

WENN MAAS ERFOLGREICH WERDEN SOLL, MUSS DER ÖPNV NEU GEDACHT WERDEN!

Mobilitätsangebote müssen integriert geplant und aufeinander abgestimmt orchestriert werden

Von Birgit Hocke und Michael Gross

Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) muss neu gedacht werden – bestehende Mobilitätskonzepte und immer mehr Mobilitätsdienstleister in den Zentren der Großstädte führen bisher nicht zum Erfolg und schon gar nicht zu einer Verkehrswende.

(Mikro-)Mobilitätsanbieter konkurrieren mit ÖPNV-Anbietern

Innerhalb weniger Jahre hat sich das Bild der Mobilitätsformen in vielen Innenstädten maßgeblich verändert. Neben PKWs, Bussen und Straßenbahnen werden E-Bikes, E-Scooter und Lastenräder populärer und überfluten die Innenstädte regelrecht mit ihrem Angebot. Grundsätzlich ist diese Erweiterung der Mobilitätsformen zu begrüßen. Sie kann jedoch nicht zu der Schlussfolgerung führen, dass daraus zwangsläufig auch eine Veränderung im Modal Split bzw. eine Reduktion des Individualverkehrs resultiert. Aktuell stehen die Anbieter in den urbanen Räumen in unmittelbarer Konkurrenz zueinander und zum bestehenden ÖPNV-Angebot, welches in den meisten Ballungszentren bereits eine sehr gute Qualität bietet. Das räumlich zentrierte Überangebot führt auf den kurzen und mittleren Strecken daher lediglich zu Kannibalisierungseffekten.

Häufig werden die neuen Mobilitätslösungen als Verkehrsmittel für die erste oder letzte Meile bezeichnet. Grundgedanke ist, dass der Nutzer z.B. einen E-Scooter verwendet, um von seinem Wohnsitz zur nächsten ÖV-Haltestelle zu gelangen. Diese Form des Mobilitätsmix ergänzt den ÖV und bietet Entwicklungspotenziale in der Verknüpfung von Umland und Innenstadt. Gleichzeitig reduziert es insbesondere den Pendlerverkehr mit dem PKW.

Eine datenbasierte Angebotsanalyse zeigt jedoch, dass in den Randgebieten vieler Städte wenig, bis kein Angebot dahingehend besteht. Das beschriebene Potenzial als Zubringerverkehr im Zusammenspiel mit dem ÖPNV kann daher nicht ausgeschöpft werden.

Die ungleiche Verteilung des Angebots erscheint unter wirtschaftlichen Aspekten nachvollziehbar, da kommerzielle Anbieter sich dort ansiedeln, wo die Nachfrage am größten ist. Diese Entwicklung des freien Marktes deckt sich jedoch nicht mit den Zielen einer nachhaltigen Mobilitätsstrategie, basierend auf den Kernelementen der Daseinsvorsorge und des Umwelt- und Klimaschutzes.

Es ist daher notwendig, Rückschlüsse aus diesen Jahren der freien Marktentwicklung zu ziehen und in die nächste Phase einer aktiven Mobilitätsgestaltung überzugehen. Dazu muss der Wandel von einer innovativen, kommerziellen Markteroberung durch die Mobilitätsdienstleister hin zu einer gezielten und verkehrsplanerisch sinnvollen Orchestrierung durch die Städte oder Kommunen eingeleitet werden. Die Flexibilität und Dynamik im Markt darf dabei nicht verloren gehen, vielmehr soll ein größerer Teil der Bevölkerung daran partizipieren.

Ausweitung des Angebots als Ergänzung zum ÖPNV

Das Potenzial, das in den ergänzenden Mobilitätsformen steckt, wird dann ausgeschöpft, wenn sich die Angebote ergänzen. Der ÖPNV bleibt dabei das Backbone des Verkehrsangebots, das von weiteren Mobilitätsanbietern ergänzt wird. Diese fungieren entweder in einer Zubringerfunktion zum ÖPNV-Angebot oder ermöglichen die Erschließung von Randgebieten, die mit den herkömmlichen Verkehrsmitteln nicht bedient werden können. Die fehlende Anbindung an den ÖPNV kann unterschiedliche Ursachen haben. Seien es die baulichen Gegebenheiten, die eine Erschließung mit Bussen nicht möglich machen oder unverhältnismäßig hohe Kosten, die in der Abwägung gegen den Ausbau sprechen. Die neuen Mobilitätsformen können viele dieser Lücken schließen. Die wachsende Anzahl an On-Demand-Verkehren zeigt bereits, wie genau diese Randgebiete erschlossen werden können. Die Flexibilität von E-Bikes, E-Scootern etc. könnte entsprechend gezielt eingesetzt werden.

Insgesamt braucht es folglich eine Verschiebung und auch Ausweitung der zusätzlichen Mobilitätsanbieter in den ländlichen Raum, damit durch das Angebot eine Nachfrage generiert wird. Diese kann dann tatsächlich zu einem Shift im Modal Split und zur Reduzierung des Individualverkehrs führen. Die Mobilitätsformen müssen dazu in einem sich ergänzenden Gesamtkonzept zusammengeführt werden. Erst dann kann Mobility-as-a-Service (MaaS) auch für Menschen in Randgebieten sinnvoll erlebbar gemacht werden.

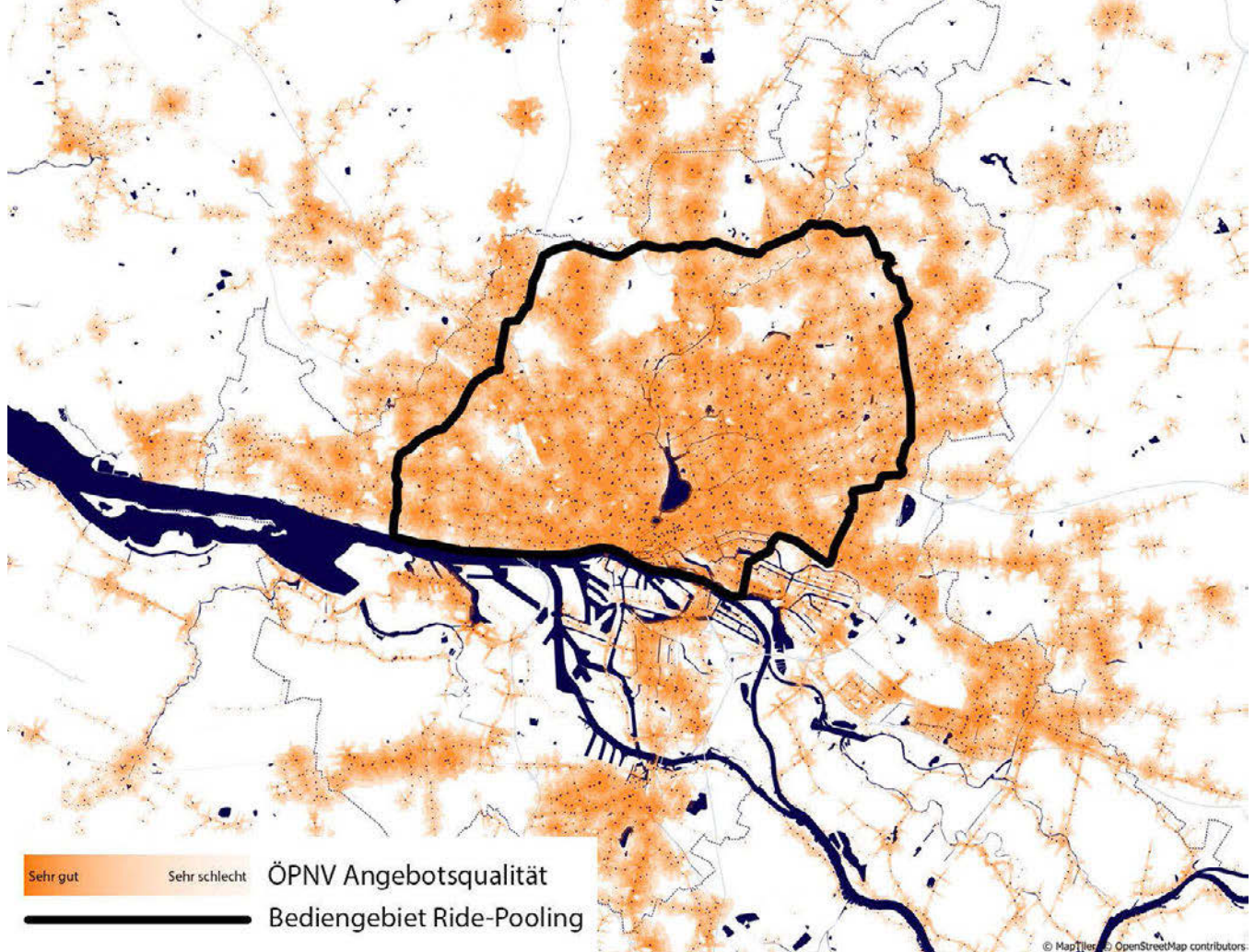


Abb. 1: Ride-Pooling in Hamburg – Mehr Konkurrenz als Ergänzung für den ÖPNV

Quelle: Metamorphio

Erfolgreiche Mobilitätsangebote brauchen integrierte Konzepte

Für eine Realisierung dieser Verschiebung in die Randgebiete bedarf es verschiedener Maßnahmen.

1. Integration in die Nahverkehrspläne

Das Personenbeförderungsgesetz (PBefG) sieht vor, dass die Aufgabenträger in den Nahverkehrsplänen die Anforderungen an Umfang und Qualität des Verkehrsangebotes, dessen Umweltqualität sowie Vorgaben für die verkehrsmittelübergreifende Integration der Verkehrsleistungen definieren, um so eine ausreichende den Grundsätzen des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit entsprechenden Bedienung der Bevölkerung mit Verkehrsleistungen sicherzustellen.

Auch wenn sich das Gesetz ausschließlich auf den ÖPNV bezieht, ist es notwendig, dass bei der Ausgestaltung der Verkehrskonzepte zukünftig die weiteren Mobilitätsformen berücksichtigt werden. Im Kontext der Daseinsvorsorge muss ein ganzheitliches Mobilitätsverständnis und eine Koordination der Dienste entwickelt werden. Offensichtlich ist die reale Entwicklung am Markt schneller als die Abbildung derselben in den langjährig abzustimmenden Konzepten. Zukünftige Nahverkehrspläne oder deren Fortschreibungen sollten diese Entwicklungen aufgreifen und insbesondere koordinieren.

Um eine zielgerichtete Verteilung des Angebots zu erreichen, bedarf es eines Managements durch die Kommunen, die dadurch zur treibenden Kraft der Ausgestaltung eines intermodalen Angebots werden. Bei der Erarbeitung und der Umsetzung dieser ganzheitlichen Mobilitätskonzepte müssen sie ein hohes Maß an Flexibilität sowie eine Mentalität des Ausprobierens zeigen.

2. Ausschreiben aller Mobilitätsformen

Versteht man die neuen Mobilitätsformen auch als Daseinsvorsorge, ergibt sich daraus die Verpflichtung für Kommunen die Leistung in den suburbanen Gebieten verfügbar zu machen. Das Angebot muss geschaffen werden, damit ein Nachfragemarkt entsteht. Einige Städte und Kommunen haben dies erkannt und haben Rahmenvereinbarungen mit den Anbietern getroffen, in denen sie Bedingungen an die Verbreitung der Fahrzeuge knüpfen. Große Städte wie Paris und London gehen bereits einen Schritt weiter und stellen in kommunalen Ausschreibungen klare Anforderungen an die Dienstleister. Die Sicherstellung der Bedienung von Randgebieten, aber auch die Bereitstellung der Fahrzeuge sowie die Einhaltung von Qualitäts- und Sozialstandards kann dadurch gewährleistet werden. Die Kommunen sind dabei flexibel, welche Laufzeiten sie im Rahmen der Ausschreibungen wählen. Dabei ist sicherlich zu berücksichtigen, dass die Anbieter eine gewisse Planungssicherheit benötigen und gleichzeitig der Wettbewerb unter den Anbietern am Markt insgesamt bestehen bleibt.

3. Subventionierung von Angeboten in Randgebieten

Mit der Ausweitung des Bedienungsbereiches ergibt sich auch zwangsläufig die Frage nach der Finanzierung. Versteht man das Angebot als Mobilität für die Gemeinschaft und als Beitrag zur Verkehrswende, ist eine Differenzierung zum ÖPNV hinsichtlich der Finanzierung schwer zu argumentieren. Der ÖPNV wird weitläufig, aber insbesondere auch in den ländlichen Regionen subventioniert, da sich das Angebot durch Einnahmen nicht ausreichend finanzieren

lässt. Dies wird auch bei den neuen Mobilitätsanbietern nicht möglich sein. Kommunen, aber auch die Länder und der Bund müssen finanzielle Mittel zur Verfügung stellen. Sicherlich sind Fördergelder für Pilotprojekte zu begrüßen, dennoch muss eine nachhaltige und dauerhafte Finanzierung dieser Mobilitätsangebote – auch in Randgebieten – gewährleistet werden. Eine Verteilung der Mittel nach Nutzerzahlen wird dabei immer zum Nachteil des ländlichen Raums führen und sollte daher nicht als Modell dienen. Die Ausschreibung der Leistungen und damit klar definierte Zuschüsse seitens der Kommunen, würden es den Anbietern möglich machen kostendeckend zu arbeiten.

4. Nachhaltige und verlässliche Mobilitätsangebote

Menschen ändern ihre Gewohnheiten und folglich auch ihr Mobilitätsverhalten sehr langsam. Diese Tatsache ist bei der Ausweitung von Verkehrsangeboten zu berücksichtigen. Bei der Einführung von neuen Angeboten in suburbanen Räumen muss grundsätzlich von einer langen Assimilationszeit ausgegangen und die große Abhängigkeit einiger Verkehrsmittel wie E-Scooter von Wetter und Jahreszeiten berücksichtigt werden. Überzogene Erwartungen an Nutzerzahlen – insbesondere in den ersten Monaten nach der Einführung – lassen entsprechende Projekte schnell scheitern. Nutzer müssen sich an die Neuerung gewöhnen und Vertrauen aufbauen. Dieses basiert auch darauf, dass die angebotene Leistung dauerhaft verfügbar ist und nicht als kurzfristiges Experiment wahrgenommen wird. Der zweite wesentliche Faktor – neben der Verlässlichkeit – ist die Kommunikation. Das Angebot muss dauerhaft beworben werden. Die potenziellen Nutzer müssen das Angebot kennen und wissen welcher Zweck damit verfolgt wird.

5. Mobilitätsplattformen als Integrator und Steuerungsinstrument

Damit sich Mobilitätsangebote sinnvoll ergänzen und in Summe die gesamte Fläche des Einzugsgebietes mit einer guten bis sehr guten Angebotsqualität abdecken, müssen diese integriert und aufeinander abgestimmt werden. Ein schlecht orchestriertes Angebot wird beispielsweise die Bedürfnisse von Pendlern, die häufig aus den Randgebieten kommen, nicht befriedigen.

Auch wenn es schon gute Beispiele für Mobilitäts-Apps gibt, die den Zugang zu den Mobilitätsdiensten und deren Buchung vereinfachen, ist der Begriff „Seamless Mobility“ meist nur eine Blase. Eine nahtlos aufeinander abgestimmte Mobilitätskette von öffentlichen und privaten Mobilitätsanbietern existiert bisher kaum, weder nahtlos – also integriert – noch aufeinander abgestimmt – also orchestriert.

Mobilitätsplattformen werden bisher in der Regel als Mobilitätsapp geplant, was sich auch in Leistungsbeschreibungen von Ausschreibungen widerspiegelt. Meist geht es dabei darum, den Vertrieb der Leistung abzuwickeln, das Angebot wird in der Regel vergessen. Die beste Mobilitäts-App bzw. Mobilitätsplattform wird nicht erfolgreich sein können, wenn es kein hinreichendes Angebot gibt. Das wäre in etwa so, wie ein hochmoderner Supermarkt in einem wunderschönen Store-Design mit hochmodernen automatischen Kassen, aber nahezu leeren Regalen. Eine großartige User Experience, nur leider kein Produkt bzw. Angebot.

Es gibt noch viel zu wenig Umsetzungen, die eine aufeinander abgestimmte Integration und Orchestrierung der einzelnen Mobilitätsangebote entsprechend der Mobilitätsbedürfnisse der Bevölkerung bieten. Selbst bei den Leuchtturmprojekten sind die angebotenen Dienste meist nur in den Stadtzentren oder zentrumsnahen Gebieten zu finden.

Das große Ziel der Mobilitätswende, mit der der motorisierte Individualverkehr reduziert und die CO₂-Reduktion vorangetrieben werden soll, ist leider noch in weiter Ferne. Solange Mobilitätsangebote und deren Orchestrierung nicht ganzheitlich betrachtet werden und Angebote als Silo-Konzepte von einzelnen Anbietern geplant werden, wird es unmöglich sein, bedarfsorientierte Angebote zu schaffen.

Mobilitätsangebote müssen als Gesamtkonzept geplant, orchestriert und finanziert werden. Isolierte, von jedem Anbieter individuell geplante Angebote, die sich lediglich auf die Stadtzentren konzentrieren, können dazu nicht beitragen. Hier sind die Kommunen und Länder, sowie der Bund gefragt, die notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen. ●



Birgit Hocke

Senior Consultant
Metamorphio GmbH, Hamburg
birgit.hocke@metamorphio.com



Michael Gross

Geschäftsführer
Metamorphio GmbH, Hamburg
michael.gross@metamorphio.com