



„München - Gscheid Mobil“ Nachhaltige Mobilität erfolgreich vermarkten!

Zürich, 17.4.2012

Dr. Martin Schreiner



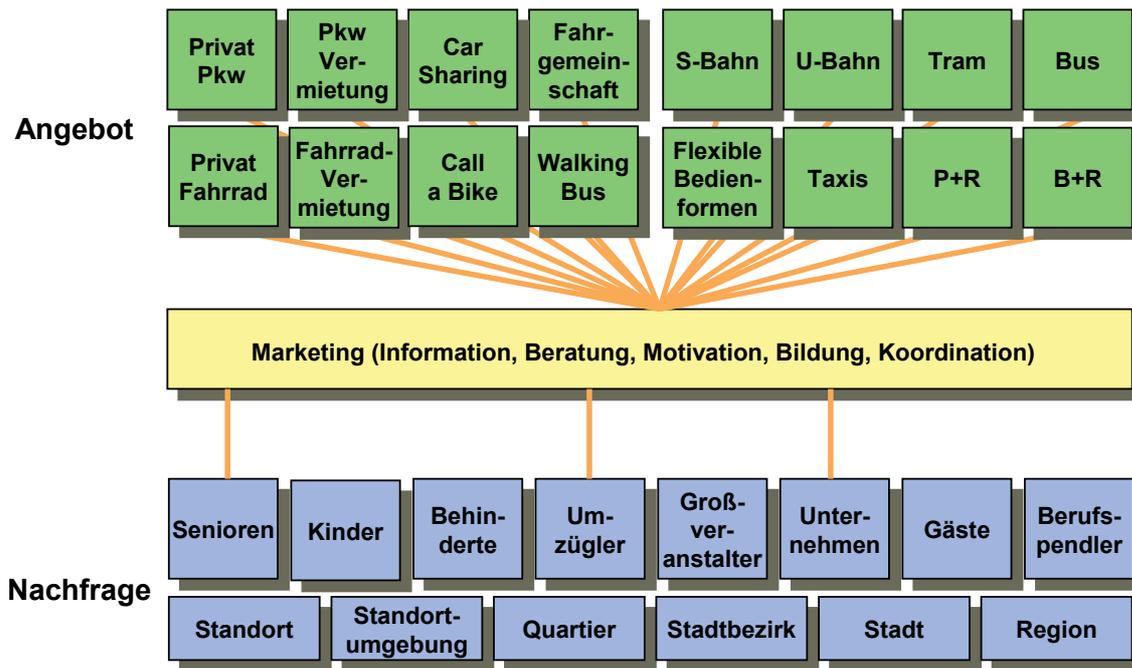
Inhalt



- Was versteht die Stadt München unter Mobilitätsmanagement?
- Wie ist das Mobilitätsmanagement in die Mobilitätsstrategie und die Stadtentwicklung eingebettet?
- München – Gscheid Mobil: Das Aktionsprogramm Mobilitätsmanagement
 - Dachmarke
 - Maßnahmen
 - Organisation
 - Ressourcen
 - Vision für die Zukunft
- Erfolgsfaktoren und Hemmnisse bei der Entwicklung und Umsetzung von München – Gscheid Mobil
- Fazit und Empfehlungen







Definition Mobilitätsmanagement (Münchener Ansatz)

- Marketing nachhaltiger Mobilität: Verkehrsträgerübergreifende Information, Beratung, Motivation und Bildung von Bürgern, Gästen und Unternehmen zur Verbesserung ihrer Mobilitätsorganisation
- Was heisst Verbesserung?
 - Schneller
 - Günstiger
 - Energieeffizienter
 - Flächensparender
 - Sicherer
 - Gesünder
 - Komfortabler
 - ... in der Regel: mit geringerer Nutzung von (nichtöffentlichen) KFZ

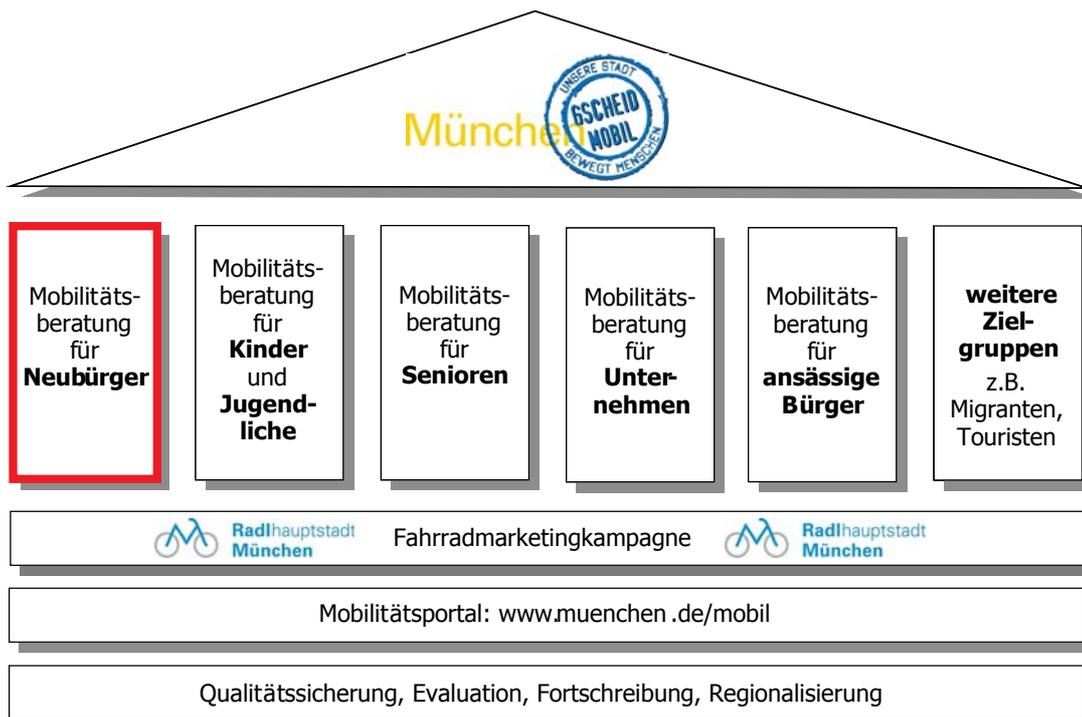


Botschaften:

- München verfügt über ein attraktives, qualitativ hochwertiges Angebot im Umweltverbund
- Eine intelligente Mobilitätsplanung bietet viele Vorteile
- Die Stadt garantiert Glaubwürdigkeit und Qualität
- Alle Informationen und Dienste sind aus einer Hand und aufeinander abgestimmt



Gesamtkonzept „München – Gscheid Mobil“



Projekt	Budget 2010	Partner	Gesamt	Personal
Direktmarketing Neubürger	480.000	480.000	960.000	johanna.balthesen@muenchen.de
Ansässigenmarketing Senioren	50.000		50.000	johanna.balthesen@muenchen.de
Fahrradmarketing	1.200.000		1.200.000	wigand.von.sassen@muenchen.de
Mobilitätsberatung für Unternehmen	100.000		100.000	roland.hoesl@muenchen.de
Mobilitätsbildung für Kinder und Jugendliche	160.000		160.000	bianca.kaczor@muenchen.de
Mobilitätsberatung für Migrantinnen und Migranten		15.000	15.000	johanna.balthesen@muenchen.de
Onlinemarketing - Mobilitätsportal	30.000		30.000	bianca.kaczor@muenchen.de
EU-Projekt SEGMENT (Marketingmethoden)	77.000	193.000	270.000	kerstin.langer@muenchen.de
EU-Projekt BAMBINI (Kinder)	17.000	33.000	50.000	bianca.kaczor@muenchen.de
EU-Projekt AENEAS (Senioren)	45.000	28.000	73.000	johanna.balthesen@muenchen.de
Gesamt	2.159.000	749.000	2.908.000	4,5 Stellen

Beispiel Direkt- und Dialogmarketing: Zielgruppe Neubürgerinnen und Neubürger

- Über 85.000 Neubürgerinnen und Neubürger in etwa 43.000 Haushalten melden jedes Jahr ihren Hauptwohnsitz in München an. Jeder Haushalt bekommt daraufhin ein individuelles Mobilitätsberatungsangebot.



- Die tägliche Mobilität muss organisiert werden



Zusendung des Mobilitätsordners (Personalisierung)

- Das Wichtigste rund um Mobilität und Verkehr in München als persönliche Begrüßung

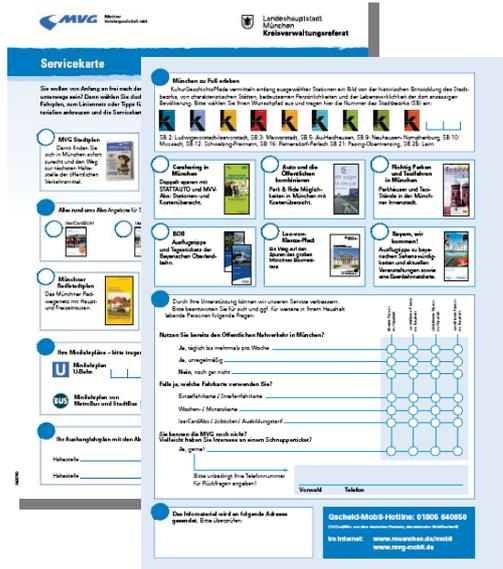
„Sehr geehrter Herr
Dr. Schreiner... „



Zusendung der Servicekarte (Individualisierung)

■ Servicekarte zum Bestellen eines kostenlosen Schnuppertickets für die öffentlichen Verkehrsmittel sowie individuell gewünschter Infomaterialien, z.B.

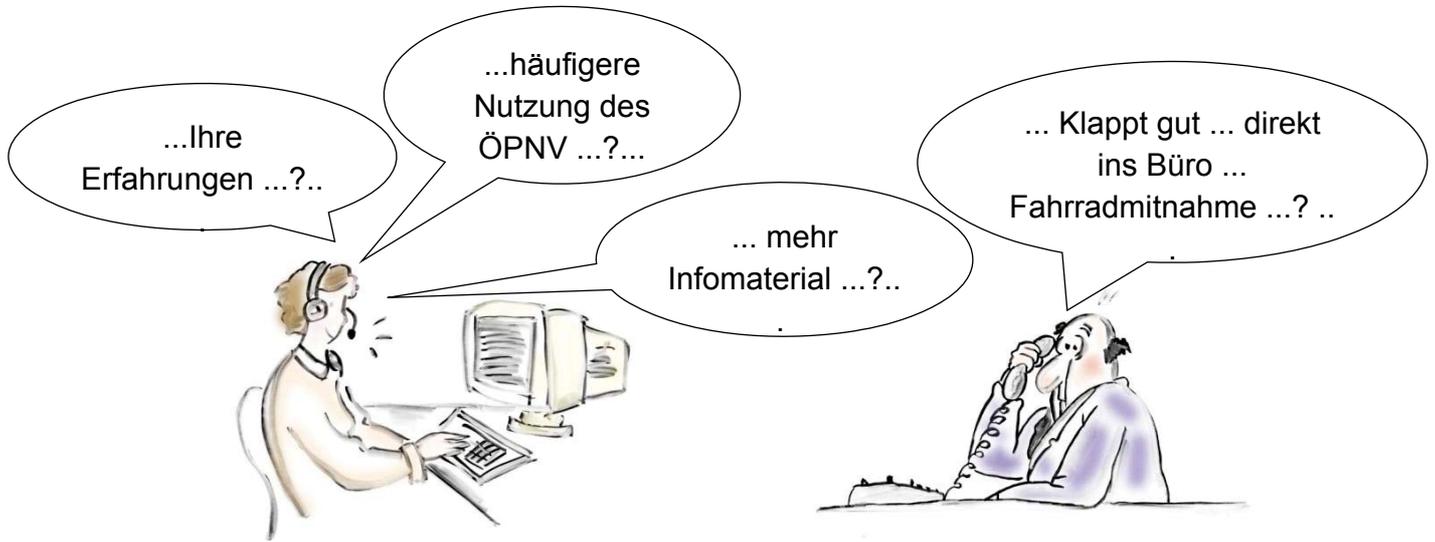
- MVG Stadtplan
- Verkehrslinienplan
- Fahrkartenangebot MVV
- RadlStadtplan
- München zu Fuß: Kulturgeschichtspfade
- Auto und die Öffentlichen kombinieren: P&R
- Ausflugstipps mit der BOB
- ... und vieles mehr ...



Bestellung



- ca. 1 Monat nach der Zusendung der Infomaterialien findet ein telefonisches Beratungsgespräch statt



Vermittlungsgespräch

- Bei Interesse: Vermittlung von IsarCard Abonnements, Carsharing Mitgliedschaften etc.



Modal Split	Neubürger ohne Beratung	Neubürger mit Beratung	Veränderung
Rad / Fuß	32,9 %	29,4 %	- 3,5 %
ÖV	33,7 %	41,3 %	+7,6 %
MIV	30,3 %	27,0 %	- 3,3 %
Sonstige	3,1 %	2,3 %	- 0,8 %
Gesamt	100 %	100 %	0 %

Sonstige Wirkungen

Wirkung bei Ausweitung auf alle 85.000 Neubürger:

- Reduktion Pkw-km/a: 80 Mio. (= ca. 1% des KFZ-Verkehrsaufwands)
- Reduktion CO₂: 12.000 Tonnen
- Einsparung volkswirt. Kosten (n. EWS): 16 Mio. €
- Betriebswirtschaftliches Nutzen-Kosten-Verhältnis: 2:1
 - 12 Euro Kosten / HH
 - 23 Euro Mehreinnahmen durch verstärkten Ticketverkauf
- Positives Image (Bürgerservice, Willkommen)

Ein lob der Stadt! Das ist mal wirklich eine gute Idee! Mit freundlichen Grüßen

Vielen Dank und einen schönen Tag!!

Ehrliche Aktion! Vielen Dank

Sehr geehrte Damen und Herren, ich bedanke mich recht herzlich für das gute Informationsangebot, welches ich bald bekommen werde und freue mich darauf, endlich mehr über die MVG zu erfahren und einen besseren Einblick zu bekommen (hoffentlich) Danke im Vorfeld

München wird »Gscheid mobil« Neue Kampagne der Stadt - CSU spricht von »Bevormundung«

1,2 Millionen Euro für Mobilitätsmanagement Professionelle Beratung zum Verkehrsangebot Stadt will mehr Münchner zu ÖPNV-Nutzern machen

MVG-Packer für Neubürger München - Na, das ist aber nett. Die Stadt München und ihre Mitarbeiter... MVG-Packer für Neubürger

Gscheid mobil in München - so flutscht's Stadt bietet neuen Service für alle Neubürger

Zuagroaste sollen den MVV benutzen „G'scheid mobil in München“: Pilotversuch mit 5000 Neubürgern

Verkehrsinfos für 85 000 Zugezogene Stadt startet Pilotprojekt „Neubürgerpaket“



1. Regionalkonferenz Mobilitätsmanagement 2009



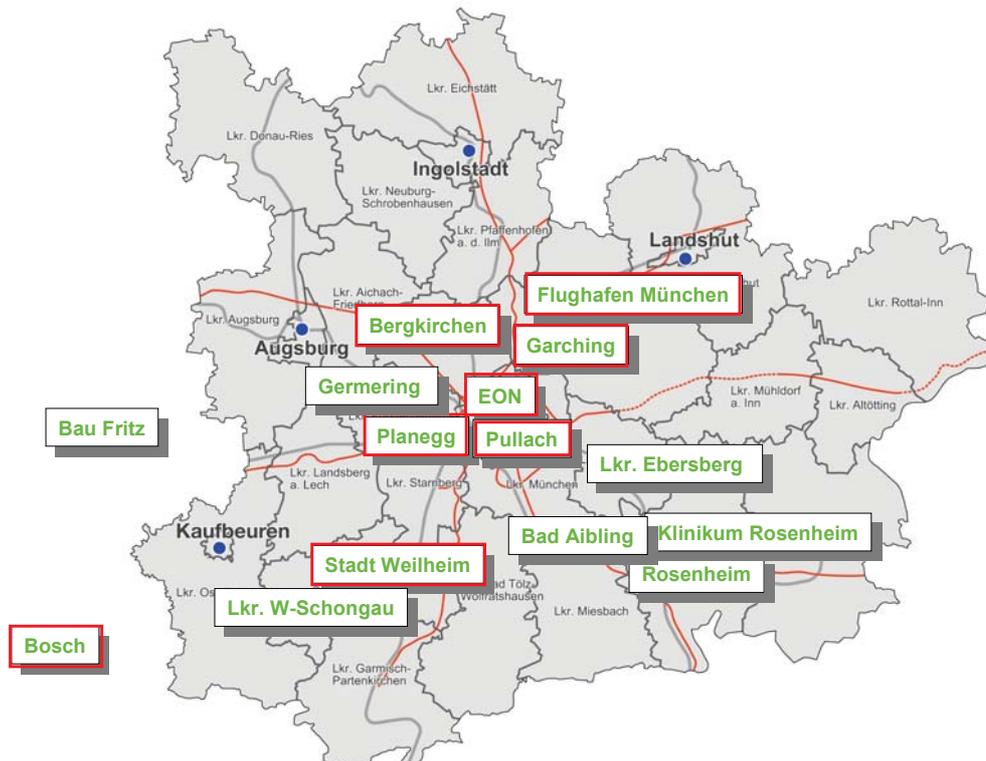
Quelle: LH München



Pioniere in der Region München



Landeshauptstadt
München
Kreisverwaltungsreferat
Quelle: LH München und EMM e.V.



- Ich muss nichts bauen
- Ich muss nichts verbieten
- Ich verdiene Geld
- Ich erziele eine beachtliche verkehrliche Wirkung
 - Ich reduziere den KFZ-Verkehr, schaffe platz für den Umweltverbund und erhöhe die Mobilität
 - Ich steigere die innere Erreichbarkeit des Standorts München
 - Ich trage zur Reduktion von NOx und Feinstaub bei
 - Ich bereichere für den Luftreinhalteplan und liefere ein wichtiges Argument in den Verhandlungen gegenüber der EU wegen Fristverlängerung und vor Gericht im Zuge möglicher Klagen

- Ich schaffe einen attraktiven Bürgerservice
- Ich erziele einen deutlichen persönlichen politischen Vorteil für die Protagonisten
 - Ich bekomme sehr gute Resonanz in den Medien
 - Ich kann mich als Protagonist bei voller Legitimität direkt bei den Bürgern mit Bild persönlich mit einem hochattraktiven Produkt darstellen
- Ich bin wichtiger Bestandteil des Standortmarketings im globalen Wettbewerb:
„München – Metropole der Nachhaltigkeit“
- ... alle diese Aussagen sind evaluiert

- Informationsstand und Werthaltungen bei Entscheidungsträgern in Politik, Verwaltung und bei den Mobilitätsdienstleistern
- Kümmerer und Koordinatoren auf Fachebene
- Lokal spezifisches Konzept
- Innovationsfreude und Kooperationsbereitschaft
- (Un-)Professionelle Umsetzung
- Günstige Gelegenheiten für den Einstieg (Forschungsprojekte...)
- Finanzielle Ressourcen
- Datenschutz
- Belastbare und übertragbare Ergebnisse bezgl. der Wirkung und der Wirtschaftlichkeit

- Einbettung in stimmiges Konzept
 - Plausibel
 - Modular
 - Verzahnt mit allen Beteiligten und anderen Fachplanungen
 - Verkehrsentwicklungsplan
 - Verkehrssteuerung
 - Wirtschaftsförderung (Relocationservices, betriebliche Mobilitätsberatung)
 - Umweltplanung (Luftreinhalteplanung, Lärmaktionsplanung etc.)
 - Stadtplanung
 - Tourismus
 - Integrationsbehörden
 - Regionale Verankerung

Warum hat es in München funktioniert?

- Professionelle Umsetzung
 - Prozessorganisation genau so wichtig, wie Projekt selbst
 - Nicht unbedingt die Billigsten, sondern die Besten nehmen
 - Alles aus einer Hand (beim Direktmarketing)
- Öffentlichkeitsarbeit
- Einzelbetreuung wichtiger Entscheidungsträger



Warum hat es in München funktioniert?

- Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz als oberstes Prinzip der Stadtentwicklung und Mobilitätspolitik
 - Siedlungsstruktur
 - ÖV-Angebot
 - Radverkehrsangebot
 - Nahmobilität
 - Parkraummanagement
 - Selektive Zufahrtsbeschränkungen für den KFZ-Verkehr
 - Umweltorientierte Verkehrssteuerung
- Entschiedenes und konsistentes Auftreten und Handeln der Entscheidungsträger



- Meldedaten
- Glaubwürdigkeit bei Bürgerinnen und Bürgern
 - Autorität und Seriösität
 - Solidarität mit der eigenen Stadt
 - Datenschutz
- Neutralität gegenüber den Mobilitätsdienstleistern und Interessensverbänden
- Bürgerperspektive (Multimodalität)



Vielen Dank!

martin.schreiner@muenchen.de