

Gscheid mobil – Mobilitätsmanagement der Stadt München als Beispiel für Bildung für nachhaltige Entwicklung und Mobilität

Bianca Kazcor vom KVR München stellte Münchens politisch verankerten biographischen Bildungsansatz vom Kindergarten bis zu den SeniorInnen durch Vernetzung der Anbieter vor,

Den Abschluss der Tagung bildete der Vortrag „Gscheid mobil – Mobilitätsmanagement der Stadt München“ von Bianca Kazcor vom Kreisverwaltungsreferat der LH München. Sie stellte die Dachmarke „München - Gscheid mobil“ vor, die zum Ziel hat, die MünchnerInnen über gesunde, flexible, kostengünstige und umweltfreundliche Mobilität in der Stadt zu informieren und für nachhaltige Mobilität zu begeistern. Angesiedelt ist das Projekt im Kreisverwaltungsreferat (KVR). Dort hat man im Rahmen des Münchner Ansatzes zum Mobilitätsmanagement zunächst gesammelt, welche Mobilitätsangebote es in München überhaupt gibt und welche Verkehrsmittel die Münchner nutzen. Neben Privat-PKWs und ÖV gibt es nämlich noch eine ganze Bandbreite von Mobilitätsmöglichkeiten, von Park & Ride über CarSharing hin zu Call-a-bike. „Dem gegenüber steht eine breit gefächerte Zielgruppe, die unterschiedlich angesprochen werden muss“, so Kazcor. Um dem gerecht zu werden, hat das Team vom Kreisverwaltungsreferat AkteurInnen mit eingebunden, die die Kompetenzen für die einzelnen Zielgruppen haben. Einer der Akteure ist beispielsweise Ökoprojekt MobilSpiel e.V., der mit „BAMBINI Mini“ und „BAMBINI Maxi“ Kindergartenkinder für gesunde und nachhaltige Bewegung begeistert und mit „Fair move“ und „On my way“ Projekte für Kinder und Jugendliche an weiterführenden Schulen anbietet. Es kamen aber auch Kooperationen mit Green City e.V., der Polizei, den Anbietern des öffentlichen Nahverkehrs, mit weiteren Referaten der LH München, der Volkshochschule (VHS) u.v.a. zustande. „Mit den vielen verschiedenen Akteuren sind die Ziele einfacher umzusetzen, denn die Bedürfnisse der Zielgruppen gehen weit auseinander“, so Kazcor.

Dachmarke „München gscheid mobil“ ins Leben gerufen

Das Bindeglied für die einzelnen Projekte bildet die Dachmarke „München Gscheid mobil“. Darunter sind die Hauptzielgruppen NeubürgerInnen, Kinder und Jugendliche, SeniorInnen, Unternehmen, MigrantInnen und weitere Zielgruppen gefasst. Als Querschnitt stehen ebenfalls ein Forschungsprojekt zur Qualitätssicherung, Evaluation und Fortschreibung, die Fahrradkampagne Radlhauptstadt München, ein Mobilitätsportal, das in der Entwicklungsphase steckt, und weitere EU-Projekte unter der Dachmarke.

Konzept des Kreisverwaltungsreferates ist, die Zielgruppen insbesondere in Lebensumbruchsituationen anzusprechen. „An dem Zeitpunkt, an dem sich die persönliche Lebenssituation wandelt, ändert sich gleichzeitig oft das Mobilitätsmuster und Verhalten. Dann ist der richtige Zeitpunkt, um die Leute zu erreichen“, so Kazcor. Solche Lebensumbruchsituationen sind beispielsweise der Umzug in eine neue Stadt bzw. ein neues Stadtviertel, Arbeitsplatzwechsel, Führerscheinerwerb, Studienbeginn, Familiengründung, Renteneintritt etc.

Aber auch verhaltensbeeinflussende Situationen von außen, wie die Umweltzone, die vor einigen Jahren eingeführt wurde, steigende Parkgebühren, etc. werden genutzt, um auf das Mobilitätsverhalten der MünchnerInnen einzuwirken. Ziele sind, dass die Menschen ein Mobilitätsbewusstsein entwickeln und sich aktiv, gesund und umweltverträglich bewegen. Im

Vordergrund stehen die Verkehrssicherheit und der Erhalt einer grünen und lebenswerten Stadt, auch bei steigenden Einwohnerzahlen. Die Dachmarke München Gscheid mobil möchte die BürgerInnen hierzu individuell informieren und beraten. Das Fundament ist dabei ein attraktives Angebot im Umweltverbund.

Neubürgerprojekt ist größtes Projekt

Das finanziell bemerkenswert ausgestattete Konzept zu Münchner Mobilitätsmanagementmaßnahmen hat sich damit Großes vorgenommen. Jede Zielgruppe soll gemäß eines politisch verankerten, biographischen Bildungsansatzes mit speziell für sie entwickelten Methoden angesprochen werden – quasi eine lückenlose Mobilitätsbiographie. Das größte und auch teuerste Projekt im Rahmen des Mobilitätsmanagements ist die Beratung von NeubürgerInnen. Die jährlich rund 85.000 neu angemeldeten BewohnerInnen Münchens erhalten ein individuelles Mobilitätsberatungsangebot. Das besteht aus einem Ordner mit Infos rund um ÖV-Angebote, Car-Sharing, etc. Zudem erhalten sie eine kostenfreie Wochenkarte für den ÖV und werden im Rahmen von Dialogmarketing nochmals individuell telefonisch beraten. Eine Evaluation der Ergebnisse zeigte, dass die so beratenen NeubürgerInnen zu 7,6 Prozent mehr den ÖV nutzen, als NeubürgerInnen, die keine Infos erhielten: Eine Einsparung von immerhin 80 Millionen individuell gefahrenen Kilometern und 12.000 Tonnen CO₂-Ausstoß.

Bei der Gruppe der MigrantInnen arbeitet das KVR eng mit der Münchner Volkshochschule zusammen. Hier wurde Unterrichtsmaterial mit Übungen zu allen Münchner Verkehrsmitteln entwickelt, das in den Integrationskursen eingesetzt wird.

Auszeichnung mit dem European Award of Excellence „City for Children“

Auch Kinder und Jugendliche werden mit den einzelnen Bausteinen der KooperationspartnerInnen, u. a. Ökoprojekt MobilSpiel e.V. und Green City e.V., zielgruppengerecht angesprochen. Im Kindergarten geht es primär darum, dass sich Kinder gerne bewegen und erste Kompetenzen im Straßenverkehr entwickeln. GrundschülerInnen werden an ihren Schulweg herangeführt und ältere Kinder sollen verstärkt den ÖV kennen lernen. Bei den FührerscheinkandidatInnen stehen die Themen Klimaschutz und nachhaltige Mobilität zielgruppengerecht auf dem Programm. „Es wäre schön, wenn jedes Kind, das in München aufwächst, in jedem Alter von Projekten angesprochen wird“, so Kaczor. Das Stichwort lautet hier Mobilitätsbiographie und für dieses einmalige Konzept wurde die Stadt München 2009 mit dem 1st European Award of Excellence „City for Children“ ausgezeichnet.

Mit vielfältigen Angeboten in der Mitte der Bevölkerung ankommen

Ein breites Spektrum an Angeboten gibt es auch für Münchens SeniorInnen, denn auch das Alter bringt Veränderungen mit sich, da die Mobilität freizeitorientierter wird und körperliche Einschränkungen die Beweglichkeit beschwerlicher macht. Mit Aktivangeboten, Internetkursen, Telefonberatung und Informationsbroschüren wird diese Zielgruppe über ihre alternativen Mobilitätsmöglichkeiten rundum informiert.

Parallel zum Mobilitätsprojekt, aber dennoch dazugehörig, steht die Kampagne Radl-Hauptstadt München. Diese begann 2010, um den Fahrradverkehr in München zu stärken. Mit großflächigen Werbebannern, einem großen Logo mitten auf dem Pflaster des Marienplatzes, einem Radlkalender und einer Infobroschüre rund ums Rad soll diese Kampagne Aufsehen in der breiten Öffentlichkeit erregen. Mit der Kür des Radl-Stars, der jährlichen Radl-Night, dem Frühjahrsmarkt rund ums Rad sowie einem kostenlos in der Stadt

angebotenen, mobilen Sicherheitscheck rückt die Kampagne das Fahrradfahren ins öffentliche Interesse und sorgt für gute Pressearbeit.

In diesem Jahr wendet sich die Dachmarke einer neuen Zielgruppe, den Familien, zu. Für diese wird derzeit eine Reihe von attraktiven, niederschweligen Angeboten entwickelt. Aber auch das Testprojekt „Mobilität aus einer Hand“ steht seit Ende 2012 in den Kinderschuhen: In einem Haus in Schwabing werden den BewohnerInnen in ihrer Tiefgarage ein Carsharing-Auto, ein Kinderfahrrad-Anhänger und ein E-Bike zur gemeinsamen Nutzung angeboten. Dazu stehen ihnen zwei ÖPNV-Karten zur Verfügung. „Wir wollen schauen, was bei einem solchen multimodalen, nachbarschaftsbezogenen Projekt passiert“, so Kaczor. Auf jeden Fall ist dieses schon mit dem Europäischen Innovationspreis „Do the Right Mix“ ausgezeichnet worden.

Kontakt:

Landeshauptstadt München, Kreisverwaltungsreferat, Bianca Kaczor, Ruppertstr. 19, 80466 München, Tel. 089/23322443, bianca.kaczor@muenchen.de, www.muenchen.de/verkehr.html, www.radlhauptstadt.muenchen.de