Mobilitätsberatung

Kategorie
- Information

Zielgruppe
- Beschäftigte
- Jugendliche
- Kinder
- mobilitätseingeschränkte Personen
- Pendler
- Seniorinnen und Senioren

Quelle: berlin-event-foto.de/Peter-Paul Weiler

Was ist Mobilitätsberatung?

Die Vernetzung des ÖPNV mit weiteren Mobilitätsangeboten und die Entwicklung von Verkehrsunternehmen zu integrierten Mobilitätsdienstleistern sind seit längerem als Trend zu beobachten. Dazu gehören Kooperationen mit Fahrradverleihsystemen, Carsharing-Angeboten und Taxiunternehmen. So entstehen multimodale Mobilitätskonzepte, die die verschiedenen Angebote sinnvoll bündeln und Kundinnen und Kunden auch in ländlichen Regionen eine verlässliche und komfortable Mobilität bieten. Neue und innovative Angebote werden von Kundinnen und Kunden dann akzeptiert, wenn diese einfach zu nutzen sind. Beratung und Information sind hierbei Schlüsselelemente. Die Mobilitätsberatung gibt (möglichen) Nutzerinnen und Nutzern einen umfassenden Überblick über das gesamte Angebot und vermittelt anhand der Kundenwünsche die am besten passenden Angebote.

Welche Vorteile bietet Mobilitätsberatung?

Durch die persönliche Beratung kann auch auf individuelle Bedürfnisse, z. B. von Menschen mit besonderen Anforderungen, eingegangen werden. Die Beratung senkt damit die Zugangshürden zum ÖPNV und dient der Kundengewinnung und -zufriedenheit. Mobilitätsberatungen sind insbesondere dann sinnvoll, wenn sich Änderungen im bestehenden öffentlichen Verkehrsangebot (wie die Einführung flexibler Angebote oder neuer Ticketsysteme) ergeben oder im Rahmen von Umfragen und Beteiligungsprozessen festgestellt wurde, dass in speziellen Bevölkerungsgruppen Unsicherheiten oder Informationsdefizite ein Hemmnis für die Nutzung des ÖPNV darstellen. Dies tritt beispielsweise bei älteren Menschen in Bezug auf Digitalisierung auf.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Die Qualität der Beratung hängt wesentlich von der Qualifikation und Motivation der Beraterin bzw. des Beraters ab. Diese müssen entsprechend für das (neue) Tätigkeitsfeld inhaltlich und methodisch qualifiziert werden sowie stets über Angebots-, Tarif- und sonstige Änderungen im ÖPNV-System informiert sein. Die Beratung der Bevölkerung kann auf verschiedenen Wegen erfolgen. Erste

Anlaufstelle bilden in der Regel Verkaufsstellen des örtlichen Verkehrsunternehmens bzw. dessen telefonische Hotline. Je nach Umfang des Verkehrsangebotes kann es sich dabei um einfache Ticketschalter, z. B. an Bahnhöfen, oder um Mobilitätszentralen handeln, in denen eine umfassende Mobilitätsberatung erfolgt. Die Beratung kann auch durch einen Verein oder ehrenamtlich engagierte Personen erfolgen, die flexibel vor Ort beraten. Dieses Beratungsangebot kann beispielsweise in Form von Sprechstunden in öffentlich zugänglichen Räumen (z. B. Rathaus oder Dorfgemeinschaftshaus) oder mithilfe von mobilen Beratungsbussen erfolgen. Verkehrsmittelübergreifende Informationen, Buchungs- und Bezahlmöglichkeiten erfordern eine Kooperation der unterschiedlichen relevanten Partner (z. B. Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbund, Kommune, Carsharing-Anbieter, Tourismusverband).

Die relevanten Zielgruppen müssen zunächst identifiziert und dann aktiv in die Mobilitätszentrale bzw. zur Mobilitätsberatung gelenkt werden. Dies kann beispielsweise erfolgen, indem die Beratung bei der Abholung von Schnupper-Tickets bzw. im Rahmen der Übergabe von Neubürgerpaketen vorgenommen wird. Darüber hinaus können andere kommunale Dienstleistungen, wie der Bürgerservice oder die Abholung der Müllsäcke, in die Mobilitätszentrale integriert werden.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Eine wesentliche Herausforderung ist das Erreichen der Zielgruppe. Die Mobilitätsberatung zielt insbesondere auf Menschen ab, deren ÖPNV-Nutzung gering ist, beispielsweise aufgrund eines Informationsmangels. Das macht es unter Umständen schwieriger, sie für eine Mobilitätsberatung zu gewinnen, da sich weniger Kontaktpunkte ergeben.

Verwandte Beispiele aus der Praxis

Aktive Mobilitätsberatung: SmartMove (https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/aktive-mobilitaetsberatung-smartmove)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Lehrgang Kommunales Mobilitätsmanagement (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/lehrgang-kommunales-mobilitaetsmanagement)
Mobilitätscoaching (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/mobilitaetscoaching)
Neubürgermarketing (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/neubuergermarketing)

Publikationen zum Thema

Veränderungen im Mobilitätsverhalten zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität (https://www.mobilikon.de/publikationssammlung/veraenderungen-im-mobilitaetsverhalten-zur-foerderung-einer-nachhaltigen)

Quellen

Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI), 2016: Mobilitäts- und Angebotsstrategien in ländlichen Räumen. Berlin.

Verkehrsclub Deutschland (VCD), 19.03.2020: Von der Kunden- zur Mobilitätsberatung. Zugriff: https://www.vcd.org/themen/multimodalitaet/schwerpunktthemen/mobilitaet... [abgerufen am 11.12.2023].