr. VB710015) analysiert. Ferner wurde das Projekt aus dem Forschungsprogramm Stadtverkehr (FoPS) finanziert.

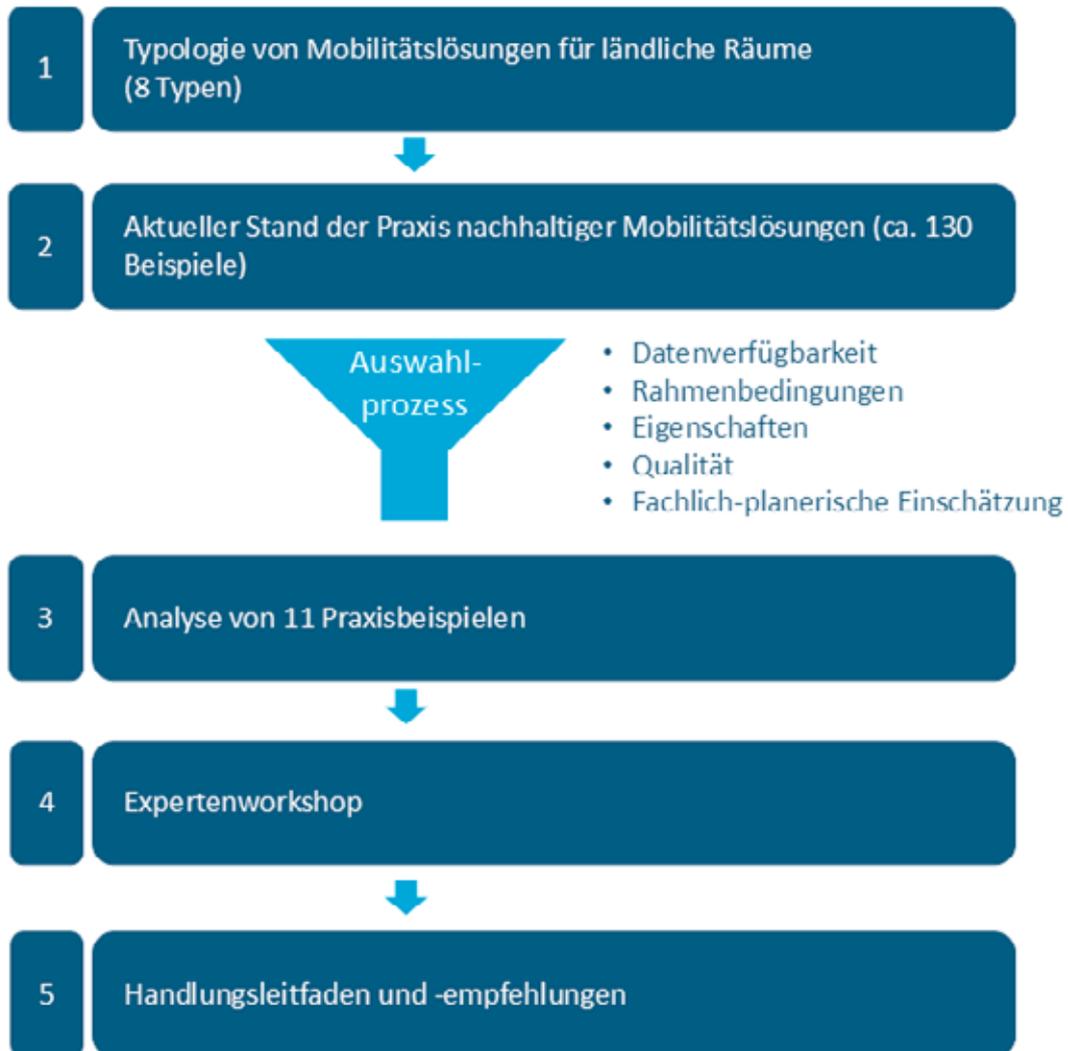
Die Praxisbeispiele wurden entlang einer im Projekt entwickelten Typologie für Mobilitätslösungen recherchiert. Diese umfasst die in Kapitel 2 dargestellten Typen und Ansätze nachhaltiger Mobilitäts- und Versorgungslösungen.

Die Auswahl von elf im Projekt vertieft betrachteten Praxisbeispielen erfolgte im Rahmen eines iterativen Prozesses. Zunächst wurden auf Basis einer inhaltlichen Kurzanalyse

rund 130 Mobilitätslösungen aus allen Mobilitätstypen, allen Flächenbundesländern und relevanten Raumtypen der RegioStaR-Typologie (siehe Kasten unten) recherchiert. Das folgende gestufte Auswahlverfahren berücksichtigte die Datenverfügbarkeit, die räumlichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen, die spezifischen Eigenschaften der Mobilitätslösung sowie eine Einschätzung zu deren Qualität. Eine fachlich-planerische Einschätzung der Mobilitätslösungen rundete den Auswahlprozess ab. Die Liste der final ausgewählten Praxisbeispiele umfasst alle Mobilitätstypen und eine möglichst große Bandbreite an ländlichen RegioStaR-Typen.

Die Analyse der Praxisbeispiele erfolgte mittels einer Desktoprecherche sowie durch leitfadengestützte Interviews mit verantwortlichen Akteuren. Die Interviews deckten insbesondere die Themenbereiche Planungs-/Umsetzungsprozess und Betrieb, Personal, Finanzierung und Förderung, Akzeptanz, Wirkung und Erreichbarkeit, Learnings und Handlungsempfehlungen ab und adressierten zudem relevante Projektspezifika.

Abbildung 3: Gesamtprozess der Ergebnisfindung



Quelle: eigene Darstellung Planersocietät

Die zentralen Ergebnisse aus der Analyse der Praxisbeispiele sind im Kapitel 2 dargestellt.

Neben den Erkenntnissen aus der Beispielanalyse fließen ergänzend auch die Ergebnisse eines im

Rahmen des Projekts durchgeführten Fachworkshops sowie Erfahrungen des Projektteams aus anderen Projekt- und Beratungskontexten in die Formulierung der Handlungsmöglichkeiten (siehe Kapitel 3) ein.



RegioStaR-Typen:

Um eine differenzierte Analyse der Verkehrsstrukturen und -bedürfnisse in verschiedenen Regionen durchzuführen und entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur und der Mobilität zu entwickeln, hat das BMDV die Regional-statistische Raumtypologie (RegioStaR) konzipiert und mit Unterstützung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) umgesetzt. Die regional-statistische Raumtypologie ist hierarchisch aufgebaut. Die Typologie fächert sich von einem groben, in Stadtregionen und ländliche Regionen unterschiedenen Raumtyp letztlich in 17 Raumtypen auf. Diese differenzierte RegioStaR17-Typologie kam im Rahmen des Projekts bei der Auswahl der Praxisbeispiele zur Anwendung:

Regionalstatistischer Regionstyp <i>RegioStaR 2</i>	1 Stadtregion		2 Ländliche Region	
	11 Metropolitane Stadtregion	12 Regiopolitane Stadtregion	21 Stadtregionsnahe ländliche Region	22 Periphere ländliche Region
Differenzierter regional-statistischer Regionstyp <i>RegioStar 4</i>				
Regionalstatistischer Raumtyp <i>RegioStaR 17</i>	111 Metropole	121 Regiopole	211 Zentrale Stadt	221 Zentrale Stadt
	112 Großstadt			
	113 Mittelstadt	123 Mittelstadt	213 Mittelstadt	223 Mittelstadt
	114 Städtischer Raum	124 Städtischer Raum	214 Städtischer Raum	224 Städtischer Raum
	115 Kleinstädtischer, dörflicher Raum	125 Kleinstädtischer, dörflicher Raum	215 Kleinstädtischer, dörflicher Raum	225 Kleinstädtischer, dörflicher Raum

Quelle: BMDV

Im Rahmen des Projekts wurden Mobilitätsangebote in den RegioStaR-Typen 115, 125 und 211 bis 225 betrachtet.

2 Werkzeugkasten einer nachhaltigen ländlichen Mobilität anhand von Praxisbeispielen

Die hier dargestellten elf Praxisbeispiele (vgl. Abb. 3) zeigen nachhaltige Mobilitätslösungen auf, die in ihren Kommunen dazu beigetragen haben, die Abhängigkeit vom eigenen Pkw in ländlichen Räumen zu reduzieren. Jede einzelne Mobilitätslösung wurde individuell auf Basis der jeweiligen Problemstellung vor Ort entwickelt. Sie alle fördern die inter- und multimodale Mobilität in ländlichen Räumen. Sie sollen Kommunen als Orientierungshilfe dienen, indem sie maßgeschneiderte Lösungen für spezifische Herausforderungen bieten. Je nach Bedarf, Vorstellungen und Passgenauigkeit können die Praxisbeispiele als Anregung für eine Mobilitätslösung in der eigenen Kommune genutzt werden, damit nicht jede Kommune eigenständig von Grund auf neu beginnen muss. Grundlage für die Recherche der Mobilitätslösungen waren die nachfolgenden acht Typologien, denen die Mobilitätslösungen jeweils zugeordnet wurden:

1

Regionales Bus-Bahn-Gesamtsystem

Die Verknüpfung von ländlichen Räumen und angrenzenden Mittel- oder Großstädten wird durch Bus-Bahn-Gesamtsysteme übernommen. Das zugrundeliegende Busnetz ist dabei flächendeckend und hierarchisch aufgebaut. Hochwertige Linienangebote übernehmen Zubringerfunktionen zu SPNV-Haltestellen oder Regional- und Schnellbussen mit regionaler und überregionaler Bedeutung.

2

Flexible und bedarfsgesteuerte Bedienungsformen

Die Sicherstellung einer ausreichenden Grundversorgung der Mobilität in ländlichen Räumen kann mittels flexibler und bedarfsgesteuerter Bedienungsformen erfolgen. On-Demand-Angebote werden in der Praxis häufig entweder als Ersatz bzw. Ergänzung zum regulären Linienverkehr in nachfrageschwachen Randzeiten oder als Ganztagsangebot auf nachfrageschwachen Relationen eingesetzt.

3

Stadtbus-, Ortsbus-, Kleinbussysteme

Stadtbus-, Ortsbus- und Kleinbussysteme setzen einen Fokus auf die nahräumliche Erschließung einer zentralen Stadt oder Mittelstadt. Sie zeichnen sich durch ein engmaschiges Haltestellennetz mit hoher Erschließungswirkung und dichten Taktfolgen von mindestens 30 Minuten auf den Hauptlinien aus.

4

Bürgerschaftliche Mobilitätsangebote

Bürgerschaftliche Mobilitätsangebote beruhen auf dem ehrenamtlichen Engagement der Bevölkerung. Dazu zählen Angebote wie Bürgerbusse oder soziale Hol- und Bringdienste, bei denen durch den ehrenamtlichen Einsatz weniger Personen ein Mobilitätsangebot für

die Bevölkerung in der betreffenden Region geschaffen wird. Mitfahrbanke bzw. organisierte Mitfahrgelegenheiten leben hingegen davon, dass möglichst viele Pkw-Nutzende anderen Personen eine Mitfahrt ermöglichen. Zudem werden auch ehrenamtlich in Vereinen organisierte Car- oder Bikesharing-Angebote zu den bürgerschaftlichen Mobilitätsangeboten gezählt. Bürgerschaftliche Mobilitätsangebote stellen Zusatzangebote dar und gehen über die reine Grundversorgung der Bevölkerung hinaus.

5 Mobilstationen und Sharing-Mobilität

Zum Typ „Mobilstationen und Sharing-Mobilität“ werden kommunal oder kommerziell organisierte Car-, Scooter- oder Bikesharing-Angebote gezählt. In der Regel sind die Systeme in den ländlichen Regionen stationsgebunden. An Mobilitätsstationen werden unterschiedliche Mobilitätsangebote und Verkehrsformen wie z. B. der öffentliche Personennahverkehr, Fahrradabstellanlagen und Sharing-Angebote räumlich gebündelt.

6 Innovative Ansätze

Zu den innovativen Ansätzen einer klimafreundlichen Mobilität in ländlichen Räumen zählen z. B. Projekte, bei denen autonom und elektrisch fahrende Kleinbusse zum Einsatz kommen. Auch app-basierte Mitfahrangebote und Projekte, mit denen alternative Antriebe (u. a. E-Mobilität) gefördert werden sollen, werden diesem Typ zugeordnet.

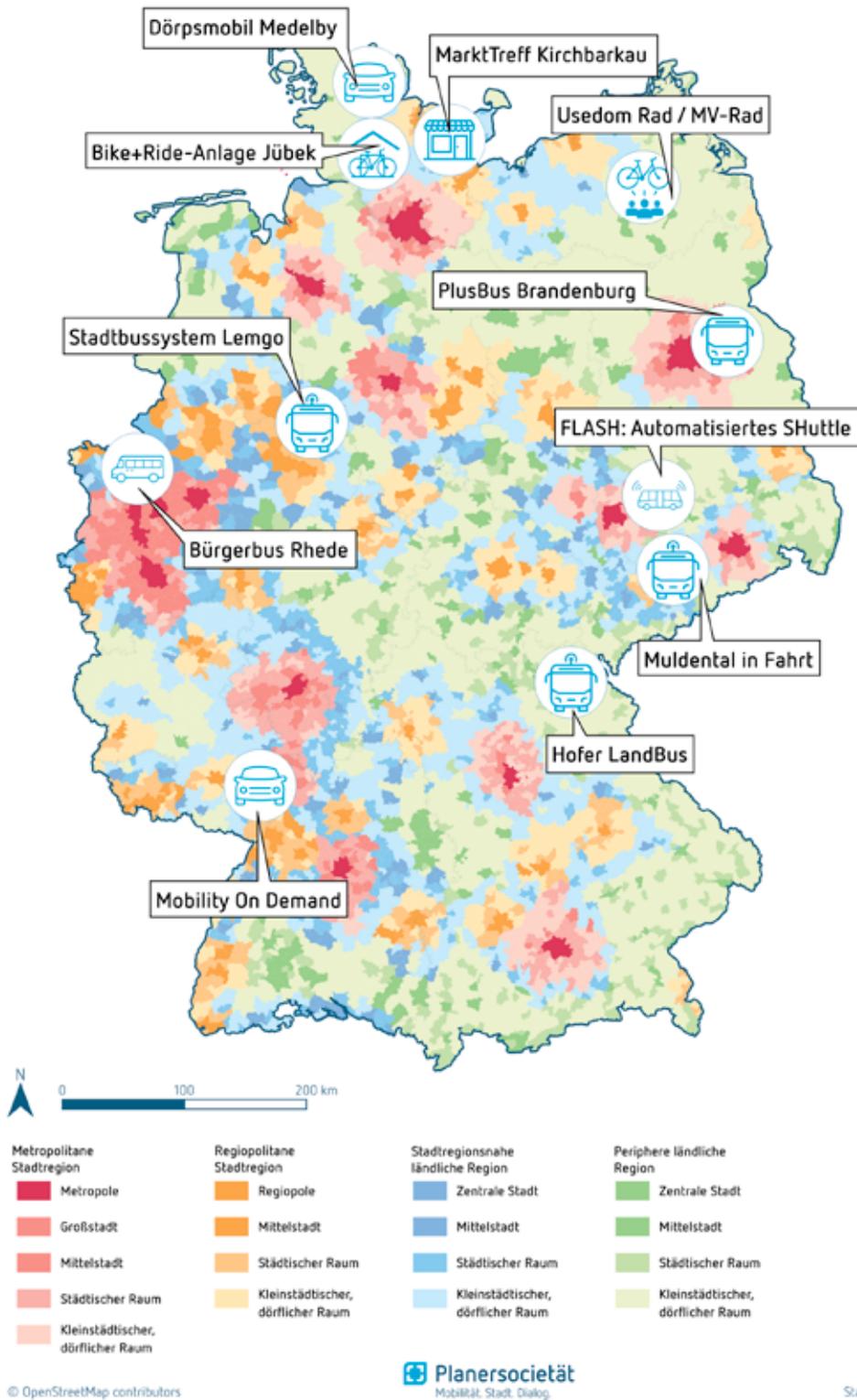
7 Verbesserung der nähräumlichen Versorgung

Die nähräumliche Versorgung der Bevölkerung kann durch mobile Angebote wie Lieferdienste oder mobile Gesundheitsversorgung gewährleistet werden, aber auch durch die Schaffung von Nahversorgungsangeboten vor Ort in den Dörfern. Letztere werden meist kombiniert mit weiteren Dienstleistungsangeboten und sozialen Treffpunkten.

8 Integration des Fuß- und Radverkehrs mit dem ÖPNV

Gute Rahmenbedingungen für den Fuß- und Radverkehr sind in ländlichen Regionen insbesondere wichtig für die Wege zu und von den ÖPNV-Angeboten. Betrachtet werden hier Projekte, mit denen der Rad- und Fußverkehr in Kommunen mit verschiedenen Maßnahmen in der Breite gefördert wird, aber auch Projekte, bei denen die Schaffung von Fahrradabstellplätzen an Bahnhöfen im Fokus steht.

Abbildung 4: Die ausgewählten Praxisbeispiele auf Grundlage der RegioStaR 17



Quelle: eigene Darstellung nach BMDV 2021

2.1 PlusBus Brandenburg



Quelle: regiobusPM

*„Es bedarf einer stabilen Finanzierungsgrundlage, damit es kein Projekt für wenige finanzstarke und umsetzungswillige Kommunen bleibt, sondern die Stärken eines flächendeckenden, untereinander verknüpften Bussystems zum Tragen kommen.“
(Kai Dahme, Abteilungsleiter Planung beim VBB)*

Die Mobilitätslösung

Regionale Bus-Bahn-Gesamtsysteme dienen der Verknüpfung des ländlichen Raumes und angrenzender Mittel- oder Großstädte. Das zugrundeliegende Busnetz ist dabei flächendeckend und hierarchisch aufgebaut. Hochwertige Linienangebote übernehmen Zubringerfunktionen zu SPNV-Haltepunkten oder Regional- und Schnellbussen mit regionaler und überregionaler Bedeutung.

Unter der Marke PlusBus Brandenburg

... werden seit 2014 im Bundesland Brandenburg Angebotsverbesserungen im straßen-gebundenen ÖPNV vorgenommen. Die erstmalige Umsetzung dieses Konzeptes stammt aus dem Mitteldeutschen Verkehrsverbund (MDV), der Ende 2013 erstmals PlusBusse als vertaktete Zubringer zum Schienenverkehr einsetzte.



PlusBusse zeichnen sich durch einen regelmäßigen Takt – werktags mindestens stündlich, am Wochenende mindestens zweistündlich –, feste Bedienzeiten von mindestens 6 bis 20 Uhr, kurze Übergangszeiten zum Schienenverkehr sowie barrierefreie und komfortable Fahrzeuge aus. Der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) strebt mit der Übernahme des Konzeptes des MDV eine bessere Erschließung und Anbindung insbesondere des ländlichen Raumes abseits bestehender Schienenverbindungen an, um den ÖPNV als alternatives Verkehrsmittel zum Pkw zu fördern. Unterstützt wird das Angebot durch regionale Marketingkampagnen, die den Bekanntheitsgrad der Buslinien erhöhen und eine Identifikation mit dem Produkt ermöglichen sollen. Seit Beginn des Projektes wurden bereits 44 PlusBus-Linien in 13 Landkreisen Brandenburgs eingerichtet. In der Folge konnten stetig steigende Fahrgastzahlen im VBB-Gebiet verzeichnet werden.

Finanzierung

Die Besonderheit bei der Finanzierung des PlusBus-Angebotes liegt in der Bezuschussung durch das Land Brandenburg, das für jeden Fahrkilometer im Grundangebot 40 Cent

bereitstellt. Die Kosten für Erweiterungen im Rahmen des PlusBus-Systems sind vergleichbar mit den regulären Kosten für Netzerweiterungen im ÖPNV. Der Großteil der Kosten fällt bei den betreibenden Verkehrsunternehmen an. Diese müssen ihre Betriebshöfe ausbauen, mehr Fahrpersonal einstellen und neue Fahrzeuge beschaffen. Die Betriebskosten werden zu 40 Prozent durch Fahrgeldeinnahmen und zu 60 Prozent durch öffentliche Mittel gedeckt.

Personal

Auf der koordinierenden, übergeordneten Ebene des VBB wurde eine Personalstelle geschaffen, die sich mit der Betreuung und Ausweitung des PlusBus-Systems befasst. Ein erhöhter Personalbedarf ist vor allem bei den Verkehrsunternehmen zu erwarten. Trotz des Mehrbedarfs an Fahrpersonal können PlusBus-Linien zur Optimierung der Schichtauslastung beitragen, indem insbesondere geteilte Dienste mit langen Pausenzeiten reduziert werden. In Verbindung

mit komfortablen und modernen Fahrzeugen kann dies zu attraktiveren Arbeitsbedingungen für das Fahrpersonal und damit potenziell zu steigenden Bewerberzahlen beitragen.

Erfolgsfaktoren

- teilweise Finanzierung des Angebots durch das Land als Anreiz für Planung neuer und Aufwertung bestehender Buslinien
- einheitliche Standards in der Marke PlusBus in Kombination mit einer regionalen Vermarktung
- Offenheit und generelles Interesse der beteiligten Akteure
- schrittweise Umsetzung der Angebotserweiterungen kann einen Schneeballeffekt auslösen und weitere Kommunen und Regionen zum Nachahmen ermutigen

Überblick	
Projektgebiet	Die Plusbuslinien verkehren im gesamten Bundesland Brandenburg. Mit Ausnahme eines Landkreises verkehrt in jedem brandenburgischen Landkreis mindestens eine PlusBus-Linie.
Bundesland	Brandenburg
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStaR 17: Typ-Nr. 223 bis 112
Mobilitätstyp	Regionales Bus-Bahn-Gesamtsystem
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB, Beratung, Organisation, Untersuchungen und Empfehlungen) ■ lokale Aufgabenträger (Initiatoren für die Einführung/Aufwertung von Linien) ■ Verkehrsunternehmen (betriebliche Ausführung) ■ lokale Politik (Planungsprozess und Begleitung bei der Einführung)
Internetpräsenz	https://www.vbb.de/vbb-themen/buskonzepte/plusbus/

2.2 Muldental in Fahrt



Foto: RL GmbH

„Der Fokus bei der Entwicklung sollte auf einem dichten Haltestellennetz, einem leicht merkbaren Takt, stabilen und zuverlässigen Verknüpfungen zu anderen Verkehren und einem bodenständigen, direkt auf die Kunden ausgerichteten Marketing liegen.“ (Thomas Fröhner – Pressesprecher der Regionalbus Leipzig GmbH, Mitarbeiter im Projekt „MTL in Fahrt“)

Die Mobilitätslösung

Regionale Bus-Bahn-Gesamtsysteme dienen der Verknüpfung des ländlichen Raums und angrenzender Mittel- oder Großstädte. Das zugrundeliegende Busnetz ist dabei flächendeckend und hierarchisch aufgebaut. Hochwertige Linienangebote übernehmen Zubringerfunktionen zu SPNV-Haltestellen oder Regional- und Schnellbussen mit regionaler und überregionaler Bedeutung.

Das Projekt „Muldental in Fahrt“

... umfasst die Modernisierung des Regionalbusnetzes im ländlich geprägten Südosten des Landkreises Leipzig um die Städte Bad Lausick, Brandis, Colditz und Grimma. Die Regionalbus Leipzig GmbH strebt mit der Neukonzeption

der Busverkehre in der Region Muldental eine Attraktivitätssteigerung des ÖPNV durch Erhöhung des Nutzungskomforts und Öffnung des Liniennetzes für Fahrtzwecke außerhalb des Ausbildungs- und Berufsverkehrs an. Im Einzelnen soll dies durch eine spürbare Erhöhung des Fahrtenangebots außerhalb der täglichen Hauptverkehrszeiten und an Wochenenden, eine generell dichtere Taktung der Stadt- und Regionalbuslinien sowie kundenfreundliche Verknüpfungen von Fahrten erreicht werden. Zum Einsatz kommen moderne Niederflurfahrzeuge, die über ein rechnergestütztes Betriebsleitsystem geführt werden. Die Haltestellendichte wurde im Projektgebiet wesentlich erhöht, weitere attraktive Umsteigepunkte wurden geschaffen. Die Umsetzung des Projektes erfolgte in mehreren Schritten. Im Dezember 2016 wurden die ersten beiden neuen Buslinien eingeführt. Die Inbetriebnahme des neuen regionalen Busliniennetzes erfolgte gebündelt im August 2017. Seitdem wurden die Stadt- und Rufbusverkehre angepasst. Die Fahrgastzahlen stiegen seither von 3,3 Millionen im Jahr 2017 auf 5,0 Millionen Fahrgäste im Jahr 2023. Aufgrund dieses Erfolges gibt es mit „Neuseeland in Fahrt“ und „Wurzenener Land in Fahrt“ vergleichbare Folgeprojekte im Landkreis Leipzig.

Finanzierung

Die Modernisierung des Regionalbusverkehrs erforderte Investitionen i. H. v. rund 14 Millionen Euro, die zu etwa 90 Prozent durch Fördermittel und zu 10 Prozent durch den Kreis finanziert wurden. Abgedeckt wurden dadurch der Ausbau der Verwaltungsgebäude, der Werkstattinfrastruktur und des Betriebs Hofes, die Anschaffung neuer Fahrzeuge, die Aufrüstung der Haltestelleninfrastruktur sowie der Aufbau eines dynamischen Fahrgastinformationssystems. Die Investitions- und Betriebskosten werden insgesamt über vier Säulen gedeckt: Beteiligung der Kommunen an Stadt- und Rufbusverkehren, Fahrgasterlöse, Fördermittel und ein Betriebskostenzuschuss durch den Landkreis Leipzig. Besonders der Betriebskostenzuschuss erweist sich als essenziell für den Betrieb des neuen Liniennetzes.

Personal

Für die Umsetzung des modernisierten Liniennetzes mussten ca. 70 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Bereichen Fahrbetrieb,

Werkstatt, Personalverwaltung und Kundenservice eingestellt werden. Um trotz des aktuell vorherrschenden Personalmangels genügend Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rekrutieren zu können, wurden die Akquise von Arbeitskräften intensiviert. Neben attraktiven Arbeitsbedingungen mit guten Gehältern und Sozialleistungen wurde auch international nach neuem Personal gesucht. Zudem wurde ein Quereinstieg aus anderen Branchen erleichtert, man baute Ausbildungsprogramme auf und verstärkte die Kooperation mit dem Arbeitsamt

Erfolgsfaktoren

- finanzielle Sicherheit durch ausreichende Förderung
- Beteiligung der Fahrgäste und Wirtschaft bei der Erarbeitung des neuen Liniennetzes
- übergeordnete Planungsgruppe, die dem Prozess einen Rahmen gibt und ihn steuert
- stetige Unterstützung durch kommunalpolitische Ebenen und den Verkehrsverbund

Überblick	
Projektgebiet	Das Projektgebiet liegt im Einzugsbereich der Städte Bad Lausick, Brandis, Colditz, und Grimma. Diese befinden sich im Südosten des Landkreises Leipzig.
Bundesland	Sachsen
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStar 17: Typ-Nr. 224 bis 114
Mobilitätstyp	Regionales Bus-Bahn-Gesamtsystem
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ■ Landkreis Leipzig ■ Mitteldeutscher Verkehrsverbund ■ Regionalbus Leipzig GmbH ■ Kommunen ■ Vertreter aus der lokalen Wirtschaft ■ Zweckverband Nahverkehrsraum Leipzig
Internetpräsenz	https://regionalbusleipzig.de/fahrangebote/muldental-in-fahrt

2.3 Hofer LandBus



Quelle: Landkreis Hof

„Der Hofer LandBus fährt an 365 Tagen im Jahr ohne festen Fahrplan und ohne feste Routen über 1.450 Haltestellen an – insbesondere auch Orte, die vom herkömmlichen ÖPNV-Angebot nicht abgedeckt werden.“ (Michael Stumpf, Landkreis Hof)

Die Mobilitätslösung

Die Sicherstellung einer ausreichenden Grundversorgung der Mobilität im ländlichen Raum kann mittels flexibler und bedarfsgesteuerter Bedienungsformen erfolgen. On-Demand-Angebote werden in der Praxis häufig entweder als Ersatz zum regulären Linienverkehr in nachfrageschwachen Randzeiten oder als Ganztagesangebot auf nachfrageschwachen Relationen eingesetzt.

Der Hofer LandBus

... ist ein modernes On-Demand-System im Landkreis Hof, das flexibel auf Anfrage und ohne festen Fahrplan die Erschließung im ländlichen Raum abseits bestehender ÖPNV-Verbindungen stärken soll. Das Projekt ist ein Teilbaustein im Gesamtsystem des ÖPNV und soll in Verbindung

mit herkömmlichen ÖPNV-Angeboten eine kostengünstige Alternative zum eigenen Pkw darstellen. Der Hofer LandBus ist überwiegend für kurze und mittlere Strecken ausgelegt. Fahrten sind immer innerhalb des eigenen Gemeindegebietes sowie in das Gebiet aller Nachbargemeinden möglich. In ausgewählten Kommunen sind auch weitere Verbindungen sowie eine Fahrt ins Stadtgebiet Hof möglich. Nach einer knapp einjährigen Planungsphase startete das Angebot im September 2019 in zwei Kommunen in die Pilotphase. Seitdem wird das Bedienungsgebiet mit einem engmaschigen Haltestellennetz kontinuierlich erweitert. Im Fokus der Erweiterungen stehen vorrangig Gemeinden mit einer unzureichenden Anbindung an den ÖPNV. Der Hofer LandBus trägt durch die neu geschaffenen Verbindungen zu einer Aufwertung der Lebensqualität bei. Die positiven Effekte sind unabhängig vom Wegezweck festzustellen. Der Hofer LandBus gewährleistet flexible Mobilität unter anderem im Ausbildungs-, Einkaufs- und Freizeitverkehr. Zukünftig wird eine Ausweitung des Angebotes auf den gesamten Landkreis Hof und eine Verknüpfung mit den Grenzgemeinden der Nachbarkreise angestrebt.

Finanzierung

Der Betrieb des Hofer LandBusses verursacht aktuell monatliche laufende Kosten von circa 170.000 Euro. Dabei wird der Großteil der Kosten durch Fördermittel über das Projekt „Mobilität im ländlichen Raum des Freistaates Bayern“ gedeckt.

Personal

Je eingesetztem Fahrzeug werden vier Fahrerinnen oder Fahrer benötigt. Um die Gewinnung neuen Fahrpersonals zu beschleunigen und dem Mangel beim Fahrpersonal entgegenzuwirken, werden Anträge auf einen Personenbeförderungsschein beim Landkreis Hof für den Hofer LandBus bevorzugt bearbeitet. 90 Prozent der Buchungen erfolgen per App. Die telefonischen Buchungsanfragen werden derzeit von zwei

Personen in der Hofer Landbuszentrale des Verkehrsunternehmens bearbeitet. In der Planung und Koordinierung sind zwei Personalstellen nötig.

Erfolgsfaktoren

- Offenheit aller an der Planung beteiligten Akteure gegenüber flexiblen Bedienungsformen
- politischer Wille zur Umsetzung des Projektes innerhalb der Kreis-, Gemeinde- und Stadträte
- gute Zusammenarbeit mit den Projektbeteiligten
- langfristig gesicherte Finanzierung zur Planungs- und Angebotssicherheit

Überblick	
Projektgebiet	Landkreis Hof
Bundesland	Bayern
Topografie	Bewegt
Regionstyp	RegioStaR17: Typ-Nr. 225 bis 224
Mobilitätstyp	Flexible und bedarfsgesteuerte Bedienungsformen
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ■ Arbeitskreis ÖPNV auf Landkreisebene (überparteiliches Gremium) ■ Vertreter des Landkreises, der angrenzenden Kreise und des Landrates ■ Freistaat Bayern/Regierung von Oberfranken (Förderung) ■ Kreis-, Stadt-, Gemeinderäte sowie Landrat, Bürgermeisterinnen und Bürgermeister im Kreisgebiet
Internetpräsenz	https://www.hofer-landbus.de/

2.4 Mobility on Demand



Quelle: MoD Holding GmbH

*„Wenn wir alle Alternativen des Umweltverbundes integrativ denken und idealerweise in einer App verfügbar machen, ermöglichen wir eine zuverlässige und effiziente Mobilität auch ohne eigenen Pkw.“
(Stefan Rouwen, Geschäftsführer MoD Holding GmbH)*

Die Mobilitätslösung

Häufig werden flexible und bedarfsgesteuerte On-Demand-Angebote in nachfrageschwachen Randzeiten oder als Lückenschluss in gering erschlossenen Gebieten eingesetzt. Damit wird das Angebot oft auf eine reine Daseinsvorsorge reduziert. Um aber in Klein- und Mittelstädten sowie im ländlichen Raum einen signifikanten Beitrag zu einer nachhaltigen Mobilität zu erreichen, und dies zu einem guten Kosten-Nutzen-Verhältnis, ist eine Einführung des On-Demand-Verkehrs als flächendeckender und stets verfügbarer Service lohnend.

Mobility-on-Demand

... ist ein flexibles On-Demand-Angebot, das mit einem ganztägigen Angebot an sieben Tagen die Woche die Stadt Neustadt an der Weinstraße



Mobility-on-Demand

sowie Teile der Landkreise Südliche Weinstraße und Bad Dürkheim flächendeckend an derzeit knapp 700 Haltepunkten bedient. Dadurch wird erreicht, dass im gesamten Servicegebiet der Fußweg zum Einstieg bzw. vom Ausstieg zum gewünschten Ziel in weniger als drei Minuten zurückgelegt werden kann. Im Mittelpunkt des Projekts stehen die Ziele, die Lärm- bzw. Schadstoffemissionen und den Flächenverbrauch des Pkw-Verkehrs sowie die damit zusammenhängenden CO₂-Emissionen zu reduzieren. Mobility-on-Demand soll die Mobilität von Menschen ohne eigenen Pkw sichern, aber vor allem auch eine attraktive Alternative für Menschen mit Pkw schaffen. Die Projektidee stammt aus dem Jahr 2015. Im Jahr 2019 konnte der Pilotbetrieb in Neustadt an der Weinstraße aufgenommen werden und zwei Jahre später erhielt Mobility-on-Demand mit Unterstützung des Aufgabenträgers Neustadt an der Weinstraße die Betriebsgenehmigung vom zuständigen Landesbetrieb Mobilität (LBM) für die nächsten zehn Jahre. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse aus mehreren innovativen Forschungsprojekten erfolgt seit 2023 eine kontinuierliche Ausweitung des Bediengebietes auf angrenzende Gemeinden in den Landkreisen Bad Dürkheim und Südliche

Weinstraße. Um langfristig nicht nur in den Spitzenstunden kostendeckend operieren zu können, liegt der Fokus mittelfristig darauf, Mobility-on-Demand als kostengünstige und zuverlässige Mobilitätsoption für den Arbeitsweg und Besorgungen zu etablieren. Neben der Einführung multi- und intermodaler Angebote stehen die Automatisierung des Betriebsablaufs und die Implementierung autonom fahrender Fahrzeuge im Fokus zukünftiger Entwicklungen.

Finanzierung

Das Angebot ist als privatwirtschaftliches Projekt organisiert; deshalb unterscheidet sich die Finanzierung von anderen etablierten Bedarfsverkehren. Die Konzeptions- und Planungsphase wurde im Wesentlichen durch Eigenmittel und Investorengelder finanziert. In der Einführungs- und Entwicklungsphase kamen Fördermittel aus drei verschiedenen Forschungsprojekten des BMVI und BMWI hinzu. Im laufenden Betrieb ist der größte Kostenblock das Fahrpersonal, welches über 50 Prozent der anfallenden Kosten verursacht. Konsequente Digitalisierung und Automatisierung aller Geschäftsprozesse sowie die Nutzung von Synergien mit anderen Mobilitäts- und Logistikdienstleistungen sollen mittelfristig ermöglichen, Mobility-on-Demand nahezu kostendeckend anbieten zu können.

Personal

Mobility-on-Demand beschäftigt aktuell rund 90 Fahrerinnen und Fahrer in unterschiedlichem Anstellungsumfang, der von Vollzeit über Teilzeit bis Minijob reicht. Besonderer Wert wird auf ein gutes Verhältnis vom Fahrpersonal zu den Fahrgästen gelegt. Durch freundliche Fahrerinnen und Fahrer soll das Sicherheitsgefühl der Fahrgäste gestärkt und deren Nutzererlebnis verbessert werden. Dem Personalmangel wurde in der Akquise durch eine flexible Integration verschiedener Arbeitsformen entgegengewirkt. Das Fahrpersonal wird um weitere zehn Personen im Leitstand und vier Personen in der Fahrdienstleitung ergänzt. Die Personen des operativen Betriebs werden derzeit durch 17 Mitarbeitende in anderen Bereichen (u. a. Personal, Finanzen, Geschäftsentwicklung) ergänzt.

Erfolgsfaktoren

- flächendeckendes 24/7-Angebot mit hoher Zuverlässigkeit
- gezielte Akquisition neuer Nutzergruppen inklusive Geschäftskunden
- konsequente Digitalisierung und Automatisierung der Geschäftsprozesse
- Finanzierungsmix: private Mittel + neutrale Erträge aus Forschungsprojekten

Überblick	
Projektgebiet	Neustadt an der Weinstraße sowie Verbandsgemeinden aus den Landkreisen Südliche Weinstraße und Bad Dürkheim
Bundesland	Rheinland-Pfalz
Topografie	Bewegt
Regionstyp	RegioStar 17: Typ-Nr. 215 bis 114
Mobilitätstyp	Flexible und bedarfsgesteuerte Bedienungsformen
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Neustadt, Landkreis Bad Dürkheim, Landkreis Südliche Weinstraße (Aufgabenträger) ▪ Fraktionen und Vorstände der Städte und Gemeinden als politische Akteure zum Beschluss der Einführung ▪ Verkehrsverbund, Landesbetrieb Mobilität (Einwilligung und Genehmigung)
Internetpräsenz	https://www.mobility-on-demand.com/

2.5 Stadtbussystem Lemgo



Quelle: Stadtwerke Lemgo GmbH

„Der Stadtbus bringt Bewegung in das Stadtleben.“
(Jürgen Kleß, Leiter Stadtbus und Parken Stadtwerke Lemgo)

Die Mobilitätslösung

Ein Stadtbussystem ist ein innerstädtisches Verkehrssystem des ÖPNV, das hauptsächlich

auf Bussen basiert. Diese Systeme sind darauf ausgelegt, den Transport innerhalb einer Stadt effizient zu gestalten und die verschiedenen Stadtteile miteinander zu verbinden. Stadtbusse fahren in regelmäßigen Abständen und bieten oft gute Umsteigemöglichkeiten untereinander oder zu anderen Verkehrsmitteln.

Der Stadtbus Lemgo

... ist ein aus fünf Buslinien bestehendes Stadtbussystem, das Verbindungen zwischen den Ortsteilen und dem Stadtzentrum ermöglicht. Die Bedienung erfolgt weitestgehend im 15- bis 30-Minuten Takt. Ein zentraler Treffpunkt im Stadtkern mit abgestimmten Ankunfts- und Abfahrtszeiten ermöglicht ein fahrgastfreundliches Umsteigen zwischen den Linien. Insgesamt sind 16 Stadtbusse im Einsatz. Dabei entfallen acht Busse auf den Einsatz im Halbstundentakt und sechs Busse auf die Linien des Viertelstundentaktes. Zwei Busse stehen als betriebliche Reserve bereit. Ende des Jahres 2025 werden 14 Elektrobusse in den Betrieb gehen und die alten Fahrzeuge ablösen.

Das Stadtbusnetz soll eine klimaschonende Alternative zum motorisierten Individualverkehr (MIV) bieten und das MIV-Verkehrsaufkommen damit langfristig reduzieren. Das Angebot richtet sich an alle Personen, die in Lemgo Wege zurücklegen. Mit der LemGoCard werden Dauerkunden im Abonnement angesprochen. Die LemGoCard ist gegenüber dem regulären Verbundtarif deutlich rabattiert, sie ist übertragbar und hat eine Mitnahmemöglichkeit. Der rabattierte Preis ermöglicht einen sogenannten Preis-/Mengeneffekt. Der Preis der LemGoCard beträgt 29 Euro (Stand Januar 2025) und ist auch für Gelegenheitsfahrer bereits ab der 10. Fahrt/Monat im Preisvorteil.

Das Projekt wurde durch ein bereits bestehendes erfolgreiches Stadtbuskonzept aus Dornbirn (Vorarlberg) in Österreich inspiriert. Diese Stadt ist ähnlich groß wie Lemgo; hier funktionierte das Rendezvous-System mit seinen schnellen Umstiegen an einem zentralen Taktknoten bereits, davon hatten sich die Lemgoer Verantwortlichen vor Ort selbst überzeugt. Nachdem

1992 dann der Planungsauftrag erteilt wurde, fanden umfangreiche Analysen der Siedlungsstrukturen statt, um das Angebot zielgerichtet an die Nachfrage anzupassen. Nach insgesamt zwei Jahren Planungsphase startete der Betrieb mit drei Buslinien im September 1994.

Aufgrund des großen Erfolgs und steigender Fahrgastzahlen wurde das System nach und nach erweitert. Heute verzeichnet der Stadtbus etwa 2,1 Millionen Fahrgäste pro Jahr. Er ist zu einer Institution im Stadtbild von Lemgo geworden. Dabei ist der Fahrpreis ein entscheidender Faktor für die Akzeptanz. Wichtigstes Element hierbei ist ein vergünstigtes Abo. Der Verlust, der durch den vergünstigten Ticketverkauf beim Verkehrsdienstleister entsteht, wird durch die Stadtwerke ausgeglichen.

Finanzierung

Die jährlichen Kosten von rund 3,1 Millionen Euro übersteigen die Einnahmen. Das Defizit, das abzüglich der Fahrgeldeinnahmen und Zuschüsse (ÖPNVG NRW § 11a und 11.2) verbleibt, wird durch eine Querfinanzierung aus anderen Geschäftsbereichen der Stadtwerke Lemgo aufgefangen.

Personal

Die Bereitstellung des Fahrpersonals stellt eine große Herausforderung dar. Insgesamt sind etwa 70 Busfahrerinnen und Busfahrer für den Stadtbus im Einsatz. Neben dem Fahrpersonal ist der weitere Personalbedarf überschaubar. Während der Planungsphase begleitete die Verwaltung der Stadt Lemgo den Prozess. Hier ist heute kein Personalbedarf mehr notwendig. Im Regelbetrieb braucht es heute nur noch eine halbe Personalstelle bei den Stadtwerken für die Planung und Weiterentwicklung des Bussystems. Zusätzlich gibt es weiteren Personalbedarf im

Bereich ÖPNV, Parken und Marketing (1,5 Personalstellen) sowie für das Kundenzentrum (3,5 Personalstellen über einen Dienstleister). Das Kundenzentrum stellt eine wichtige Anlaufstelle für die Bürgerinnen und Bürger dar.

Erfolgsfaktoren

- politischer Druck zur Aufstellung eines Verkehrsentwicklungsplanes und Unzufriedenheit in der Bevölkerung mit dem vorhandenen Angebot gaben Anstoß für das Projekt
- kaum Widerstände unter den Akteuren im Hinblick auf die Ziele des Projektes, starker politischer Rückhalt
- Beispielprojekt als gute Vorlage, Planungsbüro mit Erfahrung bei Planung des Rendezvous-systems
- dichter Takt stellt eine attraktive Alternative zum Individualverkehr dar
- Einführung der Parkraumbewirtschaftung als unterstützender Push-Faktor
- umfangreiches Marketing entscheidend für die Akzeptanz; Hauptbestandteile: Markenbildung, Internetauftritt, Wiedererkennungswert der Busse
- gegenüber dem Verbundtarif deutlich rabattiertes Abo-Ticket (LemGoCard)
- partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Regionalbus-Aufgabenträger Kreis Lippe, keine Konkurrenz

Überblick

Projektgebiet	Stadt Lemgo
Bundesland	Nordrhein-Westfalen
Topografie	Hügelig
Regionstyp	RegioStar 17: Typ-Nr. 213
Mobilitätstyp	Stadt-, Orts-, Kleinbussysteme
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verwaltung der Stadt Lemgo (begleitete den Planungsprozess) ■ Planer des externen Planungsbüros (Auftragnehmer) ■ Stadtwerke (Aufgabenträger Planung und Geschäftsstelle) ■ Verkehrsdienstleister ■ Kreis Lippe mit der KVG Lippe als Regionalbus-Aufgabenträger
Internetpräsenz	https://www.stadtbus-lemgo.de/

2.6 Bürgerbus Rhede



Quelle: Reinhard Spatzier

„Die gute Zusammenarbeit zwischen Verein und Stadtverwaltung ist ein Schlüssel zum Erfolg des Bürgerbusses. Viele andere Bürgerbusvereine würden sich eine ähnliche Unterstützung in ihrer Kommune wünschen.“ (Reinhard Spatzier, 1. Vorsitzender Bürgerbusverein Rhede e. V.)

Die Mobilitätslösung

Bürgerbusse ergänzen den öffentlichen Nahverkehr in wirtschaftlich unrentablen Bedienegebieten und/oder -zeiten. Sie werden von ehrenamtlich Tätigen organisiert und gefahren.

Der Bürgerbus Rhede

... verbindet das Zentrum der Stadt Rhede mit den vier Ortsteilen und den ländlichen Streusiedlungen sowie die Ortsteile/Streusiedlungen untereinander. Auf den bedienten Relationen verkehrt kein regulärer ÖPNV im Linienbetrieb. Der Betrieb des Bürgerbusses wird vom Bürgerbusverein Rhede e. V. organisiert. Dessen Ziel ist es, den Menschen ein preisgünstiges Mobilitätsangebot zur Verfügung zu stellen – insbesondere den Bewohnerinnen und Bewohnern der Ortsteile. Der Bürgerbus wird im Rahmen

eines sogenannten Inselftarifs betrieben. Eine Fahrt kostet – je nach Entfernung – zwischen einem und vier Euro und ist damit günstiger als eine Fahrt im Rahmen des in der Region gültigen Westfalentarifs. Von 2004 bis 2022 war der Bürgerbus im konventionellen Linienbetrieb (nach festem Fahrplan und auf einem festen Linienweg) unterwegs. Seitdem wird er als bedarfsorientierter, zeitlich flexibler Rufbus betrieben und zählt damit zu den On-Demand-Vorreitern unter den Bürgerbussen. Die Umstellung erfolgte aufgrund des deutlichen Fahrgastrückgangs und zunehmender Frustration bei den ehrenamtlichen Fahrerinnen und Fahrern aufgrund vieler Leerfahrten. Die Fahrtwünsche können sowohl per Telefon als auch über ein Online-Portal angemeldet und gebucht werden. Durch die erhöhte Attraktivität des Bürgerbusses konnten die Fahrgastzahlen wieder gesteigert und der Betrieb aufrechterhalten werden. Waren früher fast ausschließlich Seniorinnen und Senioren mit dem Bürgerbus unterwegs, so konnten mit der Umstellung auf den flexiblen Betrieb und der Möglichkeit, Fahrtwünsche auch online zu bestellen, auch neue Fahrgäste aus anderen Bevölkerungsgruppen, wie Jugendliche oder Berufstätige, gewonnen werden.

Finanzierung

Das 2021 angeschaffte barrierefreie Fahrzeug kostete 90.000 Euro. Diese wurden zu 60 Prozent über die Bürgerbusförderung des Landes NRW erbracht und zu 40 Prozent durch die Stadt Rhede. Für die Umstellung auf den bedarfsorientierten Betrieb stellt das Land NRW seit 2023 gemäß § 14 ÖPNVG NRW zusätzlich 10.000 Euro zur Finanzierung der erforderlichen Investitionen zur Verfügung. Der Bürgerbusverein Rhede hat auf Antrag nachträglich im Januar 2025 diese Summe erhalten. Sie diente zur Anschaffung der Dispositionssoftware und einer neuen Buchungs-App, die bspw. auch über den App-Store zu beziehen ist. Der laufende Betrieb kostet jährlich etwa 30.000 Euro. Dies umfasst vor allem Aufwendungen für Kraftstoff, Versicherungen, Software und Servermiete, den Mobilfunkvertrag, Fahrzeugreparaturen und Hauptuntersuchung (HU)/Abgasuntersuchung (AU) sowie die Beiträge zur Berufsgenossenschaft und Gesundheitsuntersuchungen der Fahrerinnen und Fahrer. Aktuell werden die Kraftstoffkosten in etwa über die Fahrgeldeinnahmen gedeckt. Zur Finanzierung der übrigen Ausgaben konnten Sponsoren gewonnen werden. Das sind Unternehmen aus der Stadt Rhede, darunter örtliche Banken und Versicherungen sowie Handwerksbetriebe. Für besondere Ausgaben wie Vereinsfeiern oder betriebsärztliche Untersuchungen der Fahrerinnen und Fahrer bezahlt das Land NRW eine sogenannte Organisationspauschale für Bürgerbusse in Höhe von derzeit 6.500 Euro pro Jahr.

Personal

Der Betrieb des Bürgerbusses wird von 35 ehrenamtlichen Fahrerinnen und Fahrern sowie ca. fünf weiteren Personen für administrative Aufgaben aufrechterhalten. Insbesondere die vier Mitglieder des geschäftsführenden Vorstandes sind für die professionelle Organisation des Bürgerbus Rhede verantwortlich.

Erfolgsfaktoren

- historisch bedingtes sehr gutes Verhältnis des Bürgerbusvereins zur Stadtverwaltung Rhede: Initiative für den Bürgerbus kam von einem Mitarbeitenden der Stadtverwaltung
- erhebliche Anzahl an engagierten Ehrenamtlichen und Sponsoren
- Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Münster) dem Bürgerbus aufgeschlossen
- Inseltarif erlaubt Festlegung eigener Fahrpreise – unabhängig vom umliegenden Verkehrsverbund – und bietet so größere Flexibilität
- Verein Pro Bürgerbus NRW mit vielen Informationen und Unterstützungsangeboten
- Bürgerbusförderung des Landes NRW: Förderung der Fahrzeugbeschaffung, Fördermittel für Umstellung auf flexiblen Betrieb, jährliche Organisationspauschale

Überblick	
Projektgebiet	Stadt Rhede, 19.528 Einwohner
Bundesland	Nordrhein-Westfalen
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStaR 17: Typ-Nr. 214
Mobilitätstyp	Bürgerschaftliche Mobilitätsangebote
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bürgerbusverein ▪ Stadt Rhede (Initiative, Finanzierung + Unterstützung) ▪ Verkehrsunternehmen Westfalenbus (als Konzessionsinhaber) ▪ Land (als Fördermittelgeber) ▪ Sponsoren ▪ Bezirksregierung Münster (Genehmigungsbehörde)
Internetpräsenz	https://buergerbus-rhede.de/

2.7 Dörpsmobil Medelby



Quelle: Dörpsmobil Kirchspiel Medelby e. V.

„Der Verein muss professionell geführt werden (wie ein Unternehmen und nicht wie ein Hobby), um ein stabiles Netz aufzubauen, in dem die Fahrzeuge immer funktionsfähig sind und somit für die Nutzenden eine verlässliche Alternative zum privaten Pkw darstellen.“ (Uwe Hoffmann, 1. Vorsitzender des Dörpsmobil-Vereins Kirchspiel Medelby)

Die Mobilitätslösung

Dörpsmobile („Dörp“ plattdeutsch für „Dorf“) sind E-Carsharing-Autos, die den Einwohnerinnen und Einwohnern kleiner Gemeinden in ländlichen Regionen vereinsbasiert oder über die Gemeinde zur Verfügung gestellt werden. In der Regel werden diese ehrenamtlich betrieben.

Dörpsmobil Medelby

... wird von einem eingetragenen Verein betrieben. Dieser stellt zwei Elektroautos zur Verfügung – eins in Medelby und eins in Wallsbüll. Die Kunden schließen mit dem Verein als Anbieter bei der Anmeldung einen Rahmenvertrag. Danach können die Fahrerinnen und Fahrer die Fahrzeuge rund um die Uhr im Internet und über eine spezielle Handyplattform buchen. Der Verein hat insgesamt rund 100 Mitglieder, davon sind etwa 40 aktive Nutzerinnen und Nutzer der Fahrzeuge. Die übrigen Vereinsmitglieder unterstützen den Verein durch ihre Mitgliedschaft. Die Dörpsmobile wurden in den ersten drei Jahren (2018 bis 2021) von zwei regionalen Energieversorgern verwaltet. Diese haben das Projekt im Jahr 2017 auf Initiative eines Gemeinderatsmitgliedes – anlässlich der E-Mobilität-Förderung durch das Land Schleswig-Holstein – umgesetzt. Die aus Versicherungsgründen erforderliche Vereinsgründung erfolgte im Sommer 2017. Das Engagement der Unternehmen ermöglichte eine schnelle Umsetzung des Dörpsmobilprojekts innerhalb von wenigen Monaten von der Idee bis zur ersten Fahrzeugnutzung (Januar 2018).

Das Projekt „Dörpsmobil Medelby/Wallsbüll“ ist eingebunden in das landesweite Kooperationsprojekt Dörpsmobil SH, das von der Akademie für die ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e. V. entwickelt wurde. Dieses koordiniert rund 30 Betreiber (v. a. Vereine) von E-Carsharing als Ergänzung zum ländlichen ÖPNV nach dem Vorbild des Dörpsmobil Klixbüll. Das Dörpsmobil-Netzwerk ist wichtig für die einzelnen Vereine, z. B., um über neue gesetzliche Regelungen informiert zu werden, zum Erfahrungsaustausch sowie zur gemeinsamen Nutzung der Buchungssoftware. Darüber hinaus gibt die Koordinierungsstelle wichtige Hilfestellungen und Beratungsangebote bei der Planung und Initiierung von Dörpsmobil-Projekten.

So werden z. B. Kalkulationstabellen und eine Muster-Vereinsatzung zur Verfügung gestellt und eine Einschätzung der zu erwartenden Nutzungszahlen aufgrund von Erfahrungswerten in anderen ähnlich strukturierten Gemeinden gegeben.

Finanzierung

Die Betriebskosten für die beiden Fahrzeuge belaufen sich auf etwa 13.000 Euro jährlich. Diese umfassen insbesondere die Kosten für das Fahrzeugleasing, den Strom, erforderliche Reparaturen sowie den Betrieb der Ladesäule und der Buchungssoftware. In den Anfangsjahren übernahmen die Energieversorgungsunternehmen alle Kosten, die nicht über Vereinsbeiträge und die Fahrzeugnutzungsgebühren gedeckt waren. Anschließend akquirierte der Dörpsmobil-Verein regionale Sponsoren, die das Projekt seither finanziell unterstützen. Das Projekt erhält keine Förderung durch die öffentliche Hand mehr.

Personal

Nach dem Ausstieg der Energieversorgungsunternehmen übernahm der Dörpsmobil-Verein mit ehrenamtlich Tätigen die organisatorischen Aufgaben. Insbesondere der Vereinsvorstand, der Kassen- und der Schriftwart sowie ein sogenannter „Fahrzeug-Kümmerer“ sorgen für eine hohe Verlässlichkeit des Mobilitätsangebots.

Erfolgsfaktoren

- Energieversorgungsunternehmen ermöglichten in den Anfangsjahren schnelle Umsetzung und reibungslosen Betrieb
- großes Engagement und hohe Professionalität der ehrenamtlich tätigen Vereinsmitglieder sorgt für eine hohe Verlässlichkeit des Mobilitätsangebots

Überblick	
Projektgebiet	Gemeinden Medelby und Wallsbüll im Kreis Schleswig-Flensburg, 1.980 Einwohner
Bundesland	Schleswig-Holstein
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStaR 17: Typ-Nr. 225
Mobilitätstyp	Bürgerschaftliche Mobilitätsangebote
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dörpsmobil-Verein ▪ Kommunalpolitik ▪ lokale Energieversorger ▪ Sponsoren
Internetpräsenz	https://www.doerps-mobil.de/

2.8 Usedom Rad MV-Rad



Quelle: MV-Rad

„Monitoring und Evaluation sind wichtig, um notwendige Anpassungen am Angebot aufgrund des Nutzungsverhaltens und -bedarfs der Menschen vornehmen zu können. So kann das Angebot fortlaufend optimiert werden.“ (Axel Bellinger, Geschäftsführer MV-Rad GmbH/Usedom Rad GmbH)

Die Mobilitätslösung

Zur Unterstützung einer nachhaltigen und flexiblen Mobilität gibt es ein stationsgebundenes

Online-Fahrradverleihsystem auf der gesamten Insel Usedom sowie auf dem angrenzenden Festland. Unter der Dachmarke MV-Rad ist das Fahrradverleihsystem bundeslandweit in Mecklenburg-Vorpommern verfügbar und wird ständig weiter ausgebaut.

Das Usedom Rad MV-Rad

... ist ein Fahrradverleihsystem, das 24/7 zur Kurz- und Langzeitmiete zur Verfügung steht.

Über eine App können neben Standard-Fahrrädern je nach Verfügbarkeit an den Stationen auch Sondermodelle (wie Kinderräder, Lastenräder, Pedelecs) sowie Fahrrad-Kindersitze ausgeliehen werden. Das Verleihsystem ist hochflexibel, so dass der Rückgabeort vom Ausleihort abweichen kann und somit auch One-Way-Fahrten innerhalb Mecklenburg-Vorpommerns möglich sind.

Neben dem klassischen Verleihsystem auf der Insel Usedom umfasst die integrierende Dachmarke MV-Rad weitere Fahrradverleihangebote:

- Kurkarte Ostseebad Ückeritz: kostenlose Nutzung der Leihfahrräder für Kurkarten-Inhaber
- BürgerRad MV: Bewohnerinnen und Bewohner eines Teils des Achterlandes können die Usedom-Räder auf der gesamten Insel Usedom sowie in Anklam, Wolgast und Greifswald für den halben Preis nutzen.
- DienstRad MV: Interessierte Unternehmen und Einrichtungen in Mecklenburg-Vorpommern können die Verleihräder von MV-Rad als Diensträder nutzen.
- Kooperationen mit Jugendherbergen: Alle Jugendherbergen in Mecklenburg-Vorpommern verfügen über eine MV-Rad-Verleihstation.
- Kooperationen mit Städten: In einer wachsenden Anzahl von Städten in Mecklenburg-Vorpommern stehen Leihfahrräder als StadtRad zur Verfügung.

Das Fahrradverleihsystem wird kontinuierlich räumlich ausgeweitet und um neue Angebotskomponenten weiterentwickelt. Ziel ist neben der Förderung des Fahrradtourismus insbesondere auch die Unterstützung einer nachhaltigen

und flexiblen Mobilität, so dass eine Mobilität unabhängig vom Auto erleichtert wird.

Finanzierung

Die Konzeption des Mobilitätsangebots wurde im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplans 2002–2012 sowie die Pilotphase durch Fördermittel im Rahmen des Modellversuchs “Innovative öffentliche Fahrradverleihsysteme – Neue Mobilität in den Städten” durch das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) finanziert. Der Betriebsbeginn war im April 2011 mit 400 Leihfahrrädern auf der Insel Usedom. Seit Januar 2013 finanziert sich das Fahrradverleihsystem selbst, d. h. unabhängig von weiteren Fördermitteln.

Ein wesentlicher Beitrag zur Basisfinanzierung des Leihradsystems wird durch Großkunden als Werbepartner bzw. Kooperationspartner geleistet. Sie führen Pauschalbeträge unabhängig von einer tatsächlichen Nutzung ab.

Um die Kosten des Systems möglichst niedrig zu halten, wurde eine eigene Werkstatt eingerichtet, in der die Fahrräder zusammengebaut und auch repariert werden. Im Vergleich zum Kauf der Räder am Markt sind die Kosten pro Fahrrad um etwa 20 Prozent geringer. Gleichzeitig sind diese Fahrräder aufgrund der Materialauswahl weniger reparaturanfällig, so dass auch langfristig Kosten eingespart werden.

Personal

Der Personalaufwand ist vergleichsweise gering und umfasst aktuell acht Personen. Neben der Geschäftsführung wird Personal im Servicebereich (Werkstatt und Betreuung der Stationen) sowie in der Administration (Buchhaltung u. ä.) benötigt. Die größten personellen Einsparungen

gehen einerseits auf die Digitalisierung des Ausleihprozesses zurück und andererseits durch einen größeren Sachmitteleinsatz. So werden die einzelnen Leihstationen mit der dreifachen Menge an Fahrrädern bestückt, die durchschnittlich pro Woche ausgeliehen werden, um die personalintensive Umverteilung von Fahrrädern zwischen den Stationen nur in größeren zeitlichen Abständen durchführen zu müssen.

Erfolgsfaktoren

- Zusammenschluss von lokalen Fahrradverleihbetrieben zu Beginn: keine neuen Strukturen erforderlich, vorhandenes Fachwissen der Fahrradverleihbetriebe konnte eingebunden werden: schneller und reibungsloser Betriebsstart möglich
- Angebot setzt sich von klassischen lokalen Fahrradverleihern ab: Ausleihen sind 24/7 auch stundenweise und mit Rückgabe an anderen Stationen möglich
- Klare, hierarchische Unternehmensstruktur erleichtert Kommunikation mit der Politik und gleichzeitig auch operative Entscheidungen innerhalb des Unternehmens
- Frühzeitige Mitnahme relevanter Akteure bis auf Landesebene für die Pilotphase ermöglicht ein schnelles Wachstum bzw. flächenhaftes Ausrollen. Dies wiederum ist ein wichtiges Argument für weitere Unterstützung durch die Bundesebene.
- Ein schnelles Wachstum bzw. flächenhaftes Ausrollen wiederum führen zu einem hohen Bekanntheitsgrad und stärken die Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit.
- Gewinnung von Großkunden für finanzielle Basis
- Ausschließungsverträge mit größten konkurrierenden Anbietern in Deutschland

Überblick	
Projektgebiet	Usedom-Rad: Insel Usedom und angrenzendes Festland; MV-Rad als Dachmarke bundeslandweit verfügbar
Bundesland	Mecklenburg-Vorpommern
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStaR17: Typ-Nr. 224 und 225
Mobilitätstyp	Mobilstationen und Sharing-Mobilität
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ■ 10 größte Radverleiher Usedoms (zu Beginn) ■ Fürsprechende auf allen administrativen Ebenen ■ Premiumpartner: Werbekunden als wichtige Einnahmequelle ■ Kooperationspartner und Großkunden ■ Medienwirksames Ausrollen des Angebotes
Internetpräsenz	www.usedom-rad.de www.mv-rad.de/home

2.9 FLASH – FahrerLoses Automatisiertes SHuttle im Landkreis Nordsachsen



Quelle: Christian Modla

„Mit dem FLASH wird der fahrerlose Betrieb im ÖPNV im regulären Linienverkehr getestet. Dies bietet gegenüber den meisten anderen Projekten, bei denen in der Regel automatisiertes Fahren und On-Demand-Betrieb verknüpft werden, den Vorteil, dass die Komplexität der technischen Umsetzung kleiner und handhabbarer ist. So können wichtige Erkenntnisse für den alltäglichen Betrieb der Fahrzeuge im ÖPNV gewonnen werden.“ (Christian Hoyas, Leiter des Straßenverkehrsamts im Landkreis Nordsachsen)

Die Mobilitätslösung

Fahrerlose Linien- und Bedarfsverkehre bieten – angesichts des bestehenden und zu erwartenden Fachkräftemangels – eine Chance, die Mobilität in ländlichen Regionen weiterhin zu gewährleisten bzw. diese zu verbessern.

FLASH

... ist ein Shuttle zwischen dem S-Bahnhof Rackwitz und dem Schladitzer See im Landkreis Nordsachsen. Es verkehrt im Sommerbetrieb donnerstags bis sonntags sowie feiertags (fast

stündlich zwischen 8 bzw. 9 Uhr und 19 Uhr. FLASH ist einer der ersten Busse, der mit ortsüblicher Geschwindigkeit (70 km/h) automatisiert fahren kann und der in den regulären Linienbetrieb eingebunden ist. Im Shuttle haben circa 20 Fahrgäste sowie ein Fahrer/eine Fahrerin Platz. Das Fahrzeug verfügt über ein hybrides Steuerungskonzept. Dieses ermöglicht es, dass FLASH sowohl automatisiert als auch manuell betrieben werden kann. Im laufenden Betrieb kann nahtlos zwischen beiden Modi gewechselt werden. Das heißt, der begleitende Fahrer oder die begleitende Fahrerin kann im Notfall- oder Störungssituationen eingreifen und die Fahrt fortsetzen. Dies unterscheidet den FLASH von vielen anderen Projekten mit automatisierten Fahrzeugen und ermöglicht den Einsatz des Fahrzeugs im regulären Linienbetrieb. Der FLASH kann zum normalen Verbund-Tarif genutzt werden. Nach einer ca. dreijährigen Planungs- und Vorbereitungsphase verkehrt der FLASH seit Juli 2022 im Fahrgastbetrieb – zunächst im öffentlichen Pilotbetrieb und seit 2023 im Regelbetrieb. Auch im Regelbetrieb wird die Software des Fahrzeugs weiterentwickelt – auch für künftig zum Einsatz kommende

Fahrzeuge. Das Projekt möchte einen Betrag zur Entwicklung des automatisierten Fahrens im ÖPNV, insbesondere im regulären Linienbetrieb leisten. Durch den Linienbetrieb werden die „alltäglichen“ Anforderungen identifiziert und deren Umsetzung getestet.

Finanzierung

Das Projekt wurde über mehrere Projektphasen von 2019 bis 2023 mit rund 2 Millionen Euro aus Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (Förderung nach dem Investitionsgesetz Kohleregionen) gefördert.

Personal

Aufgrund des vorherrschenden und sich verschärfenden Fachkräftemangels werden automatisierte Angebote erforderlich, um das ÖPNV-Angebot auf dem bestehenden Niveau zu erhalten bzw. auszuweiten.

Da im aktuell laufenden Betrieb des FLASH weiterhin ein Fahrer oder Fahrerin erforderlich ist, gibt es noch keine Personaleinsparung. Perspektivisch wird in der Projektregion geschätzt, dass durch automatisierte Fahrzeuge 80 Prozent des Personals eingespart werden können. Es wird davon ausgegangen, dass in den Fahrzeugen selbst kein Personalbedarf mehr besteht und in den Leitstellen je fünf Fahrzeugen eine zusätzliche Person erforderlich wird.

Überblick	
Projektgebiet	Gemeinde Rackwitz im Landkreis Nordsachsen, 5.551 Einwohner
Bundesland	Sachsen
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStar 17: Typ-Nr. 115
Mobilitätstyp	Innovative Ansätze
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Straßenverkehrsamt des Landkreises Nordsachsen ▪ Bund (Fördermittelgeber) ▪ Verkehrsunternehmen ▪ Forschungsnehmer (Fraunhofer IVI, IAV)
Internetpräsenz	https://www.mdv.de/projekte/nordsachsen-bewegt/flash/

2.10 Markttreff



Quelle: Bürgergenossenschaft Barkauer Land eG

*„Bei einer eingeschränkten Mobilität, z. B. durch Corona, ist der Run auf so einen Laden größer.“
(Dr. Dagmar Thiele-Gliesche, Marktleiterin)*

Die Mobilitätslösung

Der Titel Mobilitätslösung wirft in diesem Praxisbeispiel möglicherweise zuerst Fragen auf, denn das Kerngeschäft eines Markttreffs liegt nicht darin, Personen von einem Ort zum anderen zu befördern, sondern im Einzelhandel, der Gastronomie und weiteren ergänzenden Dienstleistungen. Dennoch werden durch die Schaffung eines Nahversorgers mit angeschlossenem Café und weiteren ergänzenden Angeboten Wege verkürzt oder gänzlich vermieden. Neben seiner Funktion als Nahversorger ist der Markttreff Barkauer Land in Kirchbarkau außerdem ein wichtiger und inklusiver Treffpunkt für den sozialen Austausch und die Teilhabe an der Gesellschaft.

Das Konzept Markttreff

... wurde von der Landesregierung Schleswig-Holstein gemeinsam mit Akteurinnen und

Akteuren aus der Region, aus Wirtschaft, Verbänden und Gesellschaft entwickelt, um die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen und zu verbessern. Angesprochen werden mit dem Konzept Gemeinden mit maximal 2.500 Einwohnenden. Ziel eines Markttreffs ist es, möglichst viele Produkte, Services und Angebote unter einem Dach zusammen anzubieten.

Nach einigen Betreiberwechseln entschloss sich die Gemeindevertreterin Dr. Dagmar Thiele-Gliesche im Jahr 2015 dazu, das Ladengeschäft in Kirchbarkau zu retten. Da sie die Verantwortung jedoch nicht allein tragen wollte, wurde gemeinsam mit vielen weiteren Akteuren aus der Gemeinde eine Bürgergenossenschaft gegründet. So konnte das Risiko auf mehrere Schultern verteilt werden. Nach einer umfangreichen energetischen Sanierung und einem barrierefreien Umbau des Ladengeschäfts konnte der Markttreff im Oktober 2016 mit einem neuen Konzept wiedereröffnet werden. Neben der Nahversorgungsfunktion inklusive Lieferservice beinhaltet der Markttreff seitdem auch ein gastronomisches Angebot, bestehend aus einem Café, dem Mittagstisch und einem

Catering. Das Angebot wird außerdem ergänzt durch weitere Bestandteile, z. B. Paketshop und Reinigungsannahme im Markttreff sowie Geldautomat und Zahnarzt im selben Gebäude. Das Preisniveau im Einzelhandel liegt nicht höher als in anderen Supermärkten und das Warenangebot wird ergänzt durch Produkte von regionalen Produzenten. Insbesondere zur Zeit der Pandemie verzeichnete der MarktTreff eine besonders hohe Nachfrage. Der Kundenkreis setzt sich breit aus allen Altersgruppen der Gemeinde zusammen.

Finanzierung

Heute trägt sich der MarktTreff selbst. Die Umsätze reichen aus, um die laufenden Kosten zu decken. Das war jedoch nur durch eine Initialfinanzierung möglich. Für die Sanierung und den Umbau des Ladengeschäftes konnten EU-Fördermittel in Höhe von 300.000 Euro akquiriert werden. Darüber hinaus hat die Gemeinde Kirchbarkau einen Zuschuss zum Projekt von 100.000 Euro gewährt. Außerdem konnte das Erstsoriment aus einem Teil der Anteile der Genossenschaftsmitglieder finanziert werden. Eine große Herausforderung in der Finanzierung des Ladens stellt die Prüfgebühr (alle zwei Jahre) der genossenschaftlichen Pflichtprüfung dar. Diese ließe sich beispielsweise durch die Wahl einer anderen Organisationsform zu Beginn eines Projektes vermeiden. Die Marktleiterin beispielsweise empfiehlt heute stattdessen, einen wirtschaftlichen Verein zu gründen. Das war im Jahr 2015 in Schleswig-Holstein jedoch noch nicht möglich.

Personal

Der Personalaufwand, der benötigt wird, um ein qualitativ hochwertiges Angebot zur Verfügung zu stellen, ist hoch, wobei sich das Lohnniveau im Mindestlohnbereich bewegt. Das resultiert auch daraus, dass der Laden an sieben Tagen in der Woche geöffnet hat. Um die Kosten dennoch so gering wie möglich zu halten, greift die Marktleiterin auf ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zurück, die in der Warenverräumung oder der Küche aushelfen. Sie nehmen eine sehr wichtige Rolle ein.

Erfolgsfaktoren

- umfangreiche finanzielle und moralische Unterstützung durch die Gemeinde sowie die Gemeindevertretenden
- Synergieeffekte durch das Angebot von weiteren Dienstleistungen im Haus und im Ladengeschäft (Bäcker, Küche etc.) erzeugen Sicherheit im wirtschaftlichen Handeln
- wichtige Beratungsleistungen durch EWS Group (im Auftrag des Landes Schleswig-Holstein)
- vorrausschauende, transparente Planung und offene Kommunikation

Überblick	
Projektgebiet	Gemeinde Kirchbarkau
Bundesland	Schleswig-Holstein
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStar 17: Typ-Nr. 125
Mobilitätstyp	Verbesserung der nahräumlichen Versorgung
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dr. Dagmar Thiele-Gliesche (Privatperson und Initiatorin) ▪ Mitarbeitende und Ehrenamtliche ▪ Gemeinde Kirchbarkau und Gemeindevertretende ▪ EWS Group (beratend)
Internetpräsenz	www.buergergenossenschaft-barkauerland.de/der-laden/

2.11 Bike+Ride Jübek



Quelle: Philip Voß

„Die Bike+Ride-Anlage Jübek wird heute sehr gut genutzt und wertet das gesamte Bahnhofsumfeld auf.“ (Philip Voß, Amt Ahrensharde)

Die Mobilitätslösung

Mit dem Bau von Fahrradabstellanlagen an Bahnhöfen werden die Verkehrsmittel Fahrrad und Bahn verknüpft. Dies ermöglicht

in oft schlecht mit dem ÖPNV erschlossenen ländlichen Regionen insbesondere denjenigen Personen, die den Startpunkt ihrer Reise außerhalb des fußläufigen Einzugsbereichs der Bahnhöfe haben, die Nutzung der Bahn. Von dieser Vergrößerung der Einzugsbereiche der Bahnhöfe profitiert auch die Bahn durch eine Steigerung der Fahrgastzahlen. Überdachte und gesicherte Abstellmöglichkeiten gewinnen angesichts

der zunehmenden Anzahl an hochwertigen und teuren Fahrrädern, besonders Pedelecs, an Bedeutung.

Die B+R-Anlage in Jübek

... wurde im Jahr 2018 im Rahmen des B+R-Programms der NAH.SH gebaut. Sie besteht aus zwei Modulen und umfasst 48 Stellplätze mit Anlehnbügel. 24 Stellplätze sind in einem abschließbaren/gesicherten Teil untergebracht. Diese können zum Preis von einem Euro pro Tag, fünf Euro pro Woche, 20 Euro pro Halbjahr oder 36 Euro pro Jahr gebucht werden. 24 weitere Stellplätze sind überdacht, aber frei zugänglich. In Kombination mit einer Stellplatzbuchung kann auch eines von vier Schließfächern gemietet werden. Diese sind mit Steckdosen ausgestattet und ermöglichen das Aufladen von Pedelec-Akkus sowie das Unterbringen von z. B. Fahrradhelmen und Regenkleidung. Am Bahnhof Jübek besteht eine gute Anbindung an die Städte Kiel, Flensburg und Schleswig. Die Nutzungszahlen der B+R-Anlage haben sich über die Jahre sehr positiv entwickelt. Während die Auslastung im ersten Betriebsjahr noch vergleichsweise gering war, sind die gesicherten Stellplätze mittlerweile meist ausgebucht. Die meisten Nutzerinnen und Nutzer sind Schul- oder Arbeitspendelnde. Entsprechend werden die meisten Stellplätze halbjahres- oder jahresweise gebucht. Durch den Bau der hochwertigen Abstellanlage wurde auch die Attraktivität des Bahnhofs und des Bahnhofsumfelds gesteigert. Die Bauabteilung des Amts Ahrensharde war stellvertretend für die Gemeinde Jübek für die Planung und Umsetzung der B+R-Anlage

verantwortlich. Die Gemeinde Jübek hat gemeinsam mit anderen „Pioniergemeinden“, der NAH.SH und einem Planungsbüro die inzwischen landesweit zum Einsatz kommenden Abstellanlagen als Baukastenprinzip entwickelt. Bisher wurden im Rahmen des B+R-Programms der NAH.SH ca. 30 Abstellanlagen erstellt. Die Kommunen können wählen, ob sie selbst eine B+R-Anlage entwerfen oder auf eine bereits fertig designte und gut durchdachte Anlage im NAH.SH-Design und in Modulbauweise zurückgreifen. Wird eine NAH.SH-Anlage umgesetzt, ergeben sich für die Kommune einige Vorteile: Aufgrund eines Rahmenvertrags mit dem Hersteller muss der Hochbau nicht ausgeschrieben werden. Die Anlage wird zu einem festen Preis bezogen und durch den modularen Aufbau reduzieren sich die Planungskosten deutlich. Die Kommunen können sich auf Basis eines Baukastenprinzips eine passende B+R-Anlage zusammenstellen. Das Land Schleswig-Holstein fördert die im Rahmen des B+R-Programms der NAH.SH umgesetzten Maßnahmen. Die NAH.SH steht den Kommunen zudem beratend zur Seite.

Finanzierung

Der Bau der Abstellanlage kostete insgesamt 130.000 Euro. Durch das Land wurden Fördermittel in Höhe von rd. 82.000 Euro (dies entspricht 75 Prozent der förderfähigen Kosten in Höhe von 110.000 Euro) zur Verfügung gestellt. Die übrigen Kosten wurden von der Gemeinde getragen. Die Betriebskosten (für Buchungssystem, Strom und Reinigung durch einen Gemeindegänger) belaufen sich auf rd. 1.000 Euro pro Jahr. Diese werden in etwa durch die Einnahmen gedeckt.

Erfolgsfaktoren

- NAH.SH übernimmt koordinierende Aufgaben und fungiert als wichtige Anlauf- und Beratungsstelle für die Kommunen
- Passgenaue Anlagen für unterschiedliche Rahmenbedingungen durch modulares Prinzip der Abstellanlagen
- Verkürzung der Planungszeiten, Verringerung der Kosten durch Standardlösungen und Rahmenverträge auf Landesebene
- einfache Beantragung der Fördermittel ermöglicht es auch kleineren Kommunen, Maßnahmen umzusetzen

Überblick	
Projektgebiet	Gemeinde Jübek im Kreis Schleswig-Flensburg, 2.725 Einwohner
Bundesland	Schleswig-Holstein
Topografie	Flach
Regionstyp	RegioStaR 17: Typ-Nr. 215
Mobilitätstyp	Integration des Fuß- und Radverkehrs mit dem ÖPNV
Wichtige Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ■ Amt Ahrensharde (Bauabteilung) ■ Gemeinde Jübek (Bauausschuss, Bürgermeister) ■ NAH.SH ■ Agentur Bahnstadt (= beauftragtes Planungsbüro für die Konzeption der modularen Fahrradabstellanlagen SH)
Internetpräsenz	https://www.amt-arensharde.de/aktuelles/artikel/news-5-jahre-bike-ride-anlage-in-juebek-ein-erfolgsmodell

3 Lokale und regionale Handlungsmöglichkeiten

3.1 Initiierung, Auswahl und Ausgestaltung des Angebots

Die Entwicklung von neuen Mobilitätslösungen entspringt häufig aus spezifischen regionalen oder lokalen Herausforderungen. Dazu zählen beispielsweise die Unzufriedenheit mit bestehenden Angeboten, die Notwendigkeit zur Sicherung der Daseinsvorsorge, Klimaschutzziele, die Stärkung der Wirtschaftskraft in der Region oder eine mangelnde Wirtschaftlichkeit von bestehenden Angeboten.

Damit Mobilitätsangebote den tatsächlichen Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen, nachhaltig sind und langfristig betrieben werden können, ist eine sorgfältige Planung zu Projektbeginn besonders wichtig. So entsteht ein sicheres Fundament, auf dem die weiteren Projektschritte aufgebaut werden können. In dieser ersten Phase ist es unerlässlich, die spezifischen Mobilitätsbedürfnisse der Bevölkerung zu verstehen. In Kombination mit einer kontinuierlichen Rückkopplung mit den lokalen Akteuren kann ein passgenaues Angebot entstehen, das eine hohe Akzeptanz erzielt und die bestehenden Angebotslücken schließt. Es hat sich gezeigt, dass gut durchgeplante neue Mobilitätsangebote auch eine höhere Chance haben, langfristig verstetigt zu werden.

Treibende Kraft bei der Initiierung von Projekten ist häufig ein Kümmerer bzw. eine Kümmerin. Durch dieses intensive Engagement wird maßgeblich zum Fortschritt und zur erfolgreichen Umsetzung des Projekts beigetragen. Diese Schlüsselperson, die entweder eine Einzelperson oder eine Institution sein kann, übernimmt eine Vielzahl von Aufgaben, darunter die Akquise von Fördermitteln, das Überzeugen politischer Entscheidungsträger und Gremien sowie die Koordination der beteiligten Akteure. Sie ist es auch, die lokale Netzwerke aufbaut (solange sie noch nicht bestehen) und an bestehende regionale Netzwerke anknüpft. Häufig gibt es bereits eine Vielzahl an Unterstützenden und Verbündeten. Diese gilt es, jedoch zu identifizieren.

Nachfolgend sind wichtige, ausgewählte Bestandteile der Initiierung und Ausgestaltung von Mobilitätslösungen in ländlichen Räumen dargestellt, die Teil einer Gesamtstrategie sein können. Die Praxisbeispiele haben gezeigt, dass insbesondere eine gründliche Bedarfsanalyse, die Definition gemeinsamer Ziele sowie maßgeschneiderte und flexible Lösungen Schlüsselemente sein können.

Eine Problemanalyse durchführen

Ländliche Räume unterscheiden sich stark in ihrer Raumstruktur und den Verkehrsverflechtungen, daher gibt es keine Universallösungen zur Behebung der Mobilitätsprobleme.



Aufgrund der unterschiedlichen Ausgangslagen ist es umso wichtiger, zu Beginn eines Vorhabens eine gründliche Analyse anhand folgender Fragen durchzuführen:

- **Raumstruktur:** Welche räumlichen Gegebenheiten und Mobilitätsbedarfe bestehen? Gibt es abgelegene Ortschaften ohne Anschluss an den ÖPNV?
- **Bestehende Angebote und Defizite:** Welche Mobilitätsangebote existieren bereits, und wo gibt es Lücken?
- **Rahmenbedingungen:** Welche politischen, planerischen, finanziellen und rechtlichen Vorgaben sind zu berücksichtigen (z. B. Klimaschutzkonzepte, Fördermittelbindung oder Konzessionierungsfragen)?

Gemeinsame Ziele identifizieren

Ein gemeinsames Zielverständnis ist besonders zu Beginn von Projekten entscheidend für die erfolgreiche Implementierung von neuen Mobilitätslösungen. Dies trägt dazu bei, dass alle Akteure auf einen einheitlichen Wissenstand kommen und auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten. Dies hilft auch dabei, unterschiedliche Erwartungshaltungen auszugleichen. In einer offenen Kommunikation sollten dabei nicht nur Wünsche und Erwartungen geäußert werden, sondern auch Zweifel und Bedenken. Zu Beginn von Projekten steht häufig die Effizienz der Planungsphasen im Vordergrund, aber besonders bei der Zieldefinition empfiehlt es sich ausreichend Zeit einzuplanen, damit später alle an einem Strang ziehen.

Es ist hilfreich, folgende Punkte bei der gemeinsamen Erarbeitung der Zielvorstellung zu berücksichtigen:

- Spezifische, messbare, erreichbare, relevante und zeitgebundene (SMART) Ziele setzen.
- Alle relevanten Stakeholder frühzeitig in den Prozess einbeziehen.
- Verschiedene Kommunikationskanäle und -methoden nutzen, um sicherzustellen, dass alle Beteiligten informiert und engagiert sind.
- Die Ziele und Strategien regelmäßig überprüfen und bei Bedarf anpassen, um auf Veränderungen und neue Erkenntnisse reagieren zu können.

Auch der Rückhalt seitens der Politik spielt eine entscheidende Rolle für den Erfolg des Projekts. Je nach Umfang des Projektes, aber insbesondere bei kommunaler Mitfinanzierung oder öffentlich-rechtlich zugewiesener Aufgabenträgerschaft, ist ein politischer Beschluss häufig zwingend notwendig für die Implementierung von Mobilitätslösungen. Dafür ist es erforderlich, politische Entscheidungsträger bereits zu Beginn von den Zielen, der Bedeutung und Machbarkeit des Vorhabens zu überzeugen. Um das Vertrauen der politischen Akteure zu gewinnen und deren Unterstützung sicherzustellen, kann es hilfreich sein, vergleichbare Lösungen aus anderen Regionen für diese erlebbar und erfahrbar zu machen – z. B. im Rahmen von Fachexkursionen.



Die passende Mobilitätslösung finden

In Abhängigkeit der konkreten Problemstellung vor Ort kommen unterschiedliche Mobilitätslösungen in Betracht. Deshalb empfiehlt sich eine Analyse, welche Angebotslücken die neue Mobilitätslösung schließen bzw. welche Mobilitätsbedarfe bestimmter Zielgruppen es decken soll.

Es ist auch zu beachten, dass ein neues Projekt allein nicht alle bestehenden Probleme lösen kann, sondern vielmehr als Teil eines inter- und multimodalen (regionalen) Gesamtangebots verstanden werden sollte. Vor diesem Hintergrund muss ein neues Angebot von Beginn an bestmöglich in bestehende Verkehrssysteme integriert werden. Dabei ist eine Integration auf allen Ebenen wichtig: Infrastrukturell, räumlich, zeitlich, tariflich und digital.

Dazu könnten die folgenden Überlegungen hinsichtlich der angestrebten Wirkungen des Angebots angestellt werden:

- Besteht ein Angebotsdefizit auf den wichtigsten Achsen und Verbindungen in der Region? → Dieses kann durch ein aufgewertetes regionales Bussystem beseitigt werden.
- Ist der Anschluss dünn besiedelter Räume und abgelegener Siedlungsbereiche nicht gewährleistet? → Hier können flexible Bedienformen und Bedarfsverkehre eine effiziente und attraktive Mobilität ermöglichen.
- Reicht das bestehende ÖPNV-Angebot für die Nachfrage in Klein- und Mittelstädten nicht aus? → In diesem Fall können Stadt- und Ortsbussysteme eine Verbesserung des Angebots herbeiführen.
- Kann ein gemeinwirtschaftlicher ÖPNV finanziell oder personell nicht gestemmt werden? → Hier bieten bürgerschaftliche Mobilitätsangebote eine Chance, das Angebot trotz wirtschaftlicher und betrieblicher Restriktionen zu ergänzen.
- Bedarf es eines attraktiven Mobilitätssystems als Zu- und Abbringer auf der letzten Meile? → Dafür eignen sich beispielsweise Sharing-Systeme für kürzere (Bikesharing) und längere Distanzen (Car-sharing) oder der Ausbau von Mobilitätsstationen an den Verknüpfungspunkten mit dem ÖPNV.
- Liegt das Problem nicht nur im Mobilitätsangebot, sondern auch in fehlenden oder weit entfernten Zielorten? → In diesen Fällen ist die Verbesserung der nahräumlichen Versorgung von entscheidender Bedeutung.

Der erste Eindruck zählt

Bedeutsam für jede Mobilitätslösung ist es, dass diese direkt mit dem Projektbeginn von möglichst vielen potenziellen Nutzenden als attraktive Alternative wahrgenommen wird. Verhindert werden sollte, dass ein Angebot durch eine problembehaftete Startphase im ersten Eindruck negativ wahrgenommen wird.

Oftmals können die einzelnen Aspekte nur dann erfüllt werden, wenn der oder die Verantwortliche vor Betriebsstart auch finanziell in Vorleistung geht, damit die Zuverlässigkeit von Anfang an gegeben ist. In jedem Fall ist es wichtig, dass mithilfe von gezielten Kommunikations- und Marketingmaßnahmen (siehe Kapitel 3.4) möglichst viele potenzielle Nutzende eine positive Assoziation mit dem Projekt entwickeln.



Auch aus diesem Grund müssen verschiedene Faktoren von Anfang an berücksichtigt werden:

- **Sichtbarkeit des Angebots:** Werden Personen auch außerhalb von Marketingmaßnahmen auf die Mobilitätslösung aufmerksam?
- **Zuverlässigkeit:** Können sich Nutzende von Anfang an auf das Angebot verlassen?
- **Verständlichkeit:** Ist sichergestellt, dass Funktion und Nutzung des Angebots nicht durch Informationsbarrieren gehemmt werden?
- **Wow-Effekt:** Hat das Angebot ein Alleinstellungsmerkmal, das positive Aufmerksamkeit erzeugt?

Flexibilität bewahren

Ein gutes Mobilitätsangebot zeichnet sich nicht nur durch Beständigkeit aus, sondern auch dadurch, dass es auf veränderte Rahmenbedingungen mithilfe bestehender Erfahrungen flexibel angepasst werden kann. Die entwickelten Angebote sollten flexibel genug sein, um auf sich ändernde Bedürfnisse und demografische Entwicklungen reagieren zu können. Dazu können verschiedene Entwicklungsansätze beitragen:

- Nachfrage- und Bedarfsorientierung von Angeboten, z. B. bei On-Demand-Verkehren, Rufbussen oder Mitfahrgelegenheiten

- Frühzeitiges Mitdenken von Erweiterungsoptionen, z. B. in Form von Entwicklungsstufen oder einem Baukastensystem
- Flexibilität in vertraglichen Regelungen, z. B. hinsichtlich der Betriebsleistung oder des Bediengebiets

Neben der systemischen Komponente ist auch bei den Organisatoren eines Projekts eine ausreichende „Flexibilität im Kopf“ notwendig, die eine kurzfristige Reaktion auf veränderte Rahmenbedingungen oder Probleme ermöglicht. Dies ist auch in Kombination mit einem ergebnisoffenen Monitoring- und Evaluationsprozess zu betrachten (siehe Kapitel 3.6).



Praxisbeispiel Hofer LandBus

Der Hofer LandBus dient als Unterstützung zum bestehenden Linienverkehr und bedient vor allem Relationen, auf denen bisher kein ÖPNV oder SPNV fährt. Er soll die Erschließung im dünnbesiedelten ländlichen Raum sicherstellen. Dabei wird alles angebunden, was in ausreichender Qualität über eine Straße erreichbar ist. Im Fokus der Entwicklung steht die Förderung von intermodalen Wegen.

Das Bedienegebiet des Hofer Landbusses wurde schrittweise erweitert. 2019 ist der Hofer LandBus als Pilotprojekt in einem begrenzten Gebiet des Landkreises Hof gestartet. Dieses Gebiet wurde ausgewählt, da es die schlechteste ÖPNV-Erschließung im Vergleich zu den anderen Gebieten im Landkreis aufwies. Aufgrund seines Erfolgs wird das System schrittweise auf den gesamten Landkreis Hof ausgeweitet.

Testgelegenheiten nutzen

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, Innovationen zu testen; Reallabore gehören dazu. Das sind zeitlich und räumlich begrenzte Testräume, in denen innovative Technologien oder Geschäftsmodelle unter realen Bedingungen erprobt werden. Sie nutzen rechtliche Spielräume und sollen reale Erfahrungen hervorbringen. Solche Testgelegenheiten ermöglichen es, neue Angebote in einer kontrollierten Umgebung zu erproben und zu validieren. Dies hilft, potenzielle Probleme frühzeitig zu identifizieren und zu

beheben, bevor das Angebot in den regulären Betrieb geht (siehe auch 3.6).

Reallabore reduzieren häufig die Hemmschwelle zur Implementierung von neuen, insbesondere innovativen Mobilitätslösungen, weil nach der Testphase ein Ausstieg möglich ist bzw. grundlegende Änderungen leichter vorgenommen werden können als bei von Anfang an im Regelbetrieb geplanten Angeboten. Gleichwohl ist es wichtig, dass auch hier frühzeitig eine mögliche Ausweitung und Verstetigung mitgedacht wird.

3.2 Finanzplanung und Fördermöglichkeiten

Gerade in ländlichen Räumen bestimmt häufig der Schülerverkehr das Angebot - sowohl in Bezug auf die Finanzierung über Ausgleichzahlungen nach § 45a PBefG als auch in Bezug auf Linien, Taktung sowie Betriebszeiten. Dies stellt Kommunen bei der Einführung neuer Mobilitätslösungen für weitere Zielgruppen vor große finanzielle Herausforderungen. Gleichzeitig zeigten sich im Rahmen der bundesweit untersuchten Praxisbeispiele, wie unterschiedlich die

Ausgangslagen in den ländlichen Kommunen und Landkreisen in Bezug auf vorhandene lokale oder regionale Linienverkehre einerseits sowie flexible und alternative Angebote andererseits sind. Gemeinsam ist allen, dass sie im Spannungsfeld zwischen Daseinsvorsorge, neuen Mobilitätsangeboten und wirtschaftlichem Handeln agieren. Um neue Mobilitätslösungen etablieren oder bestehende fortführen und weiterentwickeln zu können, gilt es, die Finanzierung und Förderung auf eine breite Basis zu stellen.

Abbildung 5: Vier Säulen der Finanzierung



Quelle: eigene Darstellung Planersocietät

Die Finanzierung und Förderung von Mobilitätslösungen, sei es im öffentlichen Personennahverkehr oder durch Sharing-Angebote, ist eine komplexe Aufgabe, die auf mehreren Säulen basiert. Diese Säulen sind nicht nur komplementär, sondern beeinflussen sich auch gegenseitig und können sich ggf. einschränken. Ziel ist es, durch eine ausgewogene Kombination aus Fördermitteln, kommunalen Eigenmitteln und weiteren Einnahmequellen die notwendigen finanziellen Mittel zu sichern, um Mobilitätslösungen in ländlichen Räumen dauerhaft zu eta-

blieren. Eine stabile Finanzierung ist essenziell, um den langfristigen Erfolg und den Fortbestand der Mobilitätslösungen zu gewährleisten und diese als dauerhafte Ergänzungen in bestehende Mobilitätssysteme zu integrieren. Dabei ist es von zentraler Bedeutung, dass weder die Kommunen noch die Bürgerinnen und Bürger allein die Verantwortung für die Bereitstellung und den Erhalt von Mobilitätsangeboten tragen müssen.

Mobilitätsangebote können aus verschiedenen Quellen finanziert werden, von Fahrgeldern über

Fördermittel bis hin zu Sponsoring und privaten Investitionen. Besonders wichtig ist die frühzeitige und sorgfältige Planung, um alle Optionen auszuschöpfen. Förderprogramme spielen eine zentrale Rolle, sowohl für Investitionen als auch für den laufenden Betrieb. Neben klassischen Finanzierungsmodellen gewinnen individuelle Ansätze, wie beispielsweise Kooperationen mit Unternehmen oder Sponsoring, an Bedeutung. Für die langfristige Sicherung des Angebots ist es entscheidend, die Verstetigung über die Projektlaufzeit hinaus zu planen und die Kosten im Betrieb kontinuierlich zu kontrollieren. Die nachfolgenden Handlungsempfehlungen bieten dazu Hinweise und richten sich an Verantwortliche und Entscheidungsträger, die neue Mobilitätslösungen entwickeln und realisieren möchten.

Einnahmequellen ermitteln

Zur großen Bandbreite der Einnahmequellen, die ein Mobilitätsangebot tragen können, zählen Fahrgelderlöse, Miet- oder Werbeeinnahmen, Pacht, Fördermittel und Zuschüsse des Bundes und der Länder, kommunale Eigenmittel (auch auf Ebene der Landkreise) sowie Mittel aus Sponsoring, Kooperationen und privaten Investitionen oder Vereinsbeiträge. Eine tragfähige Finanzierung des Mobilitätsangebots wird durch eine sorgfältige Planung und Identifizierung geeigneter Finanzierungsquellen erreicht und ist in Abhängigkeit von der Art des Projekts sehr spezifisch. Es gilt, Fördermöglichkeiten und weitere Einnahmequellen, ggf. mit Unterstützung durch entsprechend qualifizierte und erfahrene Personen oder Institutionen, in einem Wirtschaftsplan frühzeitig zu berücksichtigen.

Förderung und Zuschüsse einwerben

Förderungen und Zuschüsse sind wesentliche Bestandteile in der Finanzierung von Mobilitätslösungen. Ein Teil der Kosten wird beispielsweise in ÖPNV-Projekten über die klassische ÖPNV-Förderung der Länder finanziert. Diese Unterstützung ist essenziell, um beispielsweise den Regelbetrieb aufrechtzuerhalten. Für größere Investitionen, wie die Anschaffung neuer Fahrzeuge oder den Ausbau der Infrastruktur, insbesondere bei der Einführung neuer oder erweiterter Angebote, können die Zusatzkosten über Förderprogramme von Bund und Ländern abgedeckt werden. Die Fördermittel spielen hier eine zentrale Rolle, um in der Regel die Investitionskosten zu finanzieren.

Eine deutlich größere Herausforderung stellen die Betriebskosten dar. Besonders Projekte mit hohen Betriebskosten, vor allem im Bereich des ÖPNV, sind oft auf finanzielle Ausgleichszahlungen durch kommunale Eigenmittel angewiesen, um den Betrieb aufrechtzuerhalten bzw. neue Angebote zu erproben. Trotzdem lohnt auch hier ein Blick in die jeweiligen Förderprogramme der Länder, die teilweise auch Betriebskostenzuschüsse für bestimmte Angebote, beispielsweise im Regionalverkehr, gewähren.

Individuelle Finanzierungsoptionen

Im Gegensatz dazu stehen Mobilitätsangebote, die ohne einen kommunalen Defizitausgleich auskommen (müssen). Dazu zählen insbesondere dörfliche Gemeinschaftsprojekte, die auf ehrenamtliches Engagement setzen und somit meist niedrigere Betriebskosten haben. Diese Projekte

sind häufig auf Unterstützung innerhalb der Gemeinschaft angewiesen und haben insgesamt geringere finanzielle Anforderungen. Hierbei ersetzt das Ehrenamt aber nicht grundsätzlich die Daseinsvorsorge. Vielmehr ergänzen die ehrenamtlichen Angebote den klassischen ÖPNV, der die Grundbedarfe der Mobilität abdeckt. Oftmals kommen hier sehr individuelle Finanzierungsformen zum Einsatz. Diese sind ein entscheidender Erfolgsfaktor für die finanzielle Stabilität von Projekten abseits der konventionellen ÖPNV-Angebote. Darunter fallen z. B. Kooperationen mit privaten Investorinnen und Investoren, lokalen Geldgebenden und Großkundinnen und -kunden sowie Investitionen im Rahmen von Forschungs- und Pilotprojekten. Sie können eine verlässliche finanzielle Grundlage bilden und ermöglichen es, innovative Konzepte zu erproben und dauerhaft zu betreiben.

Sponsoring

Kooperationen mit Unternehmen und Betrieben sind eine zusätzliche Finanzierungsquelle, um ein Mobilitätsangebot in der Regel auf lokaler, teilweise auch regionaler Ebene zu unterstützen. Gerade bei ehrenamtlich betriebenen Angeboten ist es zu empfehlen, lokale Geldgebende, die sich mit dem Mobilitätsangebot identifizieren können, über persönliche Ansprachen einzuwerben. Potenzielle Geldgebende können lokal ansässige Unternehmen und Betriebe sein, Vereine, aber auch der Einzelhandel oder Interessensverbände. Wichtig ist es, den Kreis der Sponsoren möglichst breit zu fassen. Dies minimiert Abhängigkeiten und verhindert Finanzierungslücken, falls ein Sponsor abspringt, wodurch die Planungssicherheit für das Mobilitätsangebot insgesamt erhöht wird. Auch Großkunden, die beispielsweise Fahrkartenkontingente erwerben oder einen Pauschalpreis für die Nutzung der Angebote für

Beschäftigte oder Gäste einer Region an einen Betreibenden zahlen, können die Aufrechterhaltung eines Mobilitätsangebots sichern.

Fördermanagement und Verstetigung frühzeitig implementieren

Bereits in der Konzeptionierungs- und Planungsphase sollte die Verstetigung eines Mobilitätsangebots über die Projekt- oder Förderphase hinaus Ziel der Überlegungen sein. Somit ist zu empfehlen, auch ein späteres Auslaufen von Fördermitteln im Wirtschaftsplan frühzeitig zu berücksichtigen. Der Bewerbungsprozess um Fördermittel, einschließlich der Antragstellung und der Festlegung von Fördersummen und -quoten, erfordert eine sehr sorgfältige Planung und Abstimmung. Der notwendige Eigenanteil stellt oftmals eine erhebliche Herausforderung dar, wobei die Anteile je nach Projekt stark variieren können. Hier liegt großes Potenzial darin, die verfügbaren Handlungsspielräume, teilweise auch verschiedener Förderprogramme bestmöglich auszunutzen. Ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Fortgang der Projekte ist die Sicherstellung einer ausreichenden Finanzierung in jeder weiteren Projektphase des Modellbetriebs sowie im späteren Regelbetrieb. Dabei müssen häufig nach der eigentlichen Antragsphase gesonderte Fördermittel für einzelne Projektschritte beantragt werden. Nicht selten verändern sich gleichzeitig auch Förderanteile mit fortlaufender Weiterentwicklung des Projekts, was ein flexibles Finanzmanagement erfordert. Der Umgang mit den Förderquoten und die Anpassung der Fördermittel an den tatsächlichen Finanzbedarf im Projektverlauf sind daher wesentliche Aufgaben für die Projektverantwortlichen, um die langfristige Finanzierungssicherheit und den Erfolg der Projekte zu gewährleisten.

Daher ist zu empfehlen, zu Beginn der Beantragung und im weiteren Projektverlauf bestehende Strukturen innerhalb des Projekts oder vor Ort zu nutzen, um den Antrag fundiert vorzubereiten, aber auch während der späteren Umsetzung auf entsprechendes fachliches, vergabe- und förderrechtliches sowie juristisches und finanzielles Know-how zurückzugreifen. Einbezogen werden können, wenn nicht im eigenen Hause vorhanden, beispielsweise entsprechende Stellen bei den Aufgabenträgern, den Verkehrsunternehmen, vom übergeordneten Verkehrsverbund oder bei Koordinierungs- und Vernetzungsstellen. Dies bedeutet in der Regel auch eine gewisse finanzielle und personelle Investition durch die Kommune oder die zuständige Stelle, insbesondere zu Beginn der Beantragung, um eine fundierte Skizze oder einen Antrag vorzubereiten.

Kostenpositionen regelmäßig im Blick haben

Im laufenden Betrieb von Mobilitätsangeboten sollte ein regelmäßiges Controlling stattfinden. Hierbei kann es helfen, die verschiedenen Kostenaspekte miteinander zu vergleichen, um Optimierungspotenzial zu identifizieren. Dieses liegt oftmals im Detail. So ist beispielsweise zu prüfen, ob sich hohe Personalkosten durch vergleichsweise geringere Sachkosten reduzieren lassen (siehe Praxisbeispiel Fahrradverleihsystem), ob sich Kosteneinsparungen durch die Abnahme größerer Stückmengen ergeben und in diesem Fall auf Vorrat oder in Kooperation mit anderen Abnehmern eingekauft werden sollte oder ob sich im Zeitverlauf günstigere Bezugsquellen für Sachmittel ergeben.



Praxisbeispiel Fahrradverleihsystem

In einem Fahrradverleihsystem konnten dadurch Kosten reduziert werden, dass die Anzahl der im System zur Verfügung gestellten Räder deutlich erhöht wurde (Investition in zusätzliche Fahrräder), um somit gleichzeitig Personalstunden zu reduzieren. Denn die Räder mussten nicht mehr so häufig zwischen den Standorten hin- und hertransportiert werden. Somit erfolgte eine Kompensation von Personaleinsatz durch einen größeren Sachmitteleinsatz. Auch ein höherer Sachmitteleinsatz durch die Anschaffung von qualitativ hochwertigeren – und teuren – Fahrrädern könnte zu geringeren Personalkosten führen, weil weniger Reparaturen und Reparaturfahrten anfallen. Ein anderes Beispiel: Werden Linienverkehre auf flexible Bedienformen umgestellt mit dem Ziel, die Ausgaben für die öffentliche Hand zu reduzieren, muss gerechnet werden: Ist der Einsatz vorhandener Linienbusse bei Berücksichtigung von deren Betriebskosten möglicherweise wirtschaftlicher als eine Neuanschaffung von kleinen, ggf. zusätzlichen Fahrzeugen und deren Ausstattungselementen (z. B. Barrierefreiheit)?

Eigenständiger Tarif vs. Verbundtarif für neue Mobilitätsangebote

Fahrgeldeinnahmen bzw. Leihgebühren bei einem Sharingsystem stellen einen wesentlichen Teil der Einnahmen eines Mobilitätsangebots und dessen Finanzierung dar. Die Entscheidung für einen Verbundtarif oder einen eigenständigen Tarif hängt von den spezifischen Eigenschaften des neuen Mobilitätsangebots, der angestrebten Integration in das Gesamtsystem und den Zielen der Kommunen bzw. des Betreibenden ab. Ein differenzierter Ansatz, der die Vorteile beider Modelle kombiniert, kann sinnvoll sein.

Grundsätzlich bietet sich diese Flexibilität nur dann, wenn eine übergeordnete Verbundstruktur vorhanden ist. Ein einheitlicher Tarif fördert die Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel und erleichtert den Umstieg. Dies ist besonders relevant, wenn das Angebot als Zubringer oder Ergänzung zum bestehenden ÖPNV konzipiert ist. Bestehende Zeitkarteninhaber und Nutzende des ÖPNV können das neue Angebot nahtlos nutzen, ohne sich mit zusätzlichen Tickets oder Tarifen befassen zu müssen. Dies erhöht die Attraktivität, insbesondere als Zubringer zum klassischen ÖPNV oder SPNV.

Allerdings besteht über den Verbundtarif weniger Einfluss auf die Preisgestaltung. Dies kann die Finanzierung des Angebots, insbesondere bei

innovativen und kostenintensiven Lösungen, erschweren oder auch verhindern, flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren.

Bei einem eigenständigen Tarif behält der Betreiber die gesamten Einnahmen aus dem Fahrkartenverkauf und ist nicht auf die Umverteilung innerhalb eines Verkehrsverbundes angewiesen. Dies erhöht die finanzielle Unabhängigkeit und ermöglicht eine direktere Reinvestition der Einnahmen in das Angebot. Die Preise können im Rahmen der gesetzlichen bzw. genehmigungsrechtlichen Vorgaben gestaltet und an die spezifischen Kosten, die Nachfrage und die gewünschte Zielgruppe angepasst werden. Dadurch ist eine differenzierte Preisgestaltung und die Etablierung von Sondertarifen möglich, z. B. für Komfortleistungen oder spezielle Zielgruppen. Gleichzeitig wird die Tariflandschaft komplexer, insbesondere in Verbindung mit bestehenden Tarifsystemen. Daher bietet sich ein eigenständiger Tarif dort an, wo eher wenige Umstiege erfolgen und die Kundinnen und Kunden überwiegend innerhalb des Systems verbleiben.

Unabhängig von der Tarifstruktur kann ein Komfortzuschlag für Angebote mit deutlichem Komfortvorteil (z. B. Tür-zu-Tür-Bedienung, Fahrten zu Randzeiten) erhoben werden, um die Finanzierung zu unterstützen.



Folgende Fragen zu Finanzierung sollten bei der Planung des Angebotes berücksichtigt werden:

- Wie kann die Finanzierung (Investitions- und Betriebskosten) von Mobilitätslösungen sowohl in der Einführung als auch in der Verstetigung nachhaltig gesichert werden?
- Welche Finanzierungsquellen (öffentliche Mittel wie Förderprogramme, Zuschüsse; private Finanzierung wie Sponsoring und Beteiligung von Investoren; Nutzerfinanzierung wie Fahrgelderlöse, Leihgebühren, Abonnements, Sondertarife) stehen zur Verfügung?
- Welche Fördermittel kommen für die unterschiedlichen Projektphasen in Frage?
- Wer kann die Koordination und Antragstellung übernehmen? Wie können die notwendigen Kompetenzen erlangt werden?
- Wer kann beratend unterstützen? Lokale Behörden, Organisationen etc.?
- Ist der Einsatz von modernen Technologien, Sachmitteln zur Kompensation von Personalkosten denkbar/möglich?
- Welcher Tarif soll zur Anwendung kommen?

3.3 Akteure und Kooperationen

Im ÖPNV tragen primär die Landkreise bzw. kreisfreien Städte als Aufgabenträger die Verantwortung. Dabei können sie – je nach Bundesland – diese Aufgabe auch an andere Aufgabenträger wie beispielsweise Verkehrsverbände übertragen. Zentrales Instrument für die ÖPNV-Planung sind die Nahverkehrspläne, die in der Regel unter Federführung der Kreisverwaltungen und im Dialog mit weiteren Akteuren (z. B. Verkehrsunternehmen, Bevölkerung, Interessensverbände, benachbarte Aufgabenträger) erstellt und vom Kreistag bzw. Stadtrat beschlossen werden. Sie definieren die Planungsziele und bilden den Rahmen für die Entwicklung des ÖPNV in den Landkreisen. Immer häufiger werden dabei

auch Schnittstellen zu anderen Verkehrsträgern (mit Hilfe von Mobil- bzw. Mobilitätsstationen) definiert. Die Landkreise als Aufgabenträger schreiben das ÖPNV-Angebot auf Grundlage des Nahverkehrsplans aus und bestellen dieses bei Verkehrsunternehmen. Die Genehmigungsbehörden, häufig ebenfalls die Landkreise, prüfen die rechtliche Zulässigkeit neuer Angebote und deren Integration in das bestehende System. Die parallele Funktion der Landkreise als Aufgabenträger und Genehmigungsbehörde kann die Einführung neuer Mobilitätslösungen im ÖPNV erleichtern. Auch bei weiteren Mobilitätsangeboten, z. B. Sharing-Angeboten, besitzen die Landkreise Gestaltungsmöglichkeiten. Bei lokal ergänzenden Mobilitätsangeboten sind die kreisangehörigen Gemeinden weitere Akteure, die die

Angebote gestalten und mitfinanzieren oder als Eigentümerin und Eigentümer von Flächen und Infrastruktur diese zur Verfügung stellen.

Die Initiierung und Umsetzung zukunftsweiser Mobilitätslösungen sind keine Aufgaben einer einzigen zuständigen Institution. Vielmehr besteht, insbesondere bei Projekten mit hoher politischer Bedeutung oder hohem finanziellem Aufwand, die Notwendigkeit einer Organisation verschiedener Akteursgruppen, die das Vorhaben gemeinsam planen und dessen Umsetzung gestalten. Insbesondere in ländlichen Räumen ist die Identifikation von Kooperationspartnern und der Aufbau von Netzwerken, außerhalb hoheitlicher Aufgabenstrukturen, besonders herausfordernd. Denn gegenüber städtisch geprägten Räumen stehen oft weniger institutionalisierte Akteurinnen und Akteure für Kooperationen zur Verfügung. Umso bedeutsamer ist es, frühzeitig im Prozess ein Netzwerk zielgerichtet aufzubauen, um Wissen zu bündeln und den Einfluss auf Entscheidungsträgerinnen und -träger und -gremien zu erhöhen.

Verschiedene Kooperationspartnerinnen und -partner können dabei unterschiedliche Bedeutungen für den Initiierungs- und Umsetzungsprozess von Mobilitätslösungen aufweisen. Während einige Akteure über Know-how, Interesse oder Erfahrung verfügen, können andere mit personellen Ressourcen, finanziellen Mitteln oder vielfältigen Kontakten in der Mobilitätsbranche überzeugen. Genau diese spezifischen Stärken können dazu beitragen, eine Mobilitätslösung zum Erfolg zu führen, sofern sie richtig eingesetzt werden. Dafür sind auch eine übergeordnete Koordination und Organisation von Akteursgruppen, Projektteams und Partnerschaften notwendig. Der Aufbau von Netzwerken und Kooperationen zwischen

verschiedenen Akteuren kann gleichzeitig helfen, den Personalmangel zu mildern. Durch den Austausch von Ressourcen und Wissen können Synergien genutzt und Projekte effizienter umgesetzt werden. Kooperationen zwischen Aufgabenträgern können dabei unterstützen, Ressourcen wie Personal, Wissen und Technologien zu teilen. Dies kann es ermöglichen, Engpässe zu überbrücken und die Arbeitslast besser zu verteilen.

Mitwirkende identifizieren und kontaktieren

Zur Planung und Initiierung einer Mobilitätslösung braucht es ein starkes Team aus verschiedenen Akteurinnen und Akteuren, die ein gemeinsames Ziel verfolgen. Zu Beginn eines solchen Initiierungsprozesses ist es daher von entscheidender Bedeutung, starke und für die Aufgabenstellung passende Partnerinnen und Partner zu gewinnen. Dazu bedarf es einer ausreichend konkreten Projektidee, mit der an potenzielle Unterstützer herangetreten werden kann. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine mögliche beteiligte Person auch die Chance erhält, an der detaillierten Ausgestaltung des Vorhabens aktiv mitzuwirken, um sich mit der Mobilitätslösung zu identifizieren.

Eine gezielte Ansprache potenzieller Akteurinnen und Akteure ist für die Schaffung einer persönlichen und verbindlichen Atmosphäre bedeutsam. Gleichsam wichtig ist es, grundsätzlich offen zu sein, wenn interessierte Akteursgruppen aktiv auf das Projektteam zukommen. Die Identifikation und Auswahl der Beteiligten werden vor dem Hintergrund verschiedener strategischer Überlegungen getroffen. Eine passende beteiligte Person weist dabei möglichst viele der folgenden Eigenschaften auf:

- Inhaltliches Verständnis und Interesse am geplanten Projekt
- Erfahrungen und Erkenntnisse im Umgang mit ähnlichen Projekten und Vorhaben
- Lokale oder regionale Bedeutung sowie Einfluss auf relevante Entscheidungsträger und -gremien
- Personelle, technische und/oder finanzielle Ressourcen, die das Vorhaben unterstützen und voranbringen können



Praxisbeispiel Dörpsmobil Medelby

Auf Initiative aus der Kommunalpolitik haben zwei regionale Energieversorgungsunternehmen mit großem Engagement innerhalb kurzer Zeit das Projekt „Dörpsmobil Medelby“ umgesetzt. Es dauerte nur wenige Monaten von der Idee bis zur ersten Fahrzeugnutzung. Die Unternehmen übernahmen in den ersten drei Betriebsjahren auch Teile der Finanzierung und die komplette Verwaltung der Fahrzeuge, der Fahrzeugbuchung und der Ladesäule. Nach dem Ausstieg der Unternehmen konnte der Dörpsmobil-Verein ein gut laufendes Projekt übernehmen. Das Projekt lebt nun vom bürgerschaftlichen Engagement und von regionalen Sponsorinnen und Sponsoren.

Rollen definieren – Verbindlichkeiten schaffen

Ein Projektteam zeichnet sich durch seine Vielfalt an Interessen und Kompetenzen aus. Um diese Diversität auch nutzen zu können, ist es entscheidend, dass für jeden Akteur eine Rolle definiert wird bzw. ist, mit der sich dieser identifizieren kann. Dies ist insbesondere dann wichtig, wenn bei der Umsetzung von Mobilitätslösungen Aufgaben anfallen, die nicht Kraft öffentlichen Rechts beispielsweise den Aufgabenträgern zugewiesen sind.

Eine konstruktive Zusammenarbeit zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass mit Blick auf die gemeinsamen Ziele jede Akteurin und jeder Akteur individuelle Aufgaben übernimmt, die dem Projektfortschritt dienen. So können nicht nur einzelne Akteure an das Vorhaben gebunden, sondern auch Effizienz und Effektivität des Initiierungsprozesses gesteigert werden. Eine Definition von Rollen und Aufgaben sollte immer mit dem betreffenden Akteur gemeinsam getroffen und dabei auf individuelle Zielsetzungen und Vorstellungen eingegangen werden. Durch die gemeinsame Erarbeitung spezifischer Rollen und Aufgaben für jede beteiligte Person kann

verhindert werden, dass einzelne Akteure passive Rollen übernehmen, die zu einer zunehmenden Entfremdung oder sogar Ablehnung des Vorhabens führen. Solange alle Mitwirkenden am Projektfortschritt arbeiten, können eventuell auftretende Differenzen und Meinungsverschiedenheiten im Team auf inhaltlicher Ebene diskutiert und gelöst werden.

Eine treibende Kraft finden

Auch wenn die Entwicklung nachhaltiger Mobilitätslösungen immer als Teamaufgabe verstanden werden soll, ist es unerlässlich, dass einzelne Mitglieder des Projektteams eine Führungsrolle übernehmen. Gerade wenn es um die übergeordnete Organisation der Zusammenarbeit und des

Projektfortschritts geht, braucht es eine zuständige Instanz als Kümmerin oder Kümmerer, die die Projektziele, Erfordernisse und Zeitpläne im Blick behält. Als zentrale Ansprechperson, als Moderatorin oder Moderator und ggf. auch Mediatorin oder Mediator sorgt die Kümmerinstanz für ein angenehmes und konstruktives Arbeitsklima in der Projektgruppe.

Die Person bzw. auch Institution muss nicht zwingend Teil der Landkreis- oder Gemeindeverwaltung sein, vielmehr sollte sie oder er sich mit der Region identifizieren, eine intrinsische Motivation besitzen und im Idealfall bereits Expertise im Themenfeld gesammelt oder ein Netzwerk aufgebaut haben, das bei der Planung und Umsetzung unterstützen kann.



In diesen Fällen sollten verschiedene Fragestellungen bei der Identifikation einer passenden Kümmerinstanz diskutiert werden:

- Welcher Akteur/welche Akteurin ist in der Region am besten bekannt und profitiert von seinen Kontakten?
- Welcher Akteur/welche Akteurin hat bereits Erfahrungen in der Initiierung ähnlicher Vorhaben und kann gewonnene Erkenntnisse in das Projekt einbringen?
- Welcher Akteur/welche Akteurin hat die notwendigen zeitlichen und personellen Kapazitäten, um die anfallenden Aufgaben kurzfristig und in angemessener Qualität zu bearbeiten?

Das Finden einer geeigneten Instanz ist in vielen Fällen herausfordernd. Denn einmal möchte kein Akteur die Steuerung übernehmen, oder aber gleich mehrere Akteure wollen dies tun.

Um eine bestmögliche Kontinuität über den Planungs- und Umsetzungsprozess zu erreichen, sollte die Rolle des Kümmerers bzw. der Kümmerin über den gesamten Prozess bei einem Akteur/ einer Akteurin oder Institution liegen. Ein Wechsel kann vor allem dann sinnvoll sein, wenn mit der Inbetriebnahme einer Mobilitätslösung ein anderer Akteur die Hauptverantwortung für das Projekt übernimmt, z. B. ein Verkehrsunternehmen anstelle eines ÖPNV-Aufgabenträgers.

Geeignete Trägerschaft identifizieren

Die Struktur der Trägerschaft von Mobilitätslösungen kann je nach Projekt und den spezifischen Anforderungen variieren. Die Verantwortung und Betreuung können dabei in unterschiedlichen Formen organisiert sein, wie etwa durch eine GmbH, einen Verein, ein Unternehmen, ehrenamtliche Strukturen oder durch Dachverbände und Koordinierungsstellen. Eine klare Verteilung der Aufgaben, transparente Entscheidungsstrukturen und ein gemeinsames Verständnis aller Beteiligten sind besonders zu Beginn von Projekten entscheidend für den Erfolg. Nur so können reibungslose Abläufe und eine effiziente Zusammenarbeit sichergestellt werden, die es ermöglichen, auf Herausforderungen gezielt zu reagieren und das Projekt zielorientiert voranzutreiben.

Den Blick von außen zulassen

Im Zeitverlauf kann es sich ergeben, dass das Projektteam trotz aller Bemühungen nicht alle

Fragestellungen selbst beantworten und alle Probleme selbst lösen kann. Um bestehende Hürden bei der Initiierung, Umsetzung und Weiterentwicklung von Mobilitätslösungen abzubauen, lohnt es sich, einen Blick über den Tellerrand zu werfen. Auch aus diesem Grund sind externe Akteurinnen und Akteure ohne direkten Projektbezug wichtige Ideen- und Inputgeber, die eigene Erfahrungen und einen erweiterten Wissensschatz in das Projektteam tragen können. So können beispielsweise spezialisierte Gutachter die Initiierung und Umsetzung von Projekten gezielt begleiten und die Projektentwicklung mit Analysen, Wirkungsabschätzungen und Konzepten unterstützen, die auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen ebenso wie auf Erfahrungen aus der Praxis beruhen. In vielen Fällen wurden ähnliche oder vergleichbare Projekte bereits in anderen Regionen initiiert. Auch ein direkter Austausch mit Best-Practice-Projekten kann wertvolle Erfahrungen für das eigene Projekt generieren.

Offen für neue Partnerschaften bleiben

In der Initiierung, Umsetzung und Weiterentwicklung von Mobilitätslösungen können neue Partner einen frischen und unvoreingenommenen Blick auf das Projekt und den vorausgegangenen Prozess werfen. Neue Ideen und Vorschläge können dabei insbesondere dann entscheidend sein, wenn bestehende Problemstellungen die Projektumsetzung hemmen oder verhindern. Auch aus diesem Grund kann es bedeutsam sein, das Projektteam nicht als geschlossenen Kreis zu sehen, sondern offen zu sein, wenn sich über die einzelnen Prozessphasen Notwendigkeiten oder Erkenntnisse für neue relevante Partner ergeben. Dies ist auch in der Kommunikation nach außen bedeutsam, um die Zugangsbarrieren für potenzielle Unterstützende

möglichst gering zu halten. Die Entwicklung eines Projekts bringt dabei in vielen Fällen auch Veränderungen in den Einstellungen verschiedener Akteursgruppen mit sich. So können beispielsweise im Laufe eines Projekts auch frühere Kritikerinnen und Kritiker zu zukünftigen Partnern werden. Diese Entwicklung kann durch das Projektteam gefördert werden, indem aktiv auf Kritik und Bedenken eingegangen wird. Eine Einladung, Bedenken und Unsicherheiten in den Entwicklungsprozess eines Vorhabens direkt einzubringen und eine gemeinsame Lösung zu entwickeln, wiegt in vielen Fällen stärker als gegenseitiges Misstrauen und Unzufriedenheit.

Zusammenarbeit verstetigen und langfristig stärken

Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit gibt es kein klassisches Enddatum, vielmehr zeichnet sie sich durch einen fortlaufenden Prozess der Weiterentwicklung aus. Eine Verstetigung der Zusammenarbeit ist unabhängig vom Projektfortschritt bedeutsam (siehe Kapitel 4).

3.4 Kommunikation und Marketing

Marketing für nachhaltige Mobilitätslösungen in ländlichen Räumen und eine gute Kommunikation mit den (potenziellen) Nutzenden sind wichtige Erfolgsfaktoren. Allerdings unterscheidet sich Marketing für nachhaltige Mobilitätsangebote im ländlichen Raum zum Teil deutlich von dem im städtischen Raum. Einerseits führt die geringe Siedlungs- und Einwohnerdichte im ländlichen Raum dazu, dass mit den gleichen Kommunikationsmaßnahmen durchschnittlich weniger Personen erreicht

werden und dadurch die Marketingkosten relativ betrachtet steigen. Andererseits erregen Kommunikations- und Marketingaktionen in ländlichen Räumen eher Aufmerksamkeit im Vergleich zur Flut an verschiedenen Marketingaktionen im städtischen Raum.

Ein wesentlicher Unterschied besteht jedoch auch darin, dass sich die Mobilitätsangebote unterscheiden können: Während in städtischen Räumen in der Regel ein dichtes ÖPNV-Netz und Angebot vorhanden ist, zeichnen sich ländliche Räume durch eine geringe Haltestellendichte, weniger Linien und eine geringere Taktfrequenz aus, so dass öffentliche Verkehrsangebote als Alternativen zum Auto weniger präsent sind. Hinzu kommt, dass klassische ÖPNV-Angebote häufig nicht vorhanden sind bzw. durch vergleichsweise neue Mobilitätsangebote und -dienstleistungen ergänzt oder ersetzt werden, die zunächst bekannt gemacht werden müssen. Marketing und Kommunikation haben hier also die Aufgabe, Vorbehalte gegenüber diesen (neuen) Mobilitätsangeboten abzubauen, ihre Funktions- und Nutzungsweise zu erläutern sowie zum Ausprobieren zu motivieren. Dem Marketing kommt damit die Aufgabe zu, aus dem Bedarf nach Mobilität das Bedürfnis zur Nutzung der nachhaltigen Mobilitätsangebote und -dienstleistungen zu generieren.

Grundsätzlich umfasst Marketing nicht nur die reine Kommunikation über ein Angebot, sondern auch die Bereiche Produkt- und Preisgestaltung sowie die Distribution des Angebots. Im Folgenden wird jedoch der Schwerpunkt auf Handlungsmöglichkeiten im Bereich der Kommunikation gelegt.

Zielgruppen identifizieren

Es hat sich gezeigt, dass es hilfreich ist, bereits bei der Planung und Konzeption nachhaltiger Mobilitätslösungen parallel ein Marketing- und Kommunikationskonzept zu entwickeln. Um passgenaue Marketing- und Kommunika-

tionsmaßnahmen aufzubauen und um große Streuverluste zu vermeiden, ist zu klären, für welche spezifischen Zielgruppen (wie Pendelnde, Touristinnen und Touristen, Autofahrende, junge Menschen, Mobilitätseingeschränkte o. ä.) diese zu entwickeln sind.



Hilfreiche Fragen, die zu diesem Zeitpunkt zu beantworten sind, lauten beispielsweise:

- Für welche (Kern-)Zielgruppe(n) wird das Mobilitätsangebot entwickelt?
- Wie lassen sich die Zielgruppen hinsichtlich bestimmter Kriterien (wie Alter, Lebensstil, Mobilitätseinstellung, o. ä.) näher beschreiben?
- Welche Mobilitätsbedürfnisse sollen mit dem neuen Mobilitätsangebot erfüllt werden?
- Wie offen sind die Zielgruppen für neue Mobilitätslösungen?
- Welche konkreten Vorteile ergeben sich durch die Nutzung des neuen Mobilitätsangebots für die Zielgruppe?

Kommunikationsstrategie: Dachmarke oder lokales Alleinstellungsmerkmal

Der Vorteil einer (über)regionalen Dachmarke für vergleichbare Mobilitätsangebote liegt darin, dass nicht jeder einzelne Anbieter eine separate Marketing- und Kommunikationskampagne für vergleichbare Mobilitätsangebote entwickeln muss. Somit werden nicht nur Kosten reduziert, sondern es können Synergien genutzt werden, indem die Angebote unter einer (über)regionalen Dachmarke gegenseitig von einer positiven Wahrnehmung der gesamten Angebotsfamilie profitieren. Das positive Image von einem Mobilitätsangebot wird auf das andere übertragen.

Wird die Kommunikation hingegen auf ein lokales Alleinstellungsmerkmal ausgerichtet, ist der Nutzen darin zu finden, dass durch die lokale Verankerung eine stärkere Identifikation mit dem Angebot und somit eine stärkere Kundenbindung aufgebaut werden kann. In ländlichen Räumen ist die lokale Identifikation oft stärker ausgeprägt als in Städten - bedingt durch eine stärkere soziale Verbundenheit, mehr bürgerschaftliches Engagement und lokale Netzwerke, eine generationsübergreifende Verwurzelung sowie weniger Anonymität. Daraus ergibt sich ein Vorteil für die Kommunikation neuer Mobilitätslösungen. Zufriedene Nutzende ebenso wie Meinungsbildende vor Ort sind wichtige Personen zur Multiplikation und Bewerbung des Mobilitätsangebots.

Es ist also im Einzelfall zu entscheiden, welche Kommunikationsstrategie im jeweiligen Fall geeigneter ist oder ob eine Kombination möglich ist, d. h. beispielsweise ein einheitlicher Marken-

name verwendet oder auf ein einheitliches Corporate Design zurückgegriffen wird und gleichzeitig individuelle lokale Besonderheiten integriert werden können.



Praxisbeispiel MarktTreff

Seit 25 Jahren gibt es unter der Dachmarke MarktTreff in Schleswig-Holstein ein stationäres Grundversorgungsangebot in bereits über vierzig ländlichen Kommunen, das neben einem Kerngeschäft, das in der Regel aus einem Lebensmittelgeschäft besteht, Dienstleistungen (z. B. Postannahmestelle, ärztliche Zweigpraxis) umfasst und gleichzeitig als kommunaler Treffpunkt und Austauschort dient. Die konkrete Ausgestaltung des jeweiligen MarktTreffs erfolgt auf Basis der lokalen Gegebenheiten und Bedürfnisse. Stetig sind weitere MarktTreffs in Planung, so dass sich das flächendeckende Netz erweitert und die Marke MarktTreff landesweit und darüber hinaus bekannt ist.

Die kommunalen MarktTreffs können nicht nur auf verschiedene Praxishilfen zur Planung und Umsetzung zurückgreifen, sondern es werden auch umfangreiche Marketinghilfen sowie Werbemittel und Druckvorlagen zur Verfügung gestellt. Diese können wiederum lokal angepasst werden.

Kommunikationsmaßnahmen zur Bekanntmachung des Angebots

Wird ein neues Mobilitätsangebot eingeführt, zielen die Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen zu Beginn darauf ab, das Angebot bekannt zu machen. Bei konventionellen, fahrplangebundenen Angeboten mit einer entsprechend hohen Taktfrequenz sind die Fahrzeuge selbst ein zentrales Kommunikationselement. Dagegen funktioniert dieses Kommunikationselement bei flexibel verkehrenden Angeboten, insbesondere wenn sie hauptsächlich virtuelle Haltestellen anfahren, nur eingeschränkt. Hier hat es sich beispielsweise bewährt, über auffallende Aushänge und Plakate an zentralen Standorten mit Publikumsverkehr auf das neue Angebot hinzuweisen.

Bei innovativen Mobilitätsangeboten, deren Nutzungsweise von klassischen Angeboten abweicht und eher erklärt werden muss, haben sich aufsuchende und interaktive Kommunikationsmaßnahmen grundsätzlich bewährt. Durch persönlichen Kontakt z. B. in Form von Infoständen an zentralen Orten, auf lokalen Veranstaltungen (wie Märkte, Dorf- und Volksfeste) oder durch Besuche in Institutionen wie Seniorenheimen oder Begegnungsstätten können Zugangshürden infolge von Informationsdefiziten abgebaut werden. Außerdem hat sich gezeigt, dass zu Beginn Schnupperangebote oder Rabattaktionen geeignet sind, um neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen.



Bei der Auswahl passender Kommunikationsmaßnahmen können die folgenden Fragen Anregungen geben:

- Über welche Kommunikationskanäle sind die Zielgruppen gut zu erreichen?
- Welche Möglichkeiten gibt es, direkt mit der Zielgruppe in Interaktion zu treten?
- Wie lässt sich eine positive Mund-zu-Mund-Propaganda fördern?
- Welche Meinungsbildende haben einen guten Zugang zur Zielgruppe?
- Welche Nutzungsaspekte (wie Schnelligkeit, Zuverlässigkeit, Sicherheit, Verfügbarkeit u. ä.) sind der Zielgruppe besonders wichtig?
- Welche Zugangshürden zur Nutzung des Angebots bestehen ggf. bei der Zielgruppe und wie lassen sich diese ausräumen?

Kommunikation mit Bestandskundinnen und -kunden

Während zu Beginn die Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen darauf ausgerichtet sind, Aufmerksamkeit zu erregen, die Mobilitätslösung bekannt zu machen, die Funktionsweise zu erklären, Neugier zu wecken, das neue Angebot auszuprobieren und somit letztlich Neukundinnen und -kunden zu gewinnen, ist das Marketing mittel- bis langfristig ergänzend auch auf bestehende Nutzerinnen und Nutzer auszurichten. Personen, die das neue Mobilitätsangebot bereits genutzt haben, sind darin zu bestärken, dieses weiterhin bzw. vermehrt zu nutzen. Insbesondere bei digital buchbaren Angeboten hat sich gezeigt, dass die Buchungs-App auch für eine Kommunikation mit den Nutzerinnen und Nutzern genutzt werden kann (vgl. Kapitel 3. 6). So können durch Push-Nachrichten bzw. In-App-Benachrichtigungen aktuelle Informationen zum Angebot verschickt werden oder Personen, die längere

Zeit inaktiv waren, gezielt kontaktiert werden, um sie zur erneuten Nutzung zu motivieren. Der Aufwand ist gering und neben der Ansprache aller App-Nutzenden sind auch differenzierte Ansprachen von Teilgruppen möglich.

Qualitativ hochwertiges Angebot und zufriedene Nutzende für effektives Marketing nutzen

Die Zufriedenheit der Nutzenden wird durch die Qualität des Angebots geprägt. Daher ist es von zentraler Bedeutung, dass von Beginn an ein qualitativ hochwertiges Angebot bereitgestellt wird, um bei den (Erst-)Nutzenden positive Mobilitätserfahrungen zu schaffen (vgl. Kapitel 3.1). Zufriedene Nutzende, die von ihren Erfahrungen mit dem neuen Mobilitätsangebot Freundinnen und Freunden, Bekannten und Familienangehörigen berichten, tragen durch ihre positive Mund-zu-Mund-Propaganda dazu bei, das neue Angebot nicht nur bekannter zu machen, sondern motivieren zu Nachahmung.

Weitere Zielgruppen der Kommunikation und des Marketings

Eine umfassende Kommunikation hat nicht nur die (potenziellen) Nutzerinnen und Nutzer im Blick, sondern richtet sich zum einen auch auf Meinungsbildende. Dazu zählen beispielsweise die Presse, lokale oder regionale Repräsentantinnen und Repräsentanten und zielgruppenspezifische Vorbilder. Zum anderen richtet sich die Kommunikation auch an diejenigen, die vom neuen Mobilitätsangebot indirekt (also nicht als Nutzende) profitieren. Das sind beispielsweise verkehrserzeugende Institutionen oder Unternehmen in der Region (z. B. größere Betriebe, Einzelhandel, Freizeit- oder Tourismuseinrichtungen), die an einer guten Erreichbarkeit interessiert sind.

All diese Genannten können dabei unterstützen, das Mobilitätsangebot bekannt zu machen und (gemeinsame) Nutzungsgruppen zu erschließen. Darüber hinaus können die Profiteure des Angebots als Sponsoringpartnerinnen und -partner einen Beitrag zur Finanzierung leisten, beispielsweise dadurch, dass sie für Werbeflächen auf den Fahrzeugen zahlen.

3.5 Personal

Ausreichendes Personal ist essenziell in der ländlichen Mobilität. Es spielt eine zentrale Rolle, um neue Mobilitätslösungen einzuführen, bestehende Standards aufrecht zu erhalten, aber auch Angebote weiterzuentwickeln. Gut ausgebildetes Personal sorgt dafür, dass die Qualität der Dienstleistungen hoch bleibt.

Insbesondere Projekte, die Fahrpersonal erfordern, haben einen erheblichen Personalaufwand. Dieser stellt eine der größten Herausforderungen und einen limitierenden Faktor im Erfolg

sowie der Weiterentwicklung von ländlicher Mobilität dar. Die Rekrutierung und Bindung von Fahrpersonal mit entsprechender Fahrerlaubnis (Führerscheinklasse D) erweist sich als besonders schwierig. Ländliche Regionen haben oft Schwierigkeiten, Fachkräfte anzuziehen und zu halten, da diese Gebiete im Vergleich zu städtischen Regionen weniger Anreize bieten können, wie z. B. kulturelle Angebote oder Karrieremöglichkeiten für Partnerinnen und Partner. Ländliche Gemeinden haben oft begrenzte finanzielle Mittel, was die Einstellung und Bezahlung von qualifiziertem Personal zusätzlich erschwert. Dies führt dazu, dass vorhandenes Personal überlastet ist und mehrere Rollen gleichzeitig übernehmen muss.

Kommunale Unterstützung der Verkehrsdienstleister

Auch wenn die Personalfrage häufig durch Verkehrsdienstleister beantwortet werden muss, hat der Personalbedarf von Mobilitätslösungen auch auf kommunaler Ebene Bedeutung. Denn je mehr Personalbedarf es gibt, desto teurer werden unter Umständen auch die Angebote seitens des Verkehrsdienstleisters. Kommunen können hier gegensteuern, indem sie im engen Kontakt zum Verkehrsdienstleister stehen, die Bedingungen so einfach wie möglich gestalten und Dienstleister unterstützen.

Ein Faktor, auf den Kommunen nur bedingt Einfluss haben, der jedoch immens wichtig bei der Personalakquise und -bindung ist, sind die Arbeitsbedingungen. Um dem Fachkräftemangel entgegenzutreten und eine langfristige Bindung der Beschäftigten zu erreichen, sind attraktive Arbeitsbedingungen wie höhere Löhne, soziale Leistungen, gute Dienstplanung (u. a. keine geteilten Dienste) etc. hilfreich.

Langwierige Verwaltungsprozesse und komplizierte Verwaltungsstrukturen verstärken häufig den Fachkräftemangel. Arbeitssuchende wählen tendenziell eher die Jobs, in denen sie schneller eine Perspektive und eine höhere Sicherheit sehen. Dem können Kommunen und Kreise aktiv entgegenwirken, indem eine Priorisierung zugunsten der Mobilitätslösungen vorgenommen wird. Beispielsweise können Anträge auf Fahrerlaubnis oder Beförderungsscheine bevorzugt bearbeitet und die Prozesse damit beschleunigt werden.

Proaktive Personalentwicklung

Eine proaktive Personalentwicklung nicht nur beim Fahrpersonal kann eine entscheidende Rolle bei der Förderung der ländlichen Mobilität spielen. Drei Bestandteile davon sind nationale und internationale Akquise, Quereinsteigsförderung und Ausbildungsprogramme. Durch die gezielte Anwerbung von Fachkräften aus dem In- und Ausland können ländliche Mobilitätslösungen von neuen Perspektiven, Erfahrungen und Ansätzen profitieren. Die Akquise ist eine gute Möglichkeit zur Innovationsförderung in strukturschwachen Regionen. Zusätzlich können durch gezielte Schulungs- und Weiterbildungsprogramme Quereinsteigende schnell in neue Rollen integriert werden, was ebenfalls den Fachkräftemangel in ländlichen Gebieten mindern kann. Nicht zuletzt können gezielte Ausbildungsprogramme junge Menschen dazu ermutigen, in ihrer Heimat zu bleiben und dort zu arbeiten.

Partizipationsmöglichkeiten schaffen

Mitarbeitende können außerdem die Option bekommen, aktiv am Erfolg des Unternehmens

teilzuhaben. Dies kann durch Gewinnbeteiligungen oder Boni geschehen. Solche Anreize motivieren die Mitarbeitenden und fördern ein stärkeres Engagement für das Unternehmen. Es ist zudem hilfreich, wenn Mitarbeitende in die Entscheidungsprozesse einbezogen werden. Regelmäßige Feedback-Runden, Ideenwettbewerbe oder ein offenes Vorschlagswesen können dazu beitragen, dass sich Mitarbeitende gehört und wertgeschätzt fühlen. Die Zufriedenheit des Fahrpersonals überträgt sich schnell auf die Kundinnen und Kunden, denn beide stehen in engem Kontakt zueinander.

Ehrenamt unterstützen und wertschätzen

Gemeinden profitieren stark vom ehrenamtlichen Engagement ihrer Bürgerinnen und Bürger. Es trägt wesentlich zum lokalen Gemeinwesen bei. Es ist wichtig, dieses Engagement anzuerkennen, zu fördern und zu erhalten. Ehrenamtlich tätige Personen sollten daher besonders beachtet und unterstützt werden.

Der Einsatz von Ehrenamtlichen kann Personalkosten senken. In Bürgerbusvereinen übernehmen ehrenamtlich Tätige beispielsweise den gesamten Betrieb sowie sämtliche organisatorische Aufgaben. Bei anderen Angeboten werden Ehrenamtliche dagegen auch nur ergänzend zu festangestellten Personen zur Unterstützung eingesetzt. Die Gewinnung von ehrenamtlichem Personal unterscheidet sich dabei stark von der Personalakquise kommerziell betriebener Angebote. Es hat sich gezeigt, dass Ehrenamtliche insbesondere durch Ansprache auf Veranstaltungen, durch Präsenz in den Medien (Zeitungsartikel, Radiointerviews) oder persönliche Ansprache in der Dorfgemeinschaft gewonnen werden können.

Eine Herausforderung beim Einsatz von Ehrenamtlichen stellt häufig das Alter der Personen dar. Insbesondere bei ehrenamtlich betriebenen

Bürgerbussen sind die Fahrerinnen und Fahrer häufig im Rentenalter.



Praxisbeispiel Bürgerbus Rhede

Um einem drohenden Fahrermangel proaktiv entgegenzuwirken, sollten regelmäßig Personen akquiriert werden. Der Bürgerbusverein Rhede hat gute Erfahrungen damit gemacht, jährlich zwei bis drei Personen neu einzustellen. Das gleicht das altersbedingte Ausscheiden wieder aus. Außerdem hat sich gezeigt, dass die teils anspruchsvolle Vorstandsarbeit auf mehrere Schultern verteilt werden sollte und die Schichten der Fahrerinnen und Fahrer nicht zu lange sein sollten – zwei Stunden werden hier empfohlen.

Innovationen und Entwicklungen im Blick behalten

In Zukunft wird die Automatisierung und der Einsatz von autonomen Fahrzeugen als Möglichkeit gesehen, den Personalaufwand zu reduzieren. Es ist zwar noch nicht ersichtlich, wann automatisiertes Fahren im Regelbetrieb möglich sein wird, dennoch muss beachtet werden, dass das eingesparte Fahrpersonal zum Teil durch den erhöhten Bedarf an Personal in der Leitstelle für die Überwachung und Koordination des Betriebs kompensiert wird. Die Beschaffung und Bindung dieser Personen bleiben weiterhin eine zentrale Herausforderung, deren Lösung maßgeblich zum Erfolg von Projekten beiträgt. Offen ist außerdem, wie diese neuen Angebote akzeptiert werden. Insbesondere in den Randzeiten kann Fahrpersonal auch ein Sicherheitsgefühl vermitteln.

3.6 Monitoring und Evaluation

Ein kontinuierliches Monitoring bzw. regelmäßig durchgeführte Zwischenevaluationen sind wichtig, um Anpassungsbedarfe bei den Mobilitätsangeboten zu erkennen und dafür zu sorgen, dass diese nachhaltig, effizient und langfristig attraktiv bleiben.

Das Monitoring dient der fortlaufenden Beobachtung des Mobilitätsangebots und seiner Nutzung. Es unterstützt dabei, Schwachstellen und geänderte Rahmenbedingungen frühzeitig zu erkennen und möglichst kurzfristige Anpassungen am Angebot vorzunehmen. Beispielsweise können im Rahmen von Monitoringprozessen Fahrgastzahlen in einem Rufbus- oder On-Demand-System erfasst, die Fahrzeugverfügbarkeit bei einem Sharing-Angebot überprüft oder Verspätungen und Betriebsstörungen bei konventionellen Linienverkehren beobachtet werden.

Die Evaluierung hingegen ist die systematische und umfassende Bewertung eines Projekts oder Angebots, zu bestimmten Zeitpunkten oder am Ende einer Projektphase. Ziel der Evaluation ist es, zu untersuchen, ob die mit dem Mobilitätsangebot verfolgten Ziele erreicht werden. Der Fokus der Evaluation liegt also darauf, die Wirksamkeit zu bewerten und auf dieser Basis strategische Entscheidungen für die Zukunft zu treffen. Bei der Evaluation werden in der Regel Monitoring-Daten und weiteren Datenquellen (z. B. Umfragen, Interviews, Umweltanalysen) betrachtet.

In der Summe unterstützen Monitoring und Evaluation dabei, Ressourcen gezielt einzusetzen und unnötige Kosten zu vermeiden sowie die Akzeptanz von Mobilitätslösungen zu erhalten bzw. zu erhöhen.

Da in ländlichen Regionen in der Regel sowohl die finanziellen als auch die personellen Ressourcen knapp sind, ist auf eine effiziente Gestaltung des Monitoring- und Evaluationsprozesses und ein pragmatisches Vorgehen zu achten, besonders bei „kleinen“ Angeboten, mit denen eine begrenzte Zielgruppe angesprochen wird und nur wenige Ressourcen eingesetzt werden.

Messbare Ziele und Indikatoren definieren

Sowohl für ein kontinuierliches Monitoring als auch für regelmäßige Zwischenevaluationen ist es wichtig, bereits in der Planungsphase des Mobilitätsangebots möglichst SMARTER Ziele (spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden) zu definieren (vgl. Kapitel 3.1). Das betrifft zum einen die strategischen – z. B. Verkehrs- und klimapolitischen – Ziele, die mit dem Mobilitätsangebot verfolgt werden. Denkbar sind

Wirkungsziele, wie die Reduktion von Luftschadstoffen und Klimagasemissionen, die verbesserte Erreichbarkeit beispielsweise von Arbeitsplätzen, Schulen oder Versorgungsmöglichkeiten im Bedienungsgebiet oder die verbesserte Mobilität bestimmter Nutzungsgruppen. Daneben unterstützen konkrete Leistungsziele dabei, beispielsweise den Betrieb und die Finanzen des Mobilitätsangebots im Blick zu behalten.

Um zu überprüfen, ob die Ziele erreicht werden und ob man „auf dem richtigen Weg ist“, können sogenannte Schlüsselindikatoren (Key Performance Indicators) genutzt werden. Diese Indikatoren leiten sich direkt aus den Zielen ab und sollten idealerweise schon bei der Zieldefinition festgelegt werden. Mögliche Indikatoren sind (in Abhängigkeit von der Art des Mobilitätsangebots) die Höhe von CO₂-Einsparungen, die Anzahl der Nutzenden (auch spezifischer Nutzungsgruppen), Kosten- und Erlöskennziffern, Kennziffern zur Beschreibung der Verlässlichkeit des Betriebs sowie Kennziffern zur Bewertung der Zufriedenheit von Kundinnen und Kunden sowie Beschäftigten. Wichtig ist es, Indikatoren zu wählen, für die die Daten ohne großen Aufwand beschafft werden können. Im Folgenden ist dargestellt, welche Methoden sich zur Datenerfassung eignen und welche Datenquellen genutzt werden können. Die Checkliste am Ende des Kapitels fasst mögliche Datentypen beispielhaft zusammen.

Erforderliche Daten erfassen und aufbereiten

Nutzungszahlen: In ländlichen Regionen kommen häufig bedarfsorientierte Mobilitätsangebote wie On-Demand-Verkehre oder Sharing-Angebote zum Einsatz. Im Hinblick auf das Monitoring und die Evaluation ist dies

von Vorteil, da Fahrtwunschanmeldungen und Leihvorgänge digital erfasst werden und sich die Daten gut zur Analyse der Nutzungszahlen und -strukturen eignen.

Kosten und Erlöse: Daten zu Kosten und Einnahmen werden im Rahmen des Projektcontrollings erfasst und können insbesondere durch Verschnitten mit Nutzungszahlen und betrieblichen Kennzahlen (wie Betriebskilometern) wertvolle Informationen liefern.

Verlässlichkeit der Mobilitätsangebote:

Betriebsstörungen, Verspätungen, Fahrzeugausfälle usw. müssen häufig im Rahmen des Reportings an die das Mobilitätsangebot finanzierende Institution geliefert werden. Die dafür erfassten Daten und Informationen können auch zu Monitoring- und Evaluationszwecken verwendet werden.

Verhalten und Zufriedenheit der Nutzenden:

Diese Daten müssen in der Regel über Befragungen oder im Rahmen von Veranstaltungen sowie über Feedbackkanäle erfasst werden. Die entsprechenden Möglichkeiten sind im folgenden Abschnitt ausführlich dargestellt.

Zufriedenheit der Mitarbeitenden: Diese kann z. B. im Rahmen von anonymen Befragungen oder bei regelmäßig stattfindenden Feedbackgesprächen erfasst werden. Auch Kennziffern wie der Anteil der langjährigen Mitarbeitenden oder die Anzahl an Kündigungen geben Hinweise zur Zufriedenheit. Wichtig ist es, generell immer ein offenes Ohr für die Anliegen der Beschäftigten zu haben. Oft kennen diese auch die Schwachstellen des Mobilitätsangebots besonders gut, da sie beispielsweise als Fahrer oder Fahrerin direkt mit den Nutzenden im Kontakt sind oder die Fahrzeuge aus eigener Erfahrung kennen.

Mit Nutzenden und Nicht-Nutzenden ins Gespräch kommen

Für umfangreichere Evaluationen können ergänzend Befragungen von Nutzenden durchgeführt werden. Bei konventionellen ÖPNV-Angeboten, bei denen keine Anmeldung erforderlich ist, werden diese in der Regel im Fahrzeug durchgeführt. Bei Angeboten mit vorheriger Anmeldung (On-Demand-Verkehre, Sharing-Angebote) können die Web-Plattformen oder Apps, auf denen die Angebote gebucht werden, auch zur Befragung genutzt werden. Diese Befragungen liefern wertvolle Informationen zu Nutzungsmustern und zur Zufriedenheit mit den Mobilitätsangeboten. Ebenso bieten sich Befragungen an, um bestehende Schwachstellen des Angebots zu identifizieren, Verbesserungsvorschläge aus Nutzersicht zu erfassen und Informationen zur Zielgruppe des Mobilitätsangebots zu erhalten. Die Erfassung dieser Aspekte bringt Erkenntnisse, die über die reine Analyse von Nutzungsstatistiken hinausgehen und können zur (Nach-)Steuerung der Angebote genutzt werden.

Da sich gerade ländliche Räume häufig durch eine enge Verbundenheit der Bevölkerung mit ihrer Region auszeichnen, können auch Dialogveranstaltungen mit Bürgerinnen und Bürgern, regionalen Unternehmen und Vereinen in den Monitoring- und Evaluationsprozess eingebunden werden. Das Nutzen örtlicher Kompetenzen fördert die Akzeptanz – insbesondere auch bei erforderlichen Änderungen am Angebot. Von besonderer Bedeutung ist es, auch Personen einzubeziehen, die das Angebot (noch) nicht nutzen, um auch deren Anforderungen und Nutzungshemmnisse zu erfassen.

Unabhängig von zu bestimmten Zeiten und/oder Anlässen durchgeführten Befragungen

und Dialogveranstaltungen ist es wichtig, den Nutzenden generell die Möglichkeit zu geben, Anliegen in Bezug auf das Mobilitätsangebot einzubringen. Das Einrichten unkomplizierter und niedrighschwelliger Feedbackkanäle für die Bevölkerung, z. B. durch Apps oder Telefon-hotlines, ermöglicht es, Probleme schnell zu erkennen und zu beheben.

Test- und Pilotphasen intensiv begleiten

Wenn neue Mobilitätsangebote zunächst in kleinen Pilotprojekten getestet werden (siehe Kapitel 4) sind Monitoring und Evaluation besonders wichtig. Dies ermöglicht es, eine fundierte Entscheidung zur Ausweitung des Angebots bzw. zum flächendeckenden Ausrollen zu treffen.



Welche Kennziffern eignen sich für Monitoring und Evaluation?

- **Nutzungszahlen – ggf. auch räumlich und zeitlich differenziert:** z. B. Anzahl Fahrgäste, Carsharing-Nutzende, Sharing-Fahrten
- **Betriebskilometer:** mit den eingesetzten Fahrzeugen zurückgelegte Fahrplan-Kilometer (bei konventionellen Linienverkehren), abgerufene Fahrplan-Kilometer (bei liniengebundenen Bedarfsverkehren), von Fahrgästen gebuchte Kilometer (bei voll-flexiblen Bedarfsverkehren) oder von Nutzenden gefahrene Kilometer (bei Carsharing)
- **Leerkilometer:** Einsetz-/Aussetzfahrten, Werkstattfahrten usw.
- **Kosten- und Erlöskennziffern:** Kosten des Mobilitätsangebots, differenziert nach Kostenpositionen (Kraftstoff, Versicherungen, Werkstattkosten usw.), Kosten je km, Kosten je Fahrgast, Einnahmen gesamt, je km, je Fahrgast
- **Kennziffern zur Beschreibung der Verlässlichkeit des Betriebs:** Anzahl/Anteil verspätete und ausgefallene Fahrten, Anzahl Fahrzeugausfälle (bei Sharing-Angeboten), Anzahl Betriebsstörungen, Anzahl Störungen bei Buchungs-Apps o. ä.
- **Kennziffern zur Beschreibung der Nutzerzufriedenheit:** z. B. Net Promoter Score (NPS). Dies ist eine Kennzahl, die misst, inwiefern Konsumentinnen und Konsumenten ein Produkt oder eine Dienstleistung weiterempfehlen würden.
- **Kennziffern zur Beschreibung der Zufriedenheit der Mitarbeitenden:** Anzahl/Anteil langjährige Mitarbeitende, Anzahl Kündigungen, Ergebnisse Mitarbeiterbefragung

4 Vom Einzelangebot zum Gesamtsystem: Ausweitung und Übertragung

Um der Bevölkerung in ländlichen Räumen eine Mobilität auch jenseits der Nutzung des privaten Pkws zu ermöglichen, muss ein qualitativ hochwertiges und vernetztes Mobilitätsangebot bereitgestellt werden. Dieses Angebot sollte in Bezug auf Erreichbarkeit, Zuverlässigkeit, Verfügbarkeit, Schnelligkeit und Sicherheit mit dem Auto vergleichbar sein oder zumindest nicht allzu weit entfernt sein. Daher ist es wichtig, nicht nur einzelne Angebote auf begrenzte Gebiete zu beschränken, sondern eine umfassendere Perspektive einzunehmen. Nachhaltige Mobilität in ländlichen Räumen erfordert ein integriertes Mobilitätssystem, das über kommunale Grenzen hinausgeht und in regionale und überregionale Netze eingebunden ist. Um von erfolgreichen Einzelprojekten in Kommunen zu einem umfassenden, flächendeckenden System zu gelangen, ist eine enge Zusammenarbeit verschiedener Akteurinnen und Akteure auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen erforderlich. Im Folgenden werden zentrale Aspekte zusammengefasst, die zur Ausweitung und Übertragung erfolgreicher nachhaltiger Mobilitätslösungen beitragen können.

Im Rahmen von Forschungsprojekten oder auch durch Eigeninitiative und Engagement verschiedener Akteurinnen und Akteure sind bereits zahlreiche gute Praxisbeispiele für nachhaltige Mobilitätslösungen im ländlichen Raum entstanden. Wichtig ist eine Antwort auf die Frage: Wie können diese guten Beispiele auf

andere Gebiete übertragen werden? Ziel ist es dabei, von den Erfahrungen der guten Praxisbeispiele zu lernen, bereits erprobte Lösungen auf die eigenen Rahmenbedingungen anzupassen, um somit insgesamt dazu beizutragen, dass nicht jede Kommune das Rad neu erfinden muss.

Während es bei bestehenden Angeboten insbesondere darum geht, wie das Angebot z. B. räumlich und zeitlich ausgeweitet oder mit weiteren Angebotskomponenten ergänzt werden kann, steht bei der Übertragbarkeit die Fragestellung im Mittelpunkt, wie erfolgreiche Mobilitätslösungen auch in anderen Regionen umgesetzt werden können.

In der Praxis haben sich zwei in ihrem Ansatz unterschiedliche Strategien für eine (flächendeckende) Ausweitung nachhaltiger Mobilitätslösungen herauskristallisiert.

Skalierbare Mobilitätslösungen: Kontinuierliche und schrittweise Ausweitung des Angebots

Der eine Weg besteht darin, eine neue Mobilitätslösung zunächst in einem kleinen räumlich abgegrenzten Gebiet (z. B. einer Gemeinde oder einem bzw. mehreren Ortsteilen einer Kommune) einzuführen und gleichzeitig eine kontinuierliche Ausweitung des Mobilitätsangebots einzuplanen. Bei einer schrittweisen Einführung können mögliche Probleme oder anfängliche Herausforderungen frühzeitig erkannt und behoben

ben werden. Es können gezielte Anpassungen am Angebot im Abgleich mit den tatsächlichen Bedarfen und Anforderungen der Nutzenden vorgenommen werden, bevor das Angebot in der Breite ausgerollt wird. Gleichzeitig kann die schrittweise Einführung bzw. Ausweitung des Angebots auch aus Anbietersicht vorteilhaft sein, da die ggf. notwendige Infrastruktur und auch die benötigten Ressourcen (z. B. Fahrzeuge, Personal) langsam aufgebaut werden können. Mit einer vorausschauenden Planung und auf Basis

der Praxiserfahrungen im bisherigen Gebiet kann die nachhaltige Mobilitätslösung dann Schritt für Schritt zunächst gemeindeweit bzw. kreisweit eingeführt werden.

Darüber hinaus kann die schrittweise Ausweitung auch über die eigenen kommunalen oder Landkreisgrenzen hinweg der Startschuss für neue Kooperationsmöglichkeiten sein, z. B. wenn sich aus dem ursprünglich lokalen Angebot ein regionales Angebot entwickelt.



SMILE24: Ein gutes Beispiel für inter- und multimodale Mobilität im ländlichen Raum

Das Modellprojekt SMILE24 zeigt, wie durch eine intelligente Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel die Mobilität im ländlichen Raum verbessert werden kann. SMILE24 steht für Schlei-Mobilität: innovativ, ländlich, emissionsfrei und 24/7. Die Schlei-Region in Schleswig-Holstein profitiert damit seit März 2024 von einem flexiblen, nachhaltigen Mobilitätsangebot, das insbesondere auf die Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner sowie Touristinnen und Touristen abgestimmt ist. Gefördert wird das Vorhaben mit rund 29 Millionen Euro durch das Bundesministerium für Verkehr (BMV) sowie mit gut 7 Millionen Euro durch das Land Schleswig-Holstein. Fördernehmende sind der NAH.SH sowie die Landkreise Rendsburg-Eckernförde und Schleswig-Flensburg.

Kern des Projekts ist die enge Verzahnung von Expressbuslinien, einem flächendeckenden On-Demand-Angebot (NAH.SHUTTLE) sowie Bike- und Carsharing. Die Elektrobusse verkürzen die Fahrzeiten zwischen den regionalen Zentren Schleswig, Eckernförde und Kappeln erheblich, während der On-Demand-Dienst mit über 3.600 Haltepunkten eine flexible Ergänzung im ländlichen Raum darstellt. Ergänzend dazu stehen Leihfahrräder und Elektro-Carsharing-Fahrzeuge an über 50 Standorten bereit. Alle Angebote sind über eine zentrale multimodale App buchbar, welche ebenfalls mit Fördermitteln umgesetzt wird.

Die Entwicklung von SMILE24 basierte auf einer umfangreichen Analyse der Mobilitätsbedarfe in der Region. In enger Abstimmung mit Kommunen, Verkehrsunternehmen sowie Bürgerinnen und Bürgern wurden die wichtigsten Anforderungen ermittelt, darunter eine bessere Anbindung dünn besiedelter Gebiete, eine höhere Flexibilität im öffentlichen Verkehr und klimafreundliche Antriebsformen. Diese Bedarfsanalyse bildete die Grundlage für die Auswahl und Kombination der Mobilitätsbausteine. Ein zentraler Erfolgsfaktor war die frühzeitige Einbindung aller relevanten Akteure. Die Kooperation zwischen den Landkreisen Schleswig-Flensburg und Rendsburg-Eckernförde, den beteiligten Verkehrsunternehmen, touristischen Akteuren und der Nahverkehrsgesellschaft Schleswig-Holstein (NAH.SH)

ermöglichte eine reibungslose Umsetzung. Durch eine enge Abstimmung konnten Genehmigungsverfahren effizient gestaltet und Schnittstellen zwischen den verschiedenen Verkehrsträgern optimal aufeinander abgestimmt werden. Technologische Infrastruktur spielte ebenfalls eine wesentliche Rolle. Die Entwicklung einer zentralen Buchungsplattform, über die alle Angebote – vom Expressbus über das On-Demand-Shuttle bis zum Car- und Bikesharing – digital zugänglich sind, erleichtert die Nutzung und trägt zur hohen Akzeptanz des Angebots bei.

SMILE24 wurde 2024 mit dem Deutschen Mobilitätspreis ausgezeichnet und hat bereits eine hohe Nutzung erreicht. So werden mit dem On-Demand-Dienst über 4.000 Fahrten pro Woche durchgeführt und das Bikesharing-Angebot verzeichnet wöchentlich bis zu 500 Ausleihen. Diese Zahlen unterstreichen das Potenzial multimodaler Konzepte für ländliche Regionen.

Das Projekt läuft bis Ende 2025 und wird fortlaufend evaluiert, um Erkenntnisse für weitere Regionen nutzbar zu machen. Weitere Informationen sind unter www.smile24.nah.sh verfügbar.

Abbildung 6: Modellprojekt SMILE 24



Quelle: NAH.SH

Start in der Fläche: Schrittweise Testung und Ausweitung von Angebotsbausteinen im Kleinen

Der andere Weg der flächenhaften Ausweitung eines Mobilitätsangebots erfolgt so, dass zunächst möglichst schnell flächenhaft ein Basisangebot der neuen Mobilitätslösung zur Verfügung gestellt wird. Die flächenhafte Einführung hat zum Ziel, möglichst schnell ein großes Nutzungspotenzial anzusprechen und eine entsprechende Nachfrage zu generieren. Durch die schnelle Ausweitung sind Netzwerkeffekte möglich, wodurch wiederum der Komfort der Nutzenden erhöht werden kann.

Um Neuerungen im Angebot und deren Akzeptanz zu testen, ist es möglich, Angebotsergänzungen oder neue Merkmale des Angebots trotzdem nur in einem Teilgebiet (z. B. einer ausgewählten Kommune) zu testen und erst im Erfolgsfall flächenhaft auszurollen. In der Regel lassen sich derartige kleinräumig angelegte Erprobungen neuer Angebotskomponenten auch gut gegenüber der Kundschaft kommunizieren.

Neben den beiden Ansätzen zur Ausweitung der nachhaltigen Mobilitätslösung lassen sich zwei fördernde Faktoren bei der Übertragbarkeit erfolgreich umgesetzter Mobilitätsangebote in anderen Regionen finden.

Pioniere und Nachahmer

Erfolgreich umgesetzte Mobilitätsangebote und eine entsprechend positive Kommunikation über diese Angebote und Lösungen können dazu führen, dass auch andere Kommunen und Regionen auf die nachhaltige Mobilitätslösung aufmerksam werden und Interesse entwickeln, ein ähnliches Angebot einzuführen. Oder ländliche Kommunen möchten für ihre

Bewohnerschaft die Möglichkeiten, nachhaltig mobil zu sein, verbessern und sind auf der Suche nach geeigneten Mobilitätslösungen - auch dann können bereits erfolgreich umgesetzte Praxisbeispiele Anregungen geben. Dabei können öffentlich zugängliche Good-Practice-Sammlungen wie z. B. Mobilikon (www.mobilikon.de) als erste Informationsquelle dienen und ein Ausgangspunkt für die eigenen Planungen sein. Ebenfalls ist das Nationale Kompetenznetzwerk für nachhaltige Mobilität (NaKoMo) eine gute Möglichkeit, sich mit anderen Praxisakteuren auszutauschen und von den Erfahrungen mit unterschiedlichen nachhaltigen Mobilitätslösungen zu profitieren.

Der Vorteil für Nachahmer liegt darin, dass sie von den Erfahrungen der Pioniere profitieren können. Gerade wenn ein erfolgreich umgesetztes Mobilitätsangebot begleitend evaluiert und dies entsprechend dokumentiert wurde, kann dies dazu führen, dass der Planungs- und Umsetzungsprozess beschleunigt werden kann und mögliche Fehler, die bei der Einführung eines neuen Mobilitätsangebots gemacht wurden, vermieden werden können. Dies wiederum kann zu Zeit- und Kosteneinsparungen führen. Für mögliche Schwierigkeiten oder Hemmnisse im Planungs- und Umsetzungsprozess wurden von den Vorreiterinnen und Vorreitern bereits Lösungen entwickelt, so dass davon die Nachahmenden profitieren können.

Netzwerke und Koordinierungsstellen auf übergeordneter Ebene

Eine weitere wichtige Anlaufstelle zur Übertragung bereits erfolgreich eingeführter Mobilitätsangebote können kommunale Unterstützungsnetzwerke oder regionale Koordinierungsstellen darstellen (vgl. Kapitel 5). Die

Koordinierungsstelle steht der Planungspraxis beratend zur Seite, nachhaltige Mobilitätskonzepte zu entwickeln und entsprechende Maßnahmen umzusetzen. Je nach Ausrichtung der Koordinierungsstelle variieren der Unterstützungsumfang und die Themenvielfalt. Grundsätzlich gilt jedoch, dass auf dieser übergeordneten Ebene Wissen gebündelt und der Planungspraxis zur Verfügung gestellt wird, beispielsweise in Form von Leitfäden und Handbüchern ebenso wie durch Muster-Vorlagen für Anträge oder Beschlussvorlagen. Sollte es in der eigenen Region oder im eigenen Bundesland keine entsprechende Koordinierungsstelle geben, kann der Blick in andere Regionen und Bundesländer hilfreich sein. Die dort zur Verfügung gestellten Materialien (Leitfäden, Handbücher, Muster-Vorlagen o. ä.) können als Inspiration dienen und Anregungen liefern.

Neben einer Beratung, welche Mobilitätslösungen geeignet sind, umfasst das Angebot der Koordinierungsstellen in der Regel auch Qualifizierungsangebote für die kommunale Planungspraxis. Darüber hinaus gibt es verschiedene Vernetzungsangebote z. B. durch regelmäßige Fachtagungen oder Netzwerktreffen, um den Erfahrungsaustausch und gegenseitigen Lernprozess zu fördern. Des Weiteren bieten Koordinierungs- und Vernetzungsstellen teilweise auch Hilfestellung, indem sie für bestimmte Bereiche (z. B. Fahrzeuge, bauliche Komponenten Apps u. ä.) Rahmenverträge aushandeln, so dass sich der zeitliche und finanzielle Aufwand der Beschaffung reduzieren lässt und auf bereits bewährte Produkte bzw. Module zurückgegriffen werden kann. Dies setzt allerdings voraus, dass die Qualität der jeweiligen Produkte kontrolliert wird.



5 Auswahl an weiterführenden Quellen

Es folgt eine nicht abschließende Auswahl an weiterführender Literatur und Information, die bei der Planung von Mobilitätslösungen in ländlichen Räumen unterstützen können. Sie sind in unterschiedliche Themenbereiche gegliedert: eine Auflistung weiterer Beispielprojekte und Broschüren, eine Zusammenstellung von möglichen relevanten Netzwerken, sowie Datenbanken und Listen zum Thema Fördermittel.

Weiterlesen – Beispielprojekte und Broschüren

Bundesinstitut für Bau- Stadt- und Raumforschung (2023): **Handbuch zur Planung flexibler Bedienungsformen im ÖPNV**. Verfügbar unter https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2023/handbuch-planung-fexibler-bedienungsformen-oepnv-dl.pdf;jsessionid=350E3C5CBDD06BA7315981B9A609F933.live21322?__blob=publicationFile&v=3 [aufgerufen am 27.01.2025]

Bundesinstitut für Bau, Stadt, und Raumforschung (o. J.): **Mobilikon: Das Nachschlagewerk rund um das Thema Mobilität vor Ort**. Verfügbar unter <https://www.mobilikon.de> [aufgerufen am 27.01.2025]

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2024): **Ländliche Mobilität gestalten: Erfahrungen aus der BULEplus-Fördermaßnahme LandMobil – Unterwegs in Ländlichen Räumen**. Verfügbar unter https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/praxisleitfaden-landmobil.pdf?__blob=publicationFile&v=3 [aufgerufen am 27.01.2025]

Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e. V. (2024): **Zukunftsfähige Mobilität im ländlichen Raum**. Sechs Schritte zu einem attraktiven öffentlichen Personenverkehr. Verfügbar unter <https://www.vdv.de/vdv-positionspapier-oepnv-im-laendlichen-raum-final.pdf> [aufgerufen am 27.01.2025]

Netzwerke

AGFS NRW e.V. (o. J.): **AGFK Deutschland: Die kommunalen Arbeitsgemeinschaften für Rad- und Fußverkehr in Deutschland stellen sich vor**. Verfügbar unter <https://www.agfk-deutschland.de/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holstein e.V. (o. J.): **Dörpsmobil SH – Nordlichter fahren e-grün**. Verfügbar unter <https://www.doerpsmobil-sh.de/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Bundesamt für Logistik und Mobilität (o. J.): **Die Infostelle Fahrradparken**. Verfügbar unter <https://radparken.info/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Bundesinstitut für Bau- Stadt- und Raumforschung (o. J.): **PG „Kompetenzzentrum für Ländliche Mobilität“**. Verfügbar unter https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/ueber-uns/struktur/rs/pg-kolmo/_node.html [aufgerufen am 27.01.2025]

Bundesministerium für Digitales und Verkehr (2025): **NaKoMo: Die zentrale Anlaufstelle für nachhaltige Mobilität**. Verfügbar unter <https://www.nakomo.de/> [aufgerufen am 27.01.2025]

DB InfraGO AG (o. J.): **Die Bike+Ride-Offensive für Ihren Bahnhof**. Verfügbar unter <https://bikeandride.bahnhof.de/bikeandride> [aufgerufen am 27.01.2025]

Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH (o.J.): **Mobilität im ländlichen Raum**. Verfügbar unter <https://difu.de/projekte/mobilitaet-im-laendlichen-raum> [aufgerufen am 27.01.2025]

Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH (o. J.): **Zukunftsnetzwerk ÖPNV**. Verfügbar unter <https://www.zukunftsnetzwerk-oepnv.de/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Nahverkehrsverbund Schleswig-Holstein GmbH (o. J.): **B+R: Förderung für Kommunen**. Verfügbar unter <https://unternehmen.nah.sh/de/themen/projekte/b-r-foerderung-fuer-kommunen/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Pro BürgerBus Niedersachsen e.V. (o. J.): **Herzlich Willkommen bei Pro BürgerBus Niedersachsen**. Verfügbar unter <https://www.pro-buergerbus-nds.de/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Pro BürgerBus NRW e.V. (o. J.): **Pro BürgerBus NRW e. V.** Verfügbar unter <https://www.pro-buergerbus-nrw.de/index.html> [aufgerufen am 27.01.2025]

VBB Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (o. J.): **Vernetzungsstelle Bike and Ride im Land Brandenburg**. Verfügbar unter <https://www.vbb.de/vbb-themen/bahnhofsgbaeude-umfeld/bike-and-ride-anlagen/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Zukunftsnetz Mobilität NRW (o. J.): **Mobilität für Menschen gestalten**. Verfügbar unter <https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Fördermittel

Bundesamt für Logistik und Mobilität (o.J.): **Förderprogramme des BALM**. Verfügbar unter https://www.balm.bund.de/DE/Foerderprogramme/foerderprogramme_node.html [aufgerufen am 27.01.2025]

Bundesministerium für Bildung und Forschung (o. J.): **Förderfinder des Bundes**. Verfügbar unter https://www.foerderinfo.bund.de/SiteGlobals/Forms/foerderinfo/bekanntmachungen/Bekanntmachungen_Formular.html#searchFacets [aufgerufen am 27.01.2025]

Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume (o. J.): **Förderung nach Themen**. Verfügbar unter <https://www.dvs-gap-netzwerk.de/foerderung/foerderung-nach-themen/> [aufgerufen am 27.01.2025]

Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH (o. J.): **Förderprogramme leichter finden**. Verfügbar unter <https://www.zukunftsnetzwerk-oepnv.de/foerdermittel/foerdermittel-des-bundes> [aufgerufen am 27.01.2025]

Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH (o. J.): **Förderung für den ÖPNV in BW**. Verfügbar unter <https://www.zukunftsnetzwerk-oepnv.de/foerdermittel> [aufgerufen am 27.01.2025]



Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Verkehr (BMV)
Invalidenstraße 44
10115 Berlin

Verfasser

Planersocietät Frehn Steinberg Partner GmbH
Konrad-Zuse-Straße 1
44263 Dortmund

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH
Döppersberg 19
42103 Wuppertal

Gernot Steinberg
Lisa Klopf
Sabrina Wörmann
Christian Kuhnert

Carolin Schäfer-Sparenberg
Annette Kindl

Die dieser Veröffentlichung zugrunde liegenden Arbeiten wurden in der 20. Legislaturperiode im Auftrag des ehemaligen Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) im Rahmen des Forschungsprogramms Stadtverkehr (FoPS) unter dem Projekt FE-VB710015 „Nachhaltige Mobilitätslösungen für den Multi- und Intermodalverkehr in ländlichen Räumen“ durchgeführt. Die Verantwortung für den Inhalt liegt ausschließlich beim Autor.

Stand

Mai 2025

Gestaltung | Druck

Bundesministerium für Verkehr
Druckvorstufe | Hausdruckerei

Bildnachweis

Titelbild: © Jonas Wresch

Diese Publikation wird von der Bundesregierung im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament.



www.bmv.de

-  [linkedin.com/company/bmdv-bund](https://www.linkedin.com/company/bmdv-bund)
-  [facebook.com/bmdv](https://www.facebook.com/bmdv)
-  [instagram.com/bmdv](https://www.instagram.com/bmdv)
-  [threads.net/@bmdv](https://www.threads.net/@bmdv)

-  x.com/bmdv
-  bsky.app/profile/bmdv.bsky.social
-  social.bund.de/@bmdv
-  [youtube.com/bmdv](https://www.youtube.com/bmdv)