



Umsteigen!

**Aktive Mobilitätsberatung zur Intensivierung der Nutzung
von Bus und Bahn in ländlichen Regionen**

SmartMove: Active mobility consultancy focusing on feeder systems
to increase awareness and use of public transport



Co-funded by the Intelligent Energy Europe
Programme of the European Union



REGIONAL ENVIRONMENTAL CENTER





Thomas Webel
Minister für Landesentwicklung
und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt

Grußwort des Ministers für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt

In Deutschland wird etwa ein Fünftel der CO₂-Emissionen durch den Verkehr verursacht. Ein Großteil davon stammt aus dem Straßenverkehr. Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) weist deutlich geringere CO₂-Emissionen je zurückgelegtem Kilometer auf als der motorisierte Individualverkehr.

Nicht zuletzt deshalb ist es ein zentrales verkehrspolitisches Ziel der Landesregierung von Sachsen-Anhalt die Attraktivität des ÖPNV weiter zu erhöhen. Insofern ist die Förderung des ÖPNV Teil der Strategie des Landes zur Luftreinhaltung und Lärminderung.

Mitentscheidend bei der Wahl öffentlicher Verkehrsmittel ist, wie gut Bürgerinnen und Bürger darüber informiert sind. Fehlende oder schlechte Informationen über das Angebot und das Preis-Leistungsverhältnis des ÖPNV halten viele davon ab, „umzusteigen“ und mehr öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen.

Innovative Marketinglösungen, wie das im europäischen Forschungsprojekt SmartMove angewandte Konzept der Aktiven Mobilitätsberatung, sollen helfen, insbesondere Verkehrsteilnehmerinnen und -teilnehmern im ländlichen Raum auf direktem Weg bedarfsgerechte und maßgeschneiderte Informationen bereitzustellen.

SmartMove liefert für das Land Sachsen-Anhalt wichtige Informationen und zeigt Möglichkeiten auf, welche Alternativen zum eigenen Pkw abseits von Ballungsräumen genutzt werden können.

Das SmartMove-Projekt	4
1. Nahverkehr in der Fläche	6
2. Der Landkreis Wittenberg	7
— 2.1 Bevölkerungsstruktur	8
— 2.2 Verkehrliche Besonderheiten	9
3. Das Untersuchungsgebiet	10
4. Information und Kommunikation	11
5. Aktive Mobilitätsberatung	13
— 5.1 Vorbereitung	14
— 5.2 Allgemeiner Kontakt	15
— 5.3 Segmentierung	16
— 5.4 Persönlicher Kontakt	17
— 5.5 Übergabe	24
— 5.6 Beratung (optional)	24
6. Ergebnisse der SmartMove-Kampagne	25

Das SmartMove-Projekt

Die Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA) bearbeitete vom 1. Februar 2014 bis 31. Juli 2016 gemeinsam mit anderen europäischen Partnern das Projekt SmartMove. In diesen zweieinhalb Jahren wurde das an der Universität für Bodenkultur Wien entwickelte Konzept der Aktiven Mobilitätsberatung im Landkreis Wittenberg umgesetzt und erprobt.

Im Projekt wurden derzeitige und potentielle Fahrgäste über verschiedene Kommunikationskanäle individuell über das örtliche Verkehrsangebot informiert. Ziel war es, sie zur Nutzung des ÖPNV zu motivieren und eine Änderung ihrer Verkehrsmittelwahl herbeizuführen, um durch den Umstieg vom Pkw auf den ÖPNV auch zu einer Verringerung der CO₂-Emission beizutragen.

Die Broschüre beschreibt das Konzept der Aktiven Mobilitätsberatung und wie es im Landkreis Wittenberg und in anderen europäischen Regionen umgesetzt wurde.

Zahlreiche Tipps und Beispiele sollen ermutigen, auch in Ihrer Region solch eine Mobilitätskampagne durchzuführen.

Das SmartMove-Konsortium



Teilnehmende Regionen und verantwortliche SmartMove-Partner

- ✎ Almada, Portugal (Energieagentur Almada)
- ✎ Burgos, Spanien (Stadtverwaltung Burgos)
- ✎ Krakau, Polen (Technische Universität Krakau)
- ✎ Kreis Euskirchen, Deutschland (Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH)
- ✎ Langadas, Griechenland (Aristoteles-Universität Thessaloniki)
- ✎ Oberlausitz-Niederschlesien, Deutschland (Zweckverband Verkehrsverbund Oberlausitz-Niederschlesien)
- ✎ Waldviertel / Wachau, Österreich (Universität für Bodenkultur Wien)
- ✎ Wittenberg, Deutschland (Nahverkehrservice Sachsen-Anhalt GmbH)

(Quelle: Gabor Heves)

1. Nahverkehr in der Fläche

Ein ÖPNV-Angebot im ländlichen Raum zu schaffen, das die Mobilitätsbedürfnisse der dort lebenden Einwohner* befriedigt, ist keine leichte Aufgabe. Der Rückgang der Bevölkerung im ländlichen Raum hat zur Folge, dass immer weniger Fahrgäste in den Bus steigen, um zur Arbeit, zur Schule oder zu einer Verabredung zu fahren. Die zeitliche und räumliche Bündelung bei der Planung des Verkehrsangebots ist zunehmend schwieriger. Verstärkt wird dieser Trend durch die Abwanderung von Jugendlichen in die Stadt und die steigende Motorisierung und Pkw-Nutzung der Senioren. Der Verlust von Fahrgästen führt zu einem zunehmend defizitären Betrieb und folglich zur Ausdünnung des Verkehrsangebots. So wird verstärkt der eigene Pkw genutzt, was zum Abwärtstrend des ÖPNV beiträgt (siehe Abbildung 1).

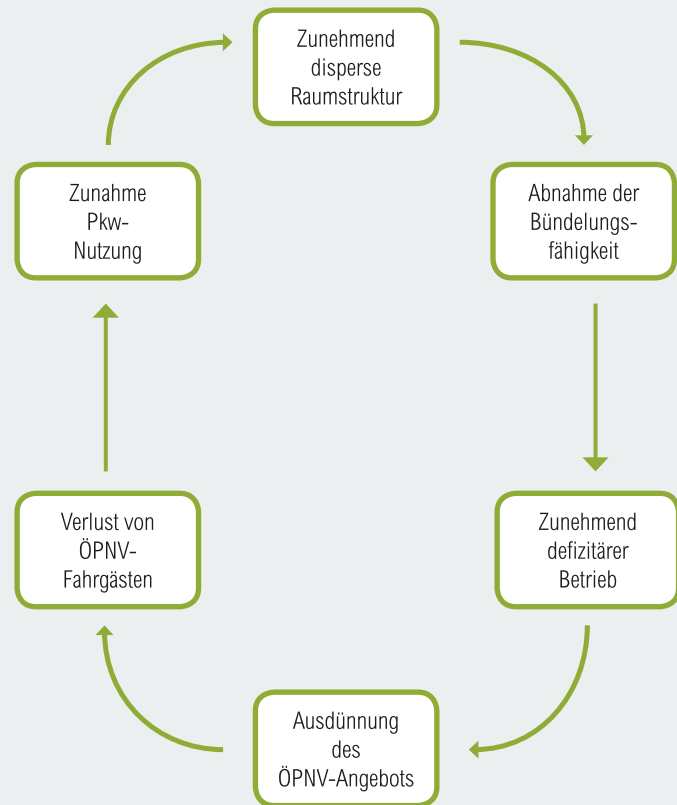


Abbildung 1: Abwärtsspirale des ÖPNV im ländlichen Raum
(Quelle: Eigene Darstellung nach Böhler-Baedecker, S. et al. (2010): Chancen und Risiken flexibler Bedienformen im ÖPNV in ländlichen Räumen. In: Informationen zur Raumentwicklung. Heft 7. Seite: 478.)

* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Um diesem Trend entgegenzuwirken, muss der öffentliche Nahverkehr den Einwohnern nähergebracht werden. Das System wird oft als zu kompliziert und unattraktiv wahrgenommen. Durch persönliche Beratung und individuelle Information können subjektive Nutzungshemmnisse überwunden und eine stärkere Bindung zum ÖPNV erzeugt werden.

2. Der Landkreis Wittenberg

Der Landkreis Wittenberg liegt im Osten des Bundeslandes Sachsen-Anhalt und besteht aus neun Gemeinden. Die Elbe durchfließt den Landkreis Wittenberg auf einer Länge von 52 km und bildet mit der Dübener Heide und dem Fläming eines der größten Ausflugs- und Naherholungsgebiete Mitteldeutschlands. Wirtschaftlich ist der Landkreis Wittenberg sehr vielfältig strukturiert. Neben der Landwirtschaft ist traditionell die chemische Industrie, der Maschinen- und Fahrzeugbau sowie die Nahrungs- und Genussmittelbranche im Landkreis beheimatet.

Nachbarkreise sind im Norden die brandenburgischen Landkreise Potsdam-Mittelmark und Teltow-Fläming, im Osten der ebenfalls brandenburgische Landkreis Elbe-Elster, im Süden der sächsische Landkreis Nordsachsen und im Westen der Landkreis Anhalt-Bitterfeld und die kreisfreie Stadt Dessau-Roßlau.

2.1 Bevölkerungsstruktur

Im Jahr 2014 lebten ca. 128.700 Einwohner in dem 1.930 km² großen Landkreis. Damit zählt er sowohl zu den flächenmäßig größten als auch zu den am dünnsten besiedelten Landkreisen Deutschlands.

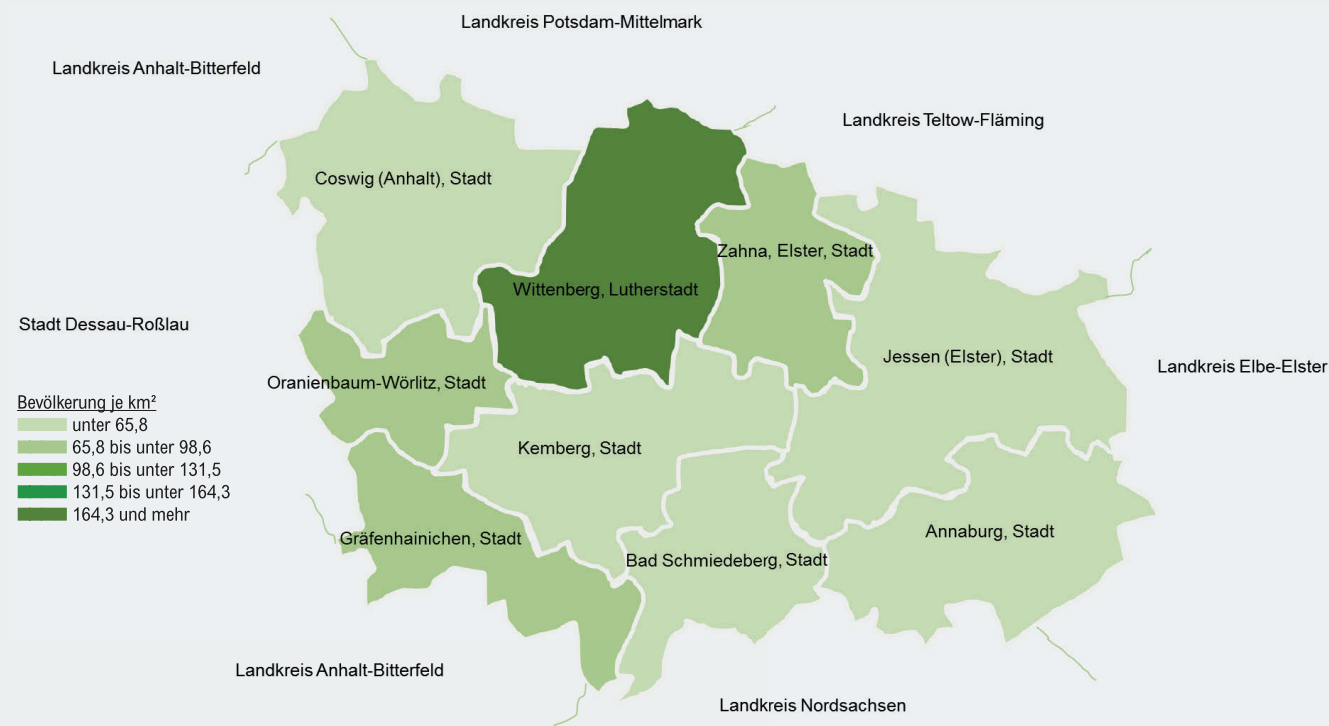


Abbildung 2: Bevölkerungsdichte Landkreis Wittenberg (Quelle: Regionalatlas Statistisches Bundesamt; 2014)

Das einzige Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums ist die Lutherstadt Wittenberg. Sie ist kulturelles und wirtschaftliches Zentrum des Landkreises und weist, wie in Abbildung 2 dargestellt, die höchste Bevölkerungsdichte (ca. 197 Einwohner/km²) auf.

Laut Statistischem Landesamt Sachsen-Anhalt setzt sich die Bevölkerung im Landkreis Wittenberg zu ca. 38 % aus Personen im nichterwerbsfähigem Alter (unter 18 und über 64 Jahre) und zu ca. 62 % aus Personen im erwerbsfähigem Alter (18 bis 64 Jahre) zusammen. Dieses Verhältnis wird sich aufgrund des negativen Geburten- und Wanderungssaldos in den kommenden Jahrzehnten in Richtung nichterwerbsfähiger Personen entwickeln.

2.2 Verkehrliche Besonderheiten

Im Landkreis Wittenberg verkehren 33 Buslinien; davon acht Hauptlinien im Stundentakt. Die Hauptlinien sind mehrheitlich auf das Mittelzentrum Lutherstadt Wittenberg ausgerichtet, wobei zwei von ihnen die Landkreisgrenze in Richtung Dessau-Roßlau überschreiten. Die Nebenlinien erschließen alle Wohnplätze im Landkreis Wittenberg mit mehr als 50 Einwohnern und verbinden sie mit Verknüpfungspunkten zum Schienenpersonennahverkehr (SPNV) sowie zu Hauptbuslinien. Auf diesen Nebenlinien besteht – neben einzelnen regulären Schülerfahrten – ein stündliches Rufbusangebot.

3. Das Untersuchungsgebiet

Für die SmartMove-Kampagne wurden die Linien 303, 363 und 364 ausgewählt und aktiv beworben. Die Linien führen durch die Einheitsgemeinden Lutherstadt Wittenberg, Zahna-Elster, Jessen (Elster) und Annaburg (siehe Abbildung 3).

Die Linie 303 ist eine Hauptbuslinie mit stündlichen Fahrten und verläuft teilweise parallel zur Bahnstrecke Jessen – Lutherstadt Wittenberg. Sie ergänzt den Takt der Regionalbahn und bedient auch Ortschaften ohne SPNV-Zugang. Auf den Linien 363 und 364 besteht ein stündliches Rufbusangebot. Ortschaften im Südosten des Landkreises Wittenberg sind damit stündlich an die Bahnhöfe Jessen (Elster) und Annaburg bzw. Elster (Elbe) angebunden.

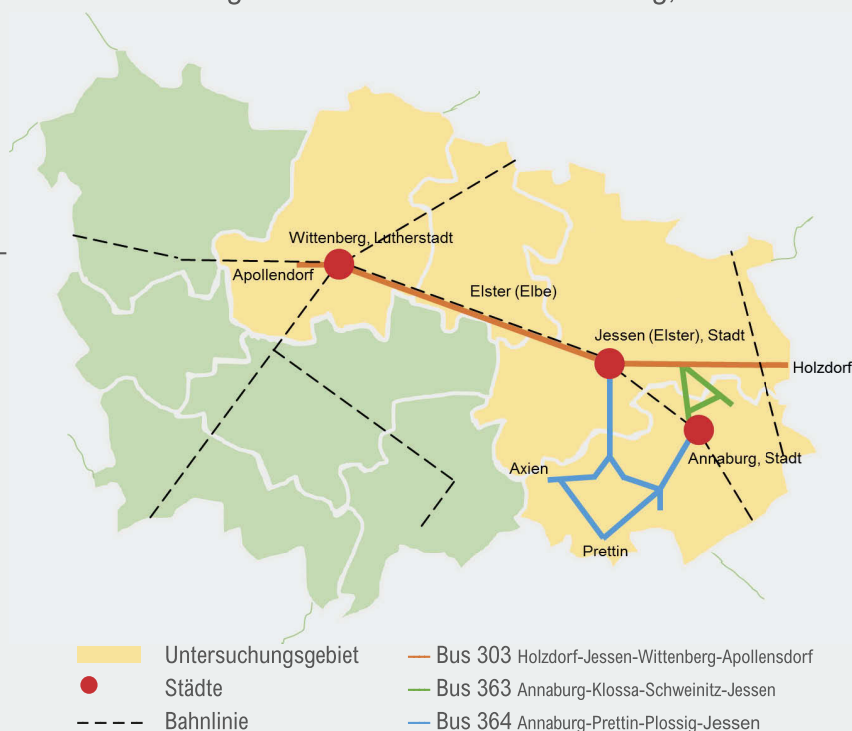


Abbildung 3: Betrachtete Linien im Landkreis Wittenberg (Quelle: Eigene Darstellung)

4. Information und Kommunikation

Fahrgäste, die den ÖPNV nutzen, tun dies in der Regel nicht, ohne sich vorher über ihre Fahrt zu informieren. Die für die Fahrt notwendigen Informationen können in:

- Elektronischer Form:
 - z. B. unternehmenseigene Webseite, INSA-Webseite, INSA-App,
- Schriftlicher Form:
 - z. B. Fahrplanbuch, Tarif-Faltblatt,
- Mündlicher Form:
 - z. B. Callcenter, Servicebüro eingeholt werden.

Durch das Internet ist es möglich, jederzeit und an jedem Ort die Fahrt zu planen. Laut einer im April 2016 durchgeführten Fahrgastbefragung von Imaros Marktforschung Leipzig UG nutzen vor allem jüngere Fahrgäste die von der Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH im Land Sachsen-Anhalt angebotene Fahrplan- und Tarifauskunft INSA.



Ältere Fahrgäste hingegen bevorzugen gedruckte Erzeugnisse und den persönlichen Telefonkontakt. Der Anteil der über 64-jährigen Menschen ist im Untersuchungsgebiet mit ca. 26 % vergleichsweise sehr hoch. Demzufolge gibt es gerade in dieser Bevölkerungsgruppe große Potenziale, ÖPNV-Fahrgäste zu gewinnen. Traditionelle Informationsquellen spielen eine große Rolle.

Bis auf Ausnahmen informieren gewöhnlich Massendruckerzeugnisse über das Angebot des konzessionierten Verkehrsunternehmens. Den individuellen Bedürfnissen der Kunden wird kaum Rechnung getragen. Spezifische Informationen für Fahrgastgruppen wie z. B. Senioren, Neukunden und Pendler gibt es kaum. Sämtliche Informationen über das Verkehrsgebiet sind in einem großformatigen Fahrplanbuch enthalten, das im Servicebüro gegen ein geringes Entgelt erhältlich ist. Kundeninformationen werden über die unternehmenseigene Webseite, in den Servicebüros und in den Fahrzeugen bereitgestellt. Lokale Medien werden nur punktuell zur Verbreitung von Produktinformationen genutzt. Auch an Orte des öffentlichen Lebens wie z. B. Bürgerämter, Bäckereien, Postämter und Bankfilialen gelangen wichtige Informationen nur selten.

Die Nutzung traditioneller Informationsquellen (z. B. gedruckte Fahrplan-Faltblätter oder telefonische Auskunft) haben bei älteren Fahrgästen einen hohen Stellenwert.



Das Konzept der Aktiven Mobilitätsberatung setzt keine größeren neuen Investitionen voraus ... stattdessen wird sich auf die bestmögliche Nutzung der vorhandenen Dienste und die zur Verfügung stehenden Ressourcen konzentriert.

5. Aktive Mobilitätsberatung

Das im Forschungsprojekt SmartMove angewandte Konzept der Aktiven Mobilitätsberatung geht über das bloße Bereitstellen von allgemeinen Informationen hinaus. Derzeitige sowie mögliche zukünftige Fahrgäste werden auf verschiedenen Kommunikationskanälen mit individuell zugeschnittenen Informationen versorgt. Spezielle Veranstaltungen und persönliche Beratungen fördern die Identifikation mit dem ÖPNV.

So können subjektive Hindernisse bei der Nutzung des öffentlichen Verkehrs überwunden werden. Einwohner können beispielsweise an Informationsveranstaltungen zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs oder an geführten Fahrradtouren zu nächstgelegenen Bushaltestellen mit Abstellmöglichkeit teilnehmen. Als Nebeneffekt erhält man so eine Rückmeldung der potenziellen Fahrgäste und kann so das Angebot weiter verbessern und attraktiver machen.

Die Aktive Mobilitätsberatung besteht aus sechs aufeinander aufbauenden Phasen (siehe Abbildung 4), die im Folgenden detailliert dargestellt werden.

Jede Phase wird mit konkreten 🍷 Beispielen und 🌟 Tipps aus Wittenberg und den anderen teilnehmenden Regionen angereichert.

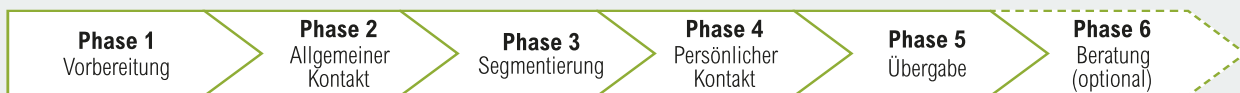


Abbildung 4: Die sechs Phasen der Aktiven Mobilitätsberatung (Quelle: Eigene Darstellung)

5.1 Vorbereitung

In der ersten Phase werden das geografische Gebiet, in dem die Kampagne umgesetzt wird, und das Ziel der Kampagne definiert. Nehmen Sie möglichst früh Kontakt mit Entscheidungsträgern, Verkehrsunternehmen und Mobilitätsmanagern auf, die die Kampagne unterstützen können. In persönlichen Gesprächen kann das gemeinsame Vorgehen abgestimmt werden. Die Unterstützung kann finanzieller, personeller oder organisatorischer Art sein. Besprechen Sie, welche Informationsmaterialien bereits vorliegen, wie diese gegebenenfalls überarbeitet werden können und welche neuen Informationsmaterialien im Laufe der Kampagne angefertigt werden sollen. Auch öffentliche Auftritte, wie die Teilnahme an einem Stadtfest, können abgestimmt werden.

- 👍 Ziel im Landkreis Wittenberg war es, den Bewohnern abseits von Ballungsräumen eine Alternative zum eigenen Pkw zu zeigen und stärker auf die Anrufbusnutzung aufmerksam zu machen.
- 💡 Versuchen Sie, möglichst viele verschiedene Akteure für Ihre Kampagne zu gewinnen!
- 💡 Seien Sie sich bewusst, dass die Kampagne nur dort Sinn hat, wo das Verkehrsangebot ein Mindestmaß übersteigt.

5.2 Allgemeiner Kontakt

Nutzen Sie verschiedene Medien, um auf die Kampagne aufmerksam zu machen! Ein kurzer Artikel in der Regionalzeitung, im Amtsblatt, auf der Webseite der Stadt oder des Verkehrsunternehmens sowie ein Beitrag im Radio sorgt für Interesse bei Ihrer Zielgruppe. Den ersten persönlichen Kontakt



mit Ihrer Zielgruppe können Sie per Post mit einem Faltblatt und einem persönlichen Anschreiben herstellen. Versuchen Sie, über Einwohnermeldeämter an Namen und Adressen im Untersuchungsgebiet zu kommen. Da der Aufwand zum Aufbau einer eigenen Datenbank häufig sehr hoch ist, bietet es sich an, auf externe Datenbanken zurückzugreifen.

- 👉 In Almada, Portugal wurde ein Ankündigungsschreiben im Untersuchungsgebiet verteilt. Eine Woche später wurden Hausbesuche durchgeführt. Das Ankündigungsschreiben stellte sicher, dass den Bewohnern die Kampagne vertraut war und sie eher bereit waren, sich zu beteiligen.
- 👉 Das Faltblatt im Landkreis Wittenberg enthielt eine heraustrennbare, frankierte Antwortkarte. Die Adressaten konnten ihren persönlichen Beratungswunsch darauf zum Ausdruck bringen.
- 💡 Bieten Sie Anreize wie kostenlose Tickets, die Teilnahme an einer Verlosung oder Werbegeschenke an, um Teilnehmer zu gewinnen!
- 💡 Die Rücklaufquote erhöht sich, wenn die Anschreiben und Faltblätter mit Unterschriften von Entscheidungsträgern (z. B. Bürgermeistern) und Logos von anerkannten Institutionen versehen werden.
- 💡 In Zeiten der Informationsflut ist es schwierig, lediglich durch Postsendungen Aufmerksamkeit bei Empfängern zu erlangen.



5.3 Segmentierung

Durch Auswertung der Angaben können die Personen in folgende vier Gruppen eingeteilt werden: „nicht interessiert“, „regelmäßiger ÖPNV-Nutzer mit Informationsbedarf“, „regelmäßiger ÖPNV-Nutzer ohne Informationsbedarf“ und „keine ÖPNV-Nutzer mit Informationsbedarf“.

Gruppe	Maßnahmen
#1 Personen ohne Interesse für die Kampagne	werden in keinen weiteren Phasen berücksichtigt
#2 Personen, die derzeit öffentliche Verkehrsmittel nutzen, jedoch keinen Bedarf an Informationen haben	erhalten ein Dankeschön-Geschenk sowie ein Dankschreiben, um sie in der Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu bestärken
#3 Personen, die derzeit öffentliche Verkehrsmittel nutzen und Bedarf an Informationen haben	werden in die weiteren Phasen der Kampagne eingebunden. Sie erhalten ein Dankeschön-Geschenk sowie ein Dankschreiben
#4 Personen, die derzeit keine öffentliche Verkehrsmittel nutzen und ein Bedürfnis nach Informationen haben	werden in die weiteren Phasen der Kampagne eingebunden

(Quelle: Eigene Darstellung)

Während die Gruppe 1 nicht weiter betrachtet und die Gruppe 2 in ihrem Verhalten bestätigt wird, stehen die Gruppen der „Interessierten“ (Gruppe 3 und 4) im Mittelpunkt der weiteren Phasen.

- 👍 Im Landkreis Wittenberg enthielt die Antwortkarte bereits Fragen zur ÖPNV-Nutzung. Diese Abfrage ermöglichte eine leichte Segmentierung. Auch die spätere Beratung wurde erleichtert, da sich auf Fragen explizit vorbereitet werden konnte.
- 💡 Datenbanken (z. B. Excel oder Access) helfen bei der Erfassung von Personen und deren Mobilitätsverhalten.

- ☀ Indem die Personen aus Gruppe 2 mit einem kleinen Geschenk und einem Dankschreiben bedacht werden, wird ihr Verhalten belohnt. Einerseits soll die Person bestärkt werden weiterhin den ÖPNV zu nutzen, andererseits soll sie darüber reden.

5.4 Persönlicher Kontakt

Der erste Kontakt mit den „Interessierten“ kann durch ein Telefonat erfolgen. Geschultes Personal des Verkehrsunternehmens kann bei dieser Gelegenheit allgemeine Fragen beantworten und den Bedarf an existierenden und personalisierten Informationsmaterialien aufnehmen.

Viele Menschen misstrauen verallgemeinerten „typischen“ Kosten- und CO₂-Berechnungen. Viel mehr Überzeugungskraft haben Berechnungen, die ihre individuellen Umstände berücksichtigen. Menschen spüren, wenn ihren Bedürfnissen Rechnung getragen wird. Dies macht es einfacher, sie zu motivieren und ihr Verhalten zu ändern.



Beispielhaft sind folgende personalisierte Informationsmaterialien in Wittenberg erstellt worden:

- **Individualisierter Fahrplan:** Berücksichtigt wurden persönliche Wünsche wie z. B. Art des Verkehrsmittels, Fahrradmitnahme, Anzahl der Umstiege und bestimmte Zeiten für Hin- und Rückfahrt.
 - **Kostenvergleich zwischen Pkw und ÖPNV:** Um den Teilnehmern mehr Klarheit über die wahren Kosten der zwei Verkehrsträger zu verschaffen, wurden die Gesamtkosten für ein Jahr berechnet und gegenübergestellt.
 - **Haltestellenumgebungsplan:**
Die dem Wohnort nächstgelegenen Haltestellen wurden auf einer Umgebungskarte eingezeichnet, räumliche und zeitliche Erreichbarkeit wurden vermerkt.
- 💡 Informationsmaterialien erzielen eine größere Wirkung, wenn sie klar, präzise und ansprechend gestaltet sind.

Persönlicher Fahrplan

gültig vom 01.07.2016 bis 10.08.2016



**Jessen (Elster), Ludwig-Hosch-Str. - Luth. Wittenberg,
Luthersbrunnen**

Ab	Fahrt	An	Dauer	Verkehrstage
08:07	Bus 303	08:48	00:41	Mo - Fr
10:07	Bus 303	10:48	00:41	Mo - Sa
12:07	Bus 303	12:48	00:41	Mo - Sa

**Luth. Wittenberg, Luthersbrunnen - Jessen (Elster),
Ludwig-Hosch-Str.**

Ab	Fahrt	An	Dauer	Verkehrstage
18:11	Bus 303	18:52	00:41	Mo - Fr
19:11	Ruf 303 EY	19:52	00:41	täglich
20:11	Ruf 303 EY	20:52	00:41	täglich
21:11	Ruf 303 EY	21:52	00:41	täglich

Legende

EY = Rufbus! Anmeldung bis 1 h vor Abfahrt (7-20 Uhr) unter 08000/366 910, wb@anrufbus.net oder Fax 01805/366 911 (Stornierung unter 03494/38 42 100)

Internet: www.insa.de
Telefon: 0391 5363180
E-Mail: info@insa.de

Alle Angaben ohne Gewähr.
© 2016 Nahverkehrservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA)

Verkehrsmittel ☒ ICE ☒ IC ☒ EC ☒ RE ☒ IR ☒ B ☒ S ☒ U ☒ Tram ☒ BUS ☒ ☒ Fahrradmitnahme

Umstiege

 Kein Umstieg
 1 Umstieg
 2 Umstiege
 3 Umstiege
 4 Umstiege

Zeit: Hinfahrt von 08:00 bis 18:00 oder
 Rückfahrt (optional) von bis oder

Individualisierter Fahrplan

Kostenvergleich zwischen Pkw und ÖPNV

Sehr geehrter Herr Mustermann,

viele Autofahrer sind sich über die wahren Kosten ihres Pkws pro Kilometer nicht im Klaren. Sie assoziieren den Preis pro Liter Benzin / Diesel mit den Kosten eines Kilometer Autofahrt. Dies ist aber falsch. Hinzugerechnet müssen noch der kilometerabhängige Wertverlust, Instandhaltungskosten sowie Steuern und Versicherung, etc. Im Vergleich zu den Kraftstoffkosten erscheint die Fahrt mit dem Bus/Bahn als teuer.

Um mehr Klarheit über wahren Kosten der zwei Fortbewegungsmöglichkeiten zu erhalten, werden im Folgenden die beiden Gesamtkosten für ein Jahr berechnet und anschließend gegenübergestellt.

Es gilt zu beachten, dass bei der folgenden Beispielrechnung Mittelwerte benutzt wurden. Individuelle Erfahrungen und Kosten sowie das individuelle Fahrverhalten können zu anderen Ergebnissen führen.

Ihre persönlichen Ausgangsdaten:

Jahreskilometer

Von	Dorfstraße 1, 012345 Stadt
Nach	Lindenstraße, 065789 Stadt
Streckenlänge [Kilometer/Fahrt] ¹	15,5
Fahrleistung [Kilometer/Tag]	35,00
Fahrleistung [Kilometer/Woche]	70,00
Fahrleistung [Kilometer/Jahr]	3.220,00

¹ Die Streckenlänge stellt den kürzesten Weg zwischen den zwei Bezugspunkten dar. Als Datengrundlage dient Here (<https://www.here.com/>).

Angaben zu Ihrem Pkw

Hersteller	BMW
Modell	3er
Motorart	Benzin

Kostenvergleich
zwischen Pkw und
ÖPNV

Gegenüberstellung der Kosten ÖPNV und Pkw:

Berechnung ÖPNV-Kosten

	Anhalt – Bitterfeld – Wittenberg – Tarif ² (Verkehrsmittel: Bahn + Bus)	Tarif Landkreis Wittenberg ³ (Verkehrsmittel: Bus)
Tarifstufe	6	2
Gesamtkosten [€/Jahr]	1.373,00	747,60

² Tarifstufe sowie Gesamtkosten entsprechen der Tarifbestimmung „Anhalt – Bitterfeld – Wittenberg – Tarif“ (ABW-Tarif); gültig ab 01.04.2014

³ Tarifstufe sowie Gesamtkosten entsprechen der Tarifbestimmung Landkreise Wittenberg; gültig ab 01.01.2015

Berechnung Pkw-Kosten

Wertverlust [Euro/Monat] ⁴	459
Betriebskosten [Euro/Monat] ⁴	125
Fixkosten [Euro/Monat] ⁴	113
Instandhaltungskosten [Euro/Monat] ⁴	64
Gesamtkosten [Euro/Monat] ⁵	761
Gesamtkosten [Cent/Kilometer] ⁵	60,9

⁴ Die Bereitstellungs- (Wertverlust und Fixkosten) und Fahrtkosten (Betriebs- und Instandhaltungskosten) wurden aus der ADAC-Datenbank entnommen (<https://www.adac.de/info/strat/autodatenbank/autokosten/default.aspx>)

⁵ Kostenermittlung für Haltedauer 48 Monate und 15.000 Kilometer/Jahr Fahrleistung

Fahrleistung [Kilometer/Jahr]	3.220,00
Gesamtkosten [€/Jahr]	1.960,98

Fazit

Pkw: Gesamtkosten [€/Jahr]	1.960,98
ÖPNV Gesamtkosten [€/Jahr]	747,60
Ersparnis ÖPNV gegenüber Pkw [€/Jahr]	1.213,38

Anhand dieser Beispielrechnung ist zu sehen, dass die Fahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln kostengünstiger als die Fahrt mit dem Pkw ist. Innerhalb eines Kalenderjahres ergeben sich in Ihrem Fall Einsparungen in Höhe von ca. 1.213 Euro.

Probieren Sie das Leistungsangebot des öffentlichen Verkehrs in Ihrer Region aus. Schonen Sie die Umwelt und nutzen Sie die Fahrzeit für Entspannung, Kommunikation oder auch Arbeit.

Allzeit gute Fahrt!

Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH

Gegenüberstellung der Kosten ÖPNV und Pkw

Alle Angaben ohne Gewähr.
© 2015 Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA)

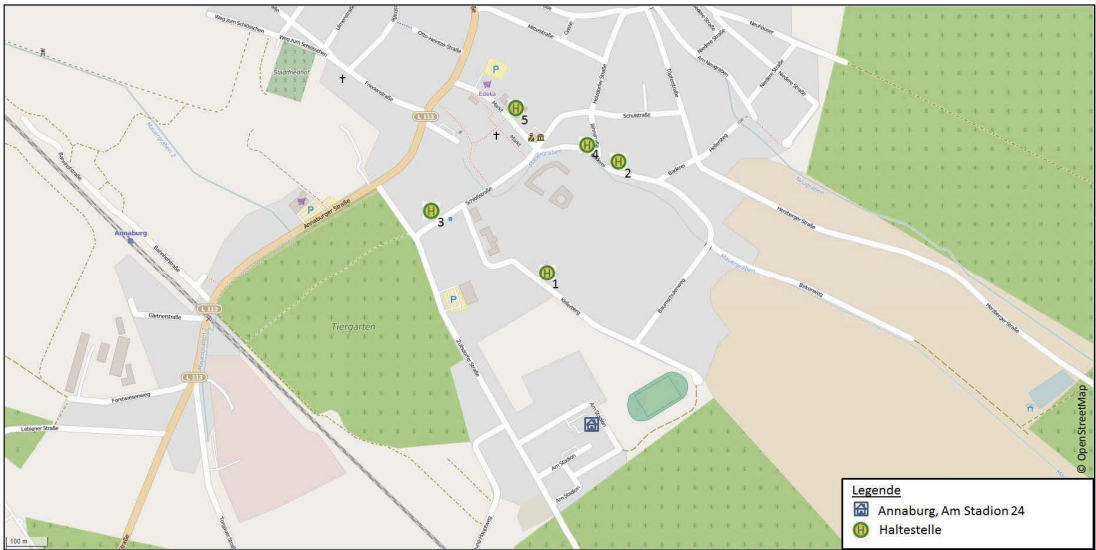
Haltestellen in Ihrer Umgebung

SMARTMOVE
Eine Aktion des EU-Projektes
„smartmove“
www.smartmove-project.eu

VETTER
VERKEHRSBETRIEBE

NASA
NAHVERKEHRSERVICE SACHSEN-ANHALT GMBH

SACHSEN-ANHALT



Haltestelle	Entfernung der Haltestelle von Ihrer Wohnung	Buslinien
1 Annaburg, Pflegeheim	Distanz: ca. 846 m; Zeit: 10 min (zu Fuß) / 3 min (Rad)	Linie 362 Annaburg - Löben - Holzdorf, Linie 363 Annaburg - Klossa - Schweinitz - Jessen , Linie 364 Annaburg - Prettin - Plossig - Jessen
2 Annaburg, Schlossstr.	Distanz: ca. 930 m; Zeit: 11 min / 4 min	Linie 363 Annaburg - Klossa - Schweinitz - Jessen , Linie 364 Annaburg - Prettin - Plossig - Jessen
3 Annaburg, Baderei	Distanz: ca. 1200 m; Zeit: 14 min / 5 min	Linie 364 Annaburg - Prettin - Plossig - Jessen
4 Annaburg, Schule	Distanz: ca. 1300 m ; Zeit: 16 min / 5 min	Linie 362 Annaburg - Löben - Holzdorf, Linie 363 Annaburg - Klossa - Schweinitz - Jessen , Linie 364 Annaburg - Prettin - Plossig - Jessen
5 Annaburg, Markt	Distanz: ca. 1300 m ; Zeit: 16 min / 5 min	Linie 362 Annaburg - Löben - Holzdorf, Linie 363 Annaburg - Klossa - Schweinitz - Jessen , Linie 364 Annaburg - Prettin - Plossig - Jessen

Alle Angaben ohne Gewähr.
© 2015Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA)

Haltestellenumgebungsplan



Um die Bekanntheit der Kampagne in der Region zu erhöhen, können sogenannte aktive Maßnahmen durchgeführt werden.

- Ziele:
- Bekanntheit der Kampagne erhöhen/weitere Teilnehmer finden
 - Kenntnis über Angebote des öffentlichen Verkehrs im ländlichen Raum verbessern
 - Meinungen von Einwohnern einholen

Beispiele aus anderen Regionen:

- 👍 Im Kreis Euskirchen, Deutschland wurden Bus-Trainings für ältere Menschen als theoretische und praktische Schulung angeboten. Da ältere Menschen oftmals Angst vor der Fahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln haben, können Trainings helfen, ihre Sicherheitsgefühl zu verbessern und sie ermutigen, mit ihnen zu fahren.
- 👍 Im Waldviertel-Wachau, Österreich konnte man sich von den Vorteilen von Pedelecs überzeugen und die Fahrräder mit kleinem Elektromotor ausprobieren. In hügligen Gegenden sind sie eine gute Möglichkeit große Distanzen zwischen den Haltestellen zurückzulegen.
- 👍 Im Landkreis Wittenberg, Deutschland wurden Markttage und soziale Einrichtungen besucht, um in zahlreichen Gesprächen über das Mobilitätsangebot zu informieren.

5.5 Übergabe

Als Ergebnis der Gespräche werden Informationsmaterialien angefertigt und idealerweise den Teilnehmern persönlich übergeben. Der direkte Kontakt bietet die Möglichkeit, über die einzelnen Bestandteile des Informationspakets ausführlich zu sprechen. Ist ein solches Treffen nicht möglich, können die Materialien postalisch versandt werden.

- 💡 Erfahrungen zeigen, dass sich über den persönlichen Kontakt leichter das Verhalten ändern lässt als bei postalischem.

5.6 Beratung (optional)

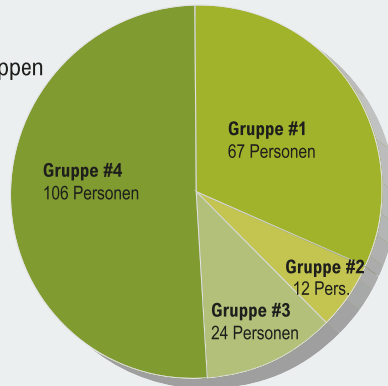
Die persönliche Beratung kann während der Übergabe oder nach Terminabsprache im Anschluss erfolgen. Gut geschulte Mitarbeiter erleichtern die Konsultation erheblich.

- 💡 Der Beratungstermin sollte so schnell wie möglich nach Erhalt des Informationspakets stattfinden.



6. Ergebnisse der SmartMove-Kampagne

Segmentierung der Teilnehmer nach Gruppen (siehe 5.3)

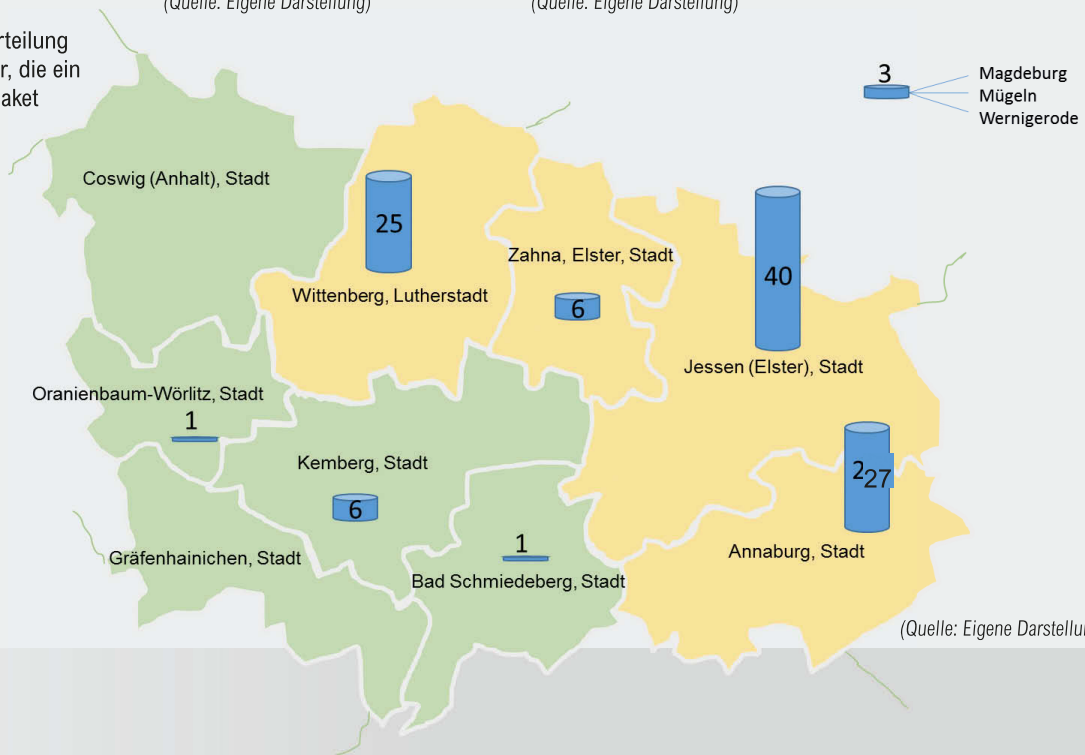


(Quelle: Eigene Darstellung)

Wie kam der Kontakt zustande?	Teilnehmer	Teilnehmer, die ein Informationspaket bestellt haben
1. Beratung an Umsteigepunkten und Fußgängerzonen	90 Personen	38 Personen (42%)
2. Markttage	47 Personen	27 Personen (57%)
3. Antwortkarten	37 Personen	18 Personen (49%)
4. Seniorentreffen	32 Personen	23 Personen (72%)
5. Online	3 Personen	3 Personen (100%)
Insgesamt	209 Personen	109 Personen

(Quelle: Eigene Darstellung)

Räumliche Verteilung der Teilnehmer, die ein Informationspaket bestellt haben



(Quelle: Eigene Darstellung)

Drei Monate nach Zustellung der Informationspakete wurde die Wirkung der Kampagne durch eine Telefonumfrage ermittelt:



(Quelle: Eigene Darstellung)

Verwendung der Erkenntnisse aus SmartMove

Das SmartMove-Projekt hat sich für alle Beteiligten gelohnt. Durch intensive Gespräche und die Zusendung persönlicher Informationsmaterialien konnten subjektive Nutzungshemmnisse bei der Bevölkerung gegenüber dem ÖPNV abgebaut werden. Mit überschaubarem finanziellen Aufwand wurden so die Fahrgastzahlen im Untersuchungsgebiet gesteigert. Die Mitwirkung an dem europäischen Forschungsprojekt SmartMove hat allen im Landkreis Wittenberg beteiligten Partnern wie der Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH, dem Verkehrsunternehmen Vetter GmbH und dem Landkreis Wittenberg wertvolle methodische Erkenntnisse bezüglich der Kontaktaufnahme mit Menschen im ländlich strukturierten Raum ermöglicht. Gleichzeitig tragen die im Projektzeitraum erhobenen quantitativen und qualitativen Daten über das ÖPNV-Nutzerverhalten und die existierenden Nutzungsbarrieren zur Steigerung der ÖPNV-Attraktivität der Region bei. Zahlreiche Anregungen, z. B. zur Qualität und Ausrichtung des Informationsmaterials, konnten dem Aufgabenträger und dem Verkehrsunternehmen weitergegeben werden. Bei mehreren Treffen mit Entscheidungsträgern wurden die Projektführung und -ergebnisse vorgestellt. Der intensive Dialog zwischen den Entscheidungsträgern konnte dadurch gefördert werden.

Wollen Sie mehr über das Forschungsprojekt SmartMove erfahren? Kontaktieren Sie uns!

Die Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH ist bereit, Sie bei der Planung, Durchführung und Auswertung Ihrer Kampagne beratend zu unterstützen. Gerne teilen wir unsere Erkenntnisse aus dem Forschungsprojekt SmartMove mit Ihnen.

Kontakt

Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA)

Cornelius Sommerfeld

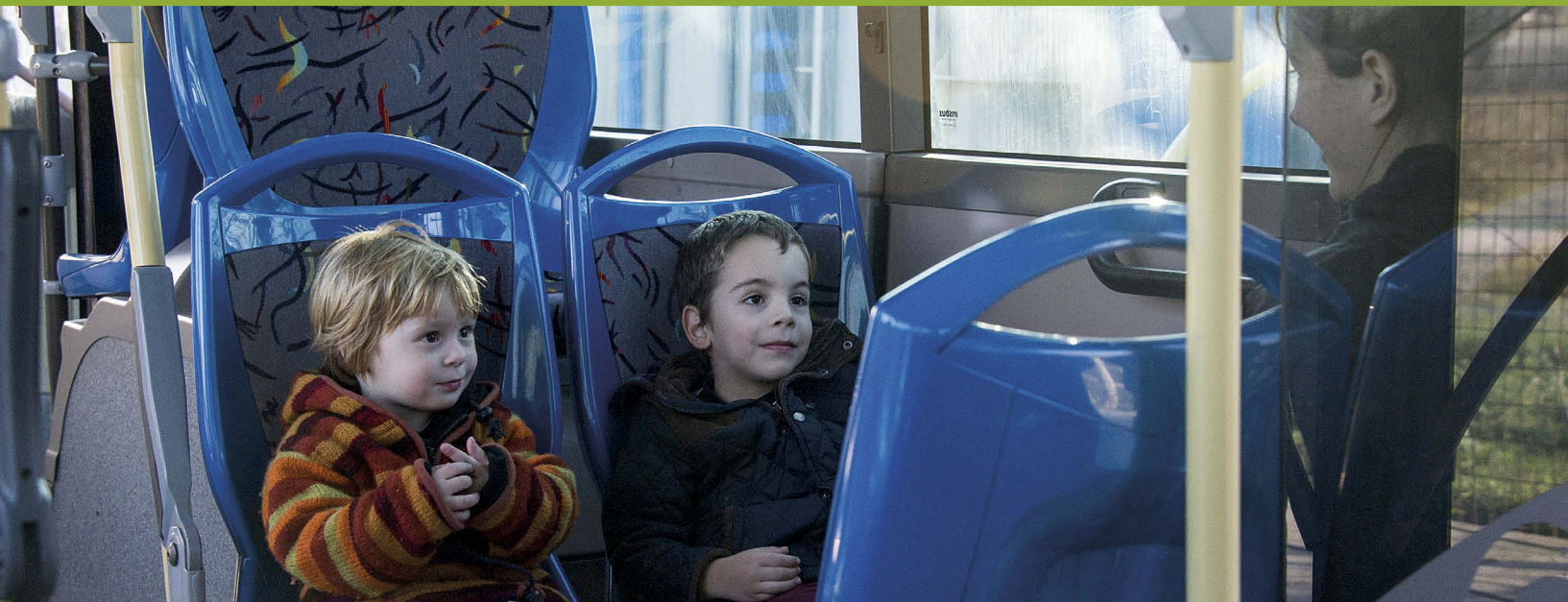
Am Alten Theater 4 u. 6 | 39104 Magdeburg

Telefon: 0391/5363163 | E-Mail: cornelius.sommerfeld@nasa.de



NAHVERKEHRSSERVICE SACHSEN-ANHALT GMBH

Fotos: Titel: Vetter Verkehrsbetriebe GmbH, Bild Minister: Ministeriums für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt, Bild I Kapitel 4 (Information und Kommunikation): Smilla Dankert, Bild II Kapitel 4 (Information und Kommunikation): Foto Studio 43 – Nektarios Basdekis, Bild I Persönlicher Kontakt: Vetter Verkehrsbetriebe GmbH, Bild II,III,IV Persönlicher Kontakt: Smilla Dankert, Roman Klementschtz, Cornelius Sommerfeld, Bild V,VI,VII Persönlicher Kontakt: Smart_Move Krakow Team, Foto Studio 43 – Nektarios Basdekis, Smart_Move Krakow Team, Bild letzte Seite: Foto Studio 43 – Nektarios Basdekis



Das Forschungsprojekt SmartMove wurde finanziert durch das Programm „Intelligente Energie – Europa“ der Europäischen Union und dem Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt.



Co-funded by the Intelligent Energy Europe
Programme of the European Union



SACHSEN-ANHALT