



Förderkreis für  
Mobilitätszentralen und  
Mobilitätsmanagement

**MzM**

---

Fachtagung „Mobilpakete“ am 15.06.2005 in Hannover

# Mobilitätspakete im Kontext der Instrumente des Mobilitätsmanagements

Kurzstatement und Diskussion  
Beitrag von Matthias Reichmuth, Leipzig,  
Vorsitzender des Förderkreises MzM

# Kurzer Hintergrund zu MzM

- MzM wurde 1997 als Förderkreis gegründet, um die Einrichtung von Mobilitätszentralen in der Region „Mitteldeutschland“ voranzubringen
- 1998 Erweiterung der Ziele auf Mobilitätsmanagement allgemein und eher überregionale Ausrichtung
- Organisation von Veranstaltungen (eigene thematische Arbeitstreffen und Beteiligung an größeren Tagungen), E-mail-Gruppe, Internetseite
- Derzeit 19 natürliche und 20 juristische Personen als Mitglieder aus Deutschland, Schweiz und Luxemburg

# Mobilitätsmanagement

- Es gibt mehrere **Definitionen** für „Mobilitätsmanagement“, dabei haben diese folgende Gemeinsamkeiten im Kern:
- **Ziel:** Förderung effizienter und nachhaltiger Mobilität
- **Instrumente:** Kommunikation zwischen Verkehrsanbietern und Verkehrsnachfrage, Information, Organisation, Marketing, Koordination, Dienstleistungen für multimodale Kunden (auch als Alternative zum Verkehrswegebau)
- **Adressaten:** Politik, Anbieter und Nachfrager von Mobilität, direkte und indirekte Nutznießer
- **Beispiele:** Mobilitätsmanagement für Unternehmen (Betriebsverkehrsplan), für Schulen, für Touristen, „Wohnen plus Mobilität“ als Dienstleistung für Mieter, Information und Service in Mobilitätszentralen

# Mobilpakete und Mobilitätsmanagement

- **Mobilpakete stellen ein weiteres Instrument des Mobilitätsmanagements dar**
- **Vorteile:**
  - Angebotspalette der Mobilpakete (einschl. Lieferdienste) kann Entscheidung gegen privaten Pkw-Besitz fördern
  - Abbau von Zugangshürden zur nachhaltigen Mobilität (Umweltverbund gewinnt „Punkte“ bei Bequemlichkeit im Vergleich zum privaten Pkw)
  - Einfluss auf den Modal Split möglich
  - Verbesserte Kundenbindung für Mobilitätsdienstleister
  - Vereinfachte Kommunikation (Kunden bekannt), dadurch Erleichterung effizienter Mobilität

# Mobilpakete und Mobilitätsmanagement

- **Schwierigkeit:**
  - Stark Auto-orientierte bzw. ÖPNV-abgeneigte Zielgruppen werden nur schwer erreicht
- **Voraussetzungen für die Anwendbarkeit:**
  - Dichtes ÖPNV- und Car-Sharing-Netz
  - Existenz von Angeboten für Radfahrer
  - Existenz von Lieferdiensten und Taxiunternehmen
  - Mobile Zielgruppen, die im Anwendungsgebiet wohnen
- **Übertragbarkeit** daher auf andere Großstädte gut möglich, kaum aber auf ländliche Räume – dort sind andere Instrumente des Mobilitätsmanagements gefragt.
- **Fazit:** Guter Beitrag zum Ziel der effizienten und nachhaltigen Mobilität (für urbane Zielgruppen)

# Mobilpakete und Mobilitätsmanagement

- **Wechselwirkungen mit anderen Instrumenten**
  - Mobilitätszentralen: Partner für Vertrieb von Mobilpaketen, weniger für einzelne Fahrplanauskünfte
  - Unternehmen, Wohnungsgesellschaften: können ggf. Mobilpakete als Produkte zu Sonderkonditionen für Mitarbeiter bzw. Mieter anbieten
  - Geringe Wechselwirkung mit Instrumenten für weniger angesprochene Zielgruppen, z. B. Schüler, Touristen
- **Fazit:** Andere Instrumente des Mobilitätsmanagements können durch Mobilpakete gut ergänzt werden. Für bestimmte Zielgruppen (etwa Menschen ohne Führerschein oder Gäste mit begrenzter Aufenthaltsdauer) eignen sich aber andere Instrumente weiterhin besser.

# ■ Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

## Für Nachfragen und Dialog:

- Dipl.-Geogr. **Matthias Reichmuth**

- Vorsitzender des Förderkreises **MzM**

[www.mzm-online.de](http://www.mzm-online.de)

- Projektleiter Verkehr im



**Institut für Energetik und Umwelt gGmbH**

Torgauer Straße 116

04347 Leipzig

[www.ie-leipzig.de](http://www.ie-leipzig.de)

- Tel.: (03 41) 24 34 -4 25
- Mail: [Matthias.Reichmuth@ie-leipzig.de](mailto:Matthias.Reichmuth@ie-leipzig.de)