



Vernetzung und Austausch an Thementischen

Im Laufe des ersten Workshop-Tages tauschten sich die Projektvertretenden zu den inhaltlichen Schwerpunkten ihrer Projekte aus.

Inhalt und Zielsetzung

Am 2. und 3. März lud die Begleitforschung Nachhaltige Mobilität (BeNaMo) zum Präsenz Workshop nach Berlin ein. Vertretende der Projekte der MobilitätsWerkStadt2025 (MWS2025) und vom MobilitätsZukunfts-Labor2050 (MZL2050) traten miteinander in Kontakt und diskutierten Herausforderungen und mögliche Lösungswege der Umsetzung der Verkehrswende in den Kommunen. Am ersten Veranstaltungstag hatten die Projekte die Möglichkeit, sich fachlich und regional zu vernetzen und sich zu Ihren Projektaktivitäten auszutauschen. Dabei standen vor allem die nebenstehend aufgeführten inhaltlichen Schwerpunkte im Vordergrund.

On-Demand-Verkehr

- Einige Projekte der MWS2025 erproben ODM-Angebote im ländlichen und suburbanen Raum. Eine der Herausforderungen dabei ist, das Angebot bekannt zu machen und Vorbehalte der Nutzung auszuräumen. Hierfür gibt es z. B. gute Erfahrungen mit Kursen an den VHS. Außerdem wird durch eines der Projekte derzeit eine Erklärplattform vorbereitet.
- Eine weitere Herausforderung stellt die Elektrifizierung der Flotte dar. Durch Kälte und Klimaanlage verringert sich die Reichweite. Beides ist aber schwer planbar. Zudem werden die Fahrzeuge durchgängig benötigt, so dass keine langen Ladezeiten möglich sind.
- Ein wichtiger Erfolgsfaktor für ein nachhaltiges Angebot ist die Integration des ODM in das bestehende ÖPNV-System inklusive des Ticketing-Systems (z. B. Nutzung über das Monatsticket).

Aktive Mobilität: Fuß- und Fahrradverkehr

- Durch schulisches und betriebliches Mobilitätsmanagement wird die notwendige Mobilitätswende in den Alltag der Menschen gebracht. Ein zielgerichtetes und überzeugtes Vorgehen der Arbeitgeber (z. B. Zuschuss ÖPNV-Abo, Jobfahrrad) und Schulen (z. B. Umsetzung von Schulstraßen, Schulweg-Checks) ist erfolgsfördernd.
- Reallabore und Realexperimente verdeutlichen Maßnahmen und machen die Mobilitätswende erlebbar (z. B. Pop-Up-Radwege, temporäre Umwidmung bestimmter Straßen). Betroffene müssen in den Prozess miteinbezogen werden.
- Das Aufbrechen der Mobilitätsroutinen der Menschen und das gleichzeitige Aufzeigen von überzeugenden Alternativen bleibt eine Herausforderung: Kommunikation und Transparenz sind hierfür Schlüssel für den Erfolg.

Mobilitätsstationen

- Mobilitätsstationen verbinden klimafreundliche Verkehrsmittel an einem Punkt. Eine Herausforderung der Mobilitätsstationen liegt in der Vermittlung an die Nutzer:innen. Idealerweise sollten die Menschen Mobilitätsstationen als natürliche Orte der Verkehrsvernetzung in ihrem Alltag begreifen, sie sollten nicht aufgesetzt wirken. Marketing reicht dafür nicht aus, Mobilitätsstationen benötigen außerdem eine für Nutzer:innen wertschätzende, möglichst selbsterklärende Gestaltung und ein entsprechendes Labeling der Fahrzeuge (Beispiel Karlsruhe) sowie eine oder einen Kümmerer:in.
- Weitere Herausforderungen liegen in der Umwidmung des öffentlichen Raums für Mobilitätsstationen und in der Abstimmung mit den unterschiedlichen Akteuren.
- Eine Kombination mit anderen Funktionen (z. B. Paketstation) trägt zum weiteren Nutzen der Mobilitätsstationen bei.
- In den Projekten entstehen verschiedene Produkte und Services zu Mobilitätsstationen wie ein Leitfaden, eine Informations- und Nutzungsplattform und ein räumliches Konzept.

Berufliche Mobilität und Pendelverkehre

- Blick in die Zukunft: Welche Erkenntnisse lassen sich aus den Erfahrungen der Pandemiezeit ziehen? Welche Potentiale haben hybrides Arbeiten und Homeoffice, um Pendelströme zu reduzieren?
- Nudges für weniger Pendelverkehr: E-Bikes, Mobilitätsstationen, Kompensation für Dienstwagen.
- Tools und Methoden: Wohnortanalyse von Pendlern, Vernetzung mit anderen direkten und indirekten Akteuren, 15-Minuten-Stadt, Gewerbegebietsmanager für Mobilitätsfragen, örtliches Co-Working, Dienstwagen-Privileg abschaffen / reduzieren.

BeNaMo WORKSHOP-REIHE

Nov. 22: Mobilitätswende-Einwände

Jan. 23: Evaluation

Mär. 23: Projektaustausch fördern und
Beteiligung in Kommunen stärken

Mai 23: Augmented Reality

Weiterführende Informationen

Be
NaMo

Webseite BeNaMo: [hier](#)
Innovationsbaukasten: [hier](#)

BeNaMo
mobilitaet@nexusinstitut.de



Wirkungsmonitoring und Wirkungsevaluation und wissenschaftliche Begleitung im Reallabor

- Notwendigkeit der Passung von Maßnahme und Erhebungsmethode: Die Wege der Wirkungsermittlung reichen von vielfältigen Befragungsmethoden zu Verhaltensmustern/ Einstellungen; Medienanalysen der Resonanz auf Maßnahmen bis zu Soundwalks zur Erfassung akustischer Qualitäten von Stadträumen.
- Kombination von qualitativen und quantitativen Daten: Es mangelt an praxistauglichen Ansätzen für die Kombination. Weitere Herausforderungen bestehen bei der Ableitung quantitativer Wirkung auf Basis qualitativer Erkenntnisse der quantitativen Wirkungserfassung „junger Projekte“.
- Simulationen: Zur Aggregation und Kombination verschiedener Datensorten, aber auch um Skalierungspotenziale aktueller Maßnahmen abzuschätzen, greifen einige Projekte auf Simulationsverfahren zurück (v. a. makroskopische und agentenbasierte Verfahren).

Digitalisierung (Datenverwendung/-zugang und Datensicherheit)

- Grunddilemma im Umgang mit Mobilitätsdaten: Je größer Erkenntniswert aus Daten sein soll, desto weniger können sie aggregiert und anonymisiert werden.
- Flickenteppich digitaler Mobilitätslösungen in Deutschland: Insellösungen vermeiden, Übersicht bestehender Lösungen schaffen, Synergien schaffen
- Es braucht eine stärkere gesellschaftliche und akademische Sensibilisierung für den Wert von Daten.
- Gestaltungsdevise: Datenmengen für digitale Mobilitätslösungen möglichst gering halten und Mobilitätsdatensammlung mehr auf freiwillige „Datenspendeplattformen“ verlagern.



Offener Thementisch: Mobilitäts-Marketing

- Um eine Mobilitätswende zu erreichen, muss sich das Verkehrssystem und das Mobilitätsverhalten insgesamt ändern. Hierfür muss die Gesellschaft mitgenommen werden. Dies ist nicht von heute auf morgen zu bewerkstelligen. Zeitlich ambitionierte Pläne bzw. Zielsetzungen der Politik (z. B. im Bereich Klimaschutz) bauen aber Druck auf.
- Insgesamt sollte beim Mobilitäts-Marketing eine positive Erzählung im Vordergrund stehen: Was gewinnen wir mit der Mobilitätswende? Verzichtsdebatten müssen konstruktiv geführt werden. Wichtig ist dabei, die Diskussionen zu versachlichen, eine breite Beteiligung vieler zu ermöglichen und auch die Politik faktenbasiert zu beraten.
- Zielgruppen müssen differenziert und auch standortspezifisch betrachtet und angesprochen werden und dabei differenzierte Lösungsoptionen angeboten werden. Gerade unter Kindern und Jugendlichen kann z. B. durch frühzeitige Aufklärung nach dem Vorsorgeprinzip für nachhaltige Mobilität sensibilisiert und der Entwicklung von nicht-nachhaltigen Routinen vorgebeugt werden.
- Vertrauen in Maßnahmen muss aufgebaut und darf nicht verspielt werden, Prozesse müssen transparent geführt werden, ein Hybrid aus Top-Down und Bottom-Up Ansatz kann förderlich sein.

BeNaMo WORKSHOP-REIHE

Nov. 22: Mobilitätswende-Einwände

Jan. 23: Evaluation

Mär. 23: Projektaustausch fördern und
Beteiligung in Kommunen stärken

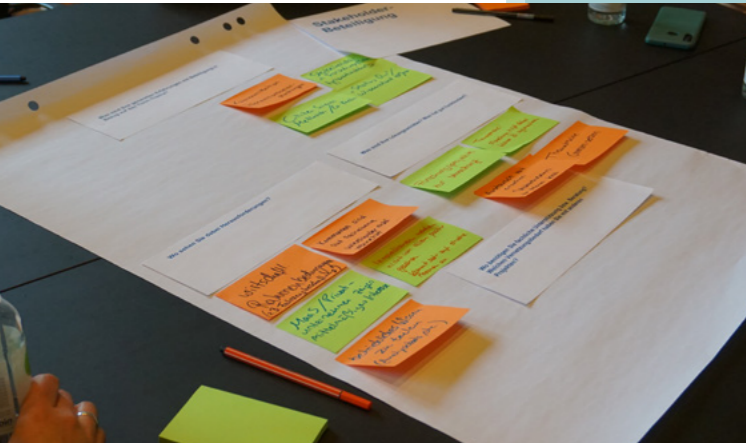
Mai 23: Augmented Reality

Weiterführende Informationen

Be
NaMo

Webseite BeNaMo: [hier](#)
Innovationsbaukasten: [hier](#)

BeNaMo
mobilitaet@nexusinstitut.de



Austausch zu Erfahrungen mit Beteiligung

In Form von Kurzvorträgen und dem Austausch an Thementischen evaluierten die Projektvertretenden ihre unterschiedlichen Erfahrungen mit Beteiligung in den Projekten.



Kurzvorträge zu Beteiligungserfahrungen

- **Beteiligungsformate im Kontext der Umsetzung des Mobilitätskonzeptes in der Lincoln-Siedlung NaMoLi 2 (Darmstadt)**

[ZUR PRÄSENTATION](#)

- **Gemeinsame Erarbeitung von verkehrlichen Leitlinien, Bürgerinformationsveranstaltung pimoo 2. (Oberursel)**

[ZUR PRÄSENTATION](#)

- **Bürgerbeteiligung in Eichwalde: Aufsuchende Bürgerbeteiligung mit einem Lastenrad NUDAFa (Eichwalde)**

[ZUR PRÄSENTATION](#)

- **Beteiligungsformate im Rahmen des KoGoMo-Projektes KoGoMo (Hamburg)**

[ZUR PRÄSENTATION](#)

- **Beteiligung von Gewerbetreibenden und Mitarbeiter:innen zu neuen Mobilitätsangeboten INVITING (Oberhausen)**

[ZUR PRÄSENTATION](#)

- **Stakeholder-Beteiligung und Beteiligung von Pendler:innen Pendellabor (Frankfurt a.M.)**

[ZUR PRÄSENTATION](#)

Erfahrung mit Stakeholder-Beteiligung

- Fehlende Vernetzung zwischen Akteuren (z. B. auf kommunaler Ebene) erschwert Umsetzung von Mobilitätswende-Maßnahmen. Übergreifende Forschungsprojekte können dem entgegensteuern. Schlechte wirtschaftliche Rahmenbedingungen stellen zusätzlich einen hemmenden Faktor dar.
- Good-Practices von Privatunternehmen werden selten geteilt, da betriebliches Wissen nicht weitergegeben wird. Ein Austausch mit Stakeholdern im kleinen Kreis ist hilfreich.
- Die Umsetzung von innovativen Ideen ist auch von einzelnen Personen in Entscheidungspositionen abhängig. Transparenz und fundierte Erkenntnisse aus der Forschung helfen klarer zu argumentieren. Vor-Ort-Begehungen und ein Erlebarmachen von Maßnahmen tragen zusätzlich zur Akzeptanz bei.

Erfahrungen mit Onlinebeteiligung

- Digitale Formate sind ideal als Ergänzung. Vorteile der digitalen Formate: billiger, einfacher umzusetzen (technisch, Catering etc.), niedrigschwellige Interaktion mit „allen“ Teilnehmenden möglich, Lautsprecher kann man stumm stellen, schüchtere einbinden, und Menschen können ortsunabhängig teilnehmen.
- Formate lassen sich nicht verallgemeinern: Unterschiede zwischen synchronen und asynchronen Formaten, Vor- und Nachteile sind Formatabhängig. Eine gute Strukturierung ist notwendig.
- Formate sind wichtig, so dass Teilnehmende gehört werden können und Ihrem Ärger auch Luft machen können.

Inhalt und Zielsetzung

Am zweiten Veranstaltungstag stand der Erfahrungsaustausch zum Thema Beteiligung für die notwendige Verkehrswende im Fokus. Ziel war es, das Wissen und dadurch die Umsetzung von Beteiligung in den Projekten zu stärken. In Kurzvorträgen schilderten sechs Projekte von bisherigen Aktivitäten vor Ort zur Beteiligung und Teilhabe von Bürgerinnen und Bürgern zur Umsetzung der lokalen Verkehrswende. In mehreren Arbeitsgruppen evaluierten die Projektvertretenden zusätzlich Erfahrungen der Partizipation mit Bürgerinnen und Bürgern sowie Stakeholdern. Dabei wurden einerseits verschiedene Methoden in den Blick genommen und andererseits unterschiedliche Formate besprochen.

BeNaMo WORKSHOP-REIHE

Nov. 22: **Mobilitätswende-Einwände**

Jan. 23: Evaluation

Mär. 23: **Projektaustausch fördern und Beteiligung in Kommunen stärken**

Mai 23: Augmented Reality

Weiterführende Informationen

BeNaMo

Webseite BeNaMo: [hier](#)
Innovationsbaukasten: [hier](#)

BeNaMo
mobilitaet@nexusinstitut.de



Erfahrungen mit Aktivierung für Partizipationsformate

- Wichtig für die Aktivierung für Partizipationsformate ist die Einbindung von Multiplikator:innen und bestehenden Netzwerken sowie von Politiker:innen, die für die ernsthafte Auseinandersetzung mit den Ergebnissen der Beteiligung stehen.
- Es muss dabei auch bedacht werden, dass Kommunikation und Aktivierung finanzielle und personelle Ressourcen benötigt, die eingeplant werden müssen.
- Als motivierend haben sich Formate gezeigt, bei denen über die Diskussion hinaus auch Handlungsoptionen ermöglicht wurden, so zum Beispiel bei „Bürger:innenprojekten“ oder bei Design-Thinking-Prozessen, bei denen Prototypen erstellt werden.
- Wichtig bei Partizipationsformaten ist, dass gleich zu Beginn den Teilnehmenden klar mitgeteilt wird, welche Maßnahmen in welchem Rahmen umgesetzt werden können. So kann zu hohen Erwartungen bzw. Frustrationen vorgebeugt werden.

Erfahrungen mit Beteiligung als Forschungsgegenstand

- Zentrale methodische Zugänge bilden hier Vorher-/Nachherbefragungen und beobachtende Verfahren, wobei der Zugang zu datenerhebungsrelevanten Situationen teilweise schwierig ist.
- Bei politischen Prozessen und Abstimmungen bringen quantitative Panel Befragungen zumeist geringe Erkenntnisse. Hier bieten sich (wiederkehrende) qualitative Interviews an.
- Empirisch beobachtbar ist der Einfluss der Initiation bzw. Autorenschaft von Realexperimenten auf ihre Akzeptanz sowie die Doppelrolle von Citizen Science Aktivitäten, die sowohl als Multiplikator aber auch als „Akzeptanzbeschaffer“ für die Mobilitätswende fungieren können.
- Bisher mangelt es an nachhaltigen Strukturen zur Sicherung gesammelter Daten und Erkenntnisse. Hier bedarf es der Schaffung und Institutionalisierung entsprechender Strukturen.

Erfahrungen mit schwer erreichbaren Zielgruppen

- Mehrsprachige Angebote und Vereinfachung der Sprache schaffen (Vorbild: Marktforschung)
- Frühzeitige Einbindung und Ansprache von Zielgruppen-Multiplikatoren (Schlüsselpersonen in religiösen Gemeinden, Vereinen etc.)
- Zielgruppen müssen vom tatsächlichen Nutzen und dem Mehrwert ihrer Beteiligung für ihre eigene Lebensrealität überzeugt werden
- Zentrale Herausforderung: oftmals fehlende kommunale Ressourcen, um den o. g. Mehraufwand leisten zu können

Offener Thementisch: Lärminderungsplanung

- Die Lärminderungsplanung kann als wirkungsvolles Instrument zur kommunalen Umsetzung von Maßnahmen im Sinne der Mobilitätswende dienen, da durch eine Lärminderung auch andere Probleme „mitgelöst“ werden (Klimaschutz, Luftqualität, Verkehrssicherheit etc.).
- Bei Bedarf kann Herr Brüning (Stadt Norderstedt, Projekt „MobiLe“) auf Basis seiner langjährigen Erfahrungen mit dem Instrument weitere Auskunft / Hilfestellungen geben.
- Einen Einstieg in die Thematik bieten die folgenden beiden, von Herr Brüning zur Verfügung gestellten Veröffentlichungen:
 - **Klimaschutz und Lärminderung:** Größere Umsetzungschancen durch integrative Planung (Herbert Brüning, ab S. 88).
 - **Effektive Mitwirkung als Standortfaktor:** Gedanken zu einer erfolgreichen Gestaltung von Partizipationsprozessen am Beispiel der Lärminderungsplanung Norderstedt (Herbert Brüning, Anne Gantner).

Offener Thementisch: Zufallsauswahl und Repräsentativität

- Diskutiert wurde, inwiefern die Zufallsauswahl die Lösung für das Erreichen schwer erreichbarer Zielgruppen sei.
- Durch das Ziehen größerer Samples aus bestimmten, bisher unterrepräsentierten Gruppen (z. B. mehr junge oder ältere Menschen) oder aus unterrepräsentierten Stadtteilen, kann die Beteiligung bestimmter Zielgruppen erhöht werden.
- Dennoch wird für schwer erreichbare Zielgruppen die Zufallsauswahl häufig durch eine zusätzliche aufsuchende Aktivierung (Ansprache vor Ort) ergänzt.
- Gegebenenfalls sind weitere, besonders niedrigschwellige, informelle Formate vor Ort notwendig.

BeNaMo WORKSHOP-REIHE

Nov. 22: Mobilitätswende-Einwände

Jan. 23: Evaluation

Mär. 23: Projektaustausch fördern und Beteiligung in Kommunen stärken

Mai 23: Augmented Reality

Weiterführende Informationen

Be
NaMo

Webseite BeNaMo: [hier](#)
Innovationsbaukasten: [hier](#)

BeNaMo
mobilitaet@nexusinstitut.de