



# **Standards für Mobilitätszentralen**

Schlussbericht im Rahmen des Projektes

"Standards für den Öffentlichen Verkehr – Instrument zur  
Steigerung der Effizienz und Sicherung der Qualität"

## **Autoren:**

Guido Müller, Sebastian Rabe und Philipp Stierand  
unter Mitarbeit von Jörg Kochmann

## **Auftraggeber:**

Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand,  
Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

## **Herausgeber:**

Institut für Landes- und Stadtentwicklungs-  
forschung des Landes Nordrhein-Westfalen  
Forschungsbereich Verkehr

Dieser Bericht behandelt die Ausgestaltung der Mobilitätszentralen in Deutschland und eine mögliche Standardisierung vor dem Hintergrund einer starken lokalen Differenzierung. Die zusammenfassende Übersicht der Mobilitätszentralen (vgl. Anhang) basiert u. a. auf einer Befragung vom Herbst 2001. Das ILS beobachtet die Entwicklung der Mobilitätszentralen laufend. Eine Aktualisierung dieser Übersicht findet sich ab Herbst 2003 auf der Website der Transferstelle Mobilitätsmanagement unter <http://www.mobilitaetsmanagement.nrw.de>

## Standards für Mobilitätszentralen

<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Ausgangslage</b> .....	<b>11</b>
1.1 Mobilitätszentralen – ein dynamisches und heterogenes Feld .....	11
1.2 Ziele des Projekts .....	12
1.3 Entwicklung von Mobilitätszentralen in Nordrhein-Westfalen.....	12
1.4 Vorteile und Grenzen von Qualitätsstandards .....	13
<b>2. Methodik der Untersuchung</b> .....	<b>15</b>
<b>3. Standards und Empfehlungen</b> .....	<b>17</b>
3.1 Serviceangebot .....	20
3.2 Personal und Qualifikation.....	25
3.3 Trägerschaft und Kooperationen .....	28
3.4 Finanzierung.....	30
3.5 Zugang und Medien.....	32
3.6 Lage.....	34
3.7 Öffnungs- und Sprechzeiten .....	36
3.8 Ausstattung.....	38
3.9 Informationsquellen.....	40
3.10 Außendarstellung.....	42
<b>4. Qualität durch die Orientierung an Prozessen</b> .....	<b>44</b>
<b>5. Umsetzung der Standards</b> .....	<b>48</b>
5.1 Mögliche Umsetzungsstrategien .....	48
Abstimmungsprozesse .....	48
Aufbau eines Netzwerkes der Mobilitätszentralen .....	48
Verankerung in Förderprogrammen .....	49
Gütesiegel für Mobilitätszentralen?.....	51
Qualitätsmanagement bei Mobilitätszentralen.....	51
5.2 Anpassung des Konzepts an lokale Bedingungen .....	52
Aufbaustufen von Mobilitätszentralen.....	52
Mobilitätszentralen im städtischen und ländlichen Raum .....	54
<b>6. Ausblick</b> .....	<b>56</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>59</b>
Literatur	
Verwendete Literatur für das Literaturscreening Mobilitätszentralen	
Weitere zitierte Literatur	
Fragebogen	
Teilnehmer/-innen des Workshops „Standards von Mobilitätszentralen“	
Karte: Mobilitätszentralen in Deutschland	
Tabelle: Mobilitätszentralen in Deutschland	

## Zusammenfassung

### Ausgangslage und Projektziele

- Mobilitätszentralen sind Serviceeinrichtungen, die Informationen und Dienstleistungen rund um die Mobilität anbieten und verkehrsmittelübergreifend bündeln. Sie finden in Deutschland zunehmende Verbreitung, wobei Trägerschaft, Dienstleistungspalette und Rahmenbedingungen bisher sehr unterschiedlich sind. Grundidee des Projektes ist es, den Kunden eine verlässliche Dienstleistungsqualität zu bieten, die zugleich für die Betreiber wirtschaftlich ist.
- Nordrhein-Westfalen bildet mit Mobilitätszentralen in Wuppertal, Münster, Bonn, Hamm und Bielefeld bzw. Servicecentern im Münsterland und Ost-Westfalen einen Schwerpunkt der Entwicklung. Fördermöglichkeiten für Mobilitätszentralen bestehen vor allem im Landesprogramm Sicherheit und Service im ÖPNV.
- Ziele dieses Bausteins, der vom Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS) im Rahmen des Projekts „Standards im Öffentlichen Verkehr“ für das Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen<sup>1</sup> bearbeitet worden ist, sind (a) die Erarbeitung von Qualitätskriterien und Mindeststandards für Mobilitätszentralen, (b) die Entwicklung von Vorschlägen zu deren Umsetzung sowie (c) die Erarbeitung von Empfehlungen für die Förderpraxis in Nordrhein-Westfalen.
- Standardisierung ist ein freiwilliger und offener Prozess, der gemeinsam mit den Akteuren entwickelt wird. Ziel ist die Realisierung von Vorteilen, wie z. B. erhöhter Transparenz und Verbindlichkeit für Kunden und Partner sowie Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit für die Betreiber, ohne durch zu hohe Standards Einstiegshürden aufzubauen oder Innovationen zu unterdrücken.

### Methodik der Untersuchung

- Um die Umsetzungschancen in der Praxis zu erhöhen, erfolgte die Erarbeitung der Mindeststandards in engem Dialog mit den Betreibern. Die Ergebnisse basieren auf einer Literaturanalyse, einer schriftlichen Befragung existierender und geplanter Mobilitätszentralen in Deutschland und einem Projektworkshop. Daneben erfolgte eine erste öffentliche Diskussion zum Thema auf der ILS-Tagung 'Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen' am 7. Dezember 2000. Die Vorschläge sind zum Abschluss mit Trägern nordrhein-westfälischer Mobilitätszentralen rückgekoppelt und überarbeitet worden.

### Standards und Empfehlungen

- Aus Betreibersicht weist eine *Mobilitätszentrale gegenüber einem Kundencenter* eine breitere Angebotsvielfalt, einen Schwerpunkt auf der Beratung und eine stärkere Service- und Kundenorientierung auf.
- Die *Notwendigkeit von Mindestqualitätsstandards* ist unumstritten. 98 % der Befragten stimmen dieser Notwendigkeit zu. Allerdings werden auch Vorbehalte geäußert: 56 % meinen, Mobilitätszentralen seien als lokale Produkte nur schwer zu standardisieren. Die Bereiche Personal/Qualifikation sowie Serviceangebot und Außendarstellung werden am häufigsten als vorrangige Handlungsfelder für die Etablierung von Mindeststandards genannt.

---

<sup>1</sup> Nachfolger dieses Ministeriums ist heute das Ministerium für Verkehr, Energie und Landesplanung des Landes NRW.

- Die folgende Tabelle gibt die Projektergebnisse in Form von *Standards* und *Empfehlungen* in zehn wichtigen Bereichen wieder. Dabei bezeichnen Standards alle Mindeststandards, die von einer vollwertigen Mobilitätszentrale erfüllt werden sollten. Die Empfehlungen sind Ratschläge im Sinne einer „best practice“, die gute, kundenorientierte Lösungen kennzeichnen, welche sich manchmal nur schwer in verbindliche Standards umsetzen lassen.

<b>Handlungsfeld</b>	<b>Standards</b>	<b>Empfehlungen</b>
<b>Serviceangebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ verkehrsmittelübergreifende Information und Beratung („alle Verkehrsmittel der Region“)</li> <li>➤ <i>Öffentlicher Verkehr</i>: Fahrplan, Tarife, individuelle Fahrpläne, Bedarfsverkehre, Service, Kombinationen, Taxi</li> <li>➤ <i>Fahrrad</i>: Routen, Parken, Verleih</li> <li>➤ <i>zu Fuß</i>: Erreichbarkeit, Wege</li> <li>➤ <i>MIV</i>: Car-Sharing, Mietwagen</li> <li>➤ Informationen für Mobilitätsbehinderte</li> <li>▶▶ Verkauf Fahrkarten lokaler/regionaler ÖPNV sowie Schienenfernverkehr</li> <li>▶▶ Organisation bzw. Buchung bedarfsgesteuerter Verkehre (z. B. AST, TaxiBus)</li> <li>▶▶ Ideen- und Beschwerdemanagement</li> <li>▶▶ Öffentlichkeitsarbeit Umweltverbund</li> <li>▶▶ Berücksichtigung der kompletten Servicekette „Information-Beratung-Verkauf“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ stufenweiser Aufbau mit Angebotserweiterung insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Stadt-, Tourismus-, Kultur- und Freizeitinformationen</li> <li>➤ Mobilitätserziehung, Mobilitätsberatung für Schulen</li> <li>➤ Beratung von Betrieben</li> <li>➤ Buchen und Koordinieren von Taxi, Car-Sharing, Fahrgemeinschaften, Mietwagen etc.</li> <li>➤ Service mot. Individualverkehr: Parken, Straßenzustand, Routen</li> <li>➤ Vertrieb touristischer Leistungen</li> <li>➤ Verkauf von Shop-Artikeln</li> </ul> </li> </ul>
<b>Personal/Qualifikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Grundqualifikationen: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Grundlagen Mobilitätsangebot und -nachfrage/-verhalten</li> <li>➤ Kommunikation, Konfliktmanagement</li> <li>➤ Datengrundlagen und -management</li> </ul> </li> <li>▶▶ spezifische Aus- bzw. Weiterbildung</li> <li>▶▶ regelmäßige Fortbildungen/Coaching</li> <li>▶▶ Differenzierung von Zuständigkeiten: Leitung, Servicemitarbeiter/-innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Voraussetzungen der Mitarbeiter/-innen: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicementalität</li> <li>➤ kommunikative und soziale Kompetenz</li> <li>➤ Ortskenntnisse und Ortsidentifikation</li> </ul> </li> <li>▶▶ sorgfältige, unabhängige Personalauswahl</li> <li>▶▶ Teilzeitkräfte für Anpassung an Bedarf</li> <li>▶▶ Weiterentwicklung des spezifischen Berufsbildes „Mobilitätsberater“</li> </ul>
<b>Trägerschaft/Kooperationen</b>	<i>keine</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ engagierter Träger mit genügend Ressourcen für den mittelfristigen Bestand</li> <li>▶▶ Beteiligung des/der lokalen/regionalen Verkehrsunternehmen/s als Regelfall</li> <li>▶▶ Doppelträgerschaft Kommune/Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen sinnvoll</li> <li>▶▶ leistungsfähige Allianzen, um Integrations- und Kommunikationsaufgaben zu meistern</li> </ul>
<b>Finanzierung</b>	<i>keine</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Nutzung von Förderprogrammen bei Investitionen</li> <li>▶▶ Kostenaufteilung zwischen den Kooperationspartnern zur Senkung von laufenden Ausgaben (Synergieeffekte)</li> <li>▶▶ Umlagefinanzierung nach Anteil der Anfragen zum eigenen Produkt</li> <li>▶▶ Sockelfinanzierung durch Aufgabenträger</li> <li>▶▶ einfache Auskünfte in jedem Fall gebührenfrei</li> <li>▶▶ ggf. geringe Gebühren für umfangreiche Beratung sowie Honorare für Consulting</li> </ul>

<b>Handlungsfeld</b>	<b>Standards</b>	<b>Empfehlungen</b>
<b>Zugang/Medien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Dienstleistungen sowohl in persönlicher Beratung als auch über Telefon</li> <li>▶▶ ergänzende Nutzung weiterer Medien wie Fax, E-Mail, Brief</li> <li>▶▶ Internetangebot mit Beschreibung des Leistungsangebots und Kontakt/Erreichbarkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Trennung von persönlichem und telefoni-schem Geschäft bei hoher Anzahl der Kundenkontakte</li> <li>▶▶ Angebot aller Leistungen über Internet und für mobile Endgeräte (Mobiltelefon, Personal Digital Assistant (PDA), etc.)</li> <li>▶▶ Touch-Screen Service oder Infosäulen im öffentlichen Raum oder in SB-Filialen</li> </ul>
<b>Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ zentraler Standort mit guter Erreichbarkeit, insbesondere mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes:</li> <li>▶▶ 1a-City-Lage mit hoher Passantenfrequenz, z. B. Fußgängerzone</li> <li>▶▶ Umsteigeknoten des Öffentlichen Verkehrs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ in Großstädten auch dezentrale Filialen in gut erreichbaren Lagen von Nebenzentren (ggf. in Form von Selbstbedienungsfilialen)</li> </ul>
<b>Öffnungs- und Sprechzeiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ in Anlehnung an allgemeine Geschäftszeiten:</li> <li>▶▶ mindestens zehn Stunden durchgehend (Mo - Fr)</li> <li>▶▶ mindestens fünf Stunden (Sa)</li> <li>▶▶ Telefonerreichbarkeit mindestens 6-22 Uhr (Mo - Sa) und 9-22 Uhr (So)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Sonntagsöffnung insbesondere in Tourismusgebieten und/oder Großstädten</li> <li>▶▶ Telefonservice möglichst 24 Stunden bei ggf. eingeschränktem Leistungsangebot in den Randzeiten</li> </ul>
<b>Ausstattung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ mindestens zwei Beraterplätze</li> <li>▶▶ Sitzmöglichkeit für den Kunden (mit Bildschirmersicht) an mindestens einem Platz</li> <li>▶▶ EDV-Ausstattung, Software und Telefonanlage nach Art der Aufgaben; Internetzugang</li> <li>▶▶ Prospektauslage und Infowände, -säulen oder -bildschirme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ mindestens 30-40 m<sup>2</sup> Nutzfläche (plus Sozialräume)</li> <li>▶▶ separate Sitzecke für Kunden</li> <li>▶▶ Spielecke für Kinder</li> <li>▶▶ Back-Office bzw. weiterer Raum (z. B. für Veranstaltungen)</li> </ul>
<b>Informationsquellen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Prozessmanagement bei der Informationsbeschaffung und -aktualisierung</li> <li>▶▶ elektronische Fahrpläne des Öffentlichen Verkehrs (bundesweit) nach Stand der Technik</li> <li>▶▶ mindestens aktuelle Printmedien zu allen Verkehrsangeboten der Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ möglichst hoher Anteil von Online- bzw. dynamischen Informationen, auch über Intranet</li> <li>▶▶ Etablierung von regionalen Informationsplattformen</li> <li>▶▶ Kooperation mit anderen Leitzentralen, Leitstellen oder Mobilitätszentralen</li> </ul>
<b>Außendarstellung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Nutzung eines bundesweit einheitlichen Namenszusatzes (noch zu entwickeln)</li> <li>▶▶ Nutzung eines bundesweit einheitlichen Symbols (auch für Wegweisung und Stadtpläne) (noch zu entwickeln)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ eigenes Corporate Design oder Einbindung in CD der Trägerorganisation</li> <li>▶▶ Nutzung einer (bundesweit) einheitlichen Telefonnummer (bei Einhaltung von Mindeststandards bei der Auskunft)</li> </ul>

### Qualität durch die Orientierung an Prozessen

- Eine qualitativ hochwertige Dienstleistung ergibt sich nicht allein durch eine additive Sicherstellung der genannten Standards zu einzelnen Aspekten von Mobilitätszentralen. Zum Ziel der Qualitätssteigerung gehört ebenso die *Optimierung der Abläufe*. Prozessoptimierung und eine kontinuierliche Verbesserung sind wichtige Inhalte eines Qualitätsmanagements.
- Die internationale Norm ISO 9000:2000 benennt Prinzipien für ein *Qualitätsmanagement*, welche gut auf Mobilitätszentralen übertragen werden können. Dazu gehören u. a. kundenorientierte Organisation, Führung, Einbeziehung der Mitarbeiter/-innen, Prozessorientierung,

ständige Verbesserung, Entscheidungen auf Basis regelmäßiger Daten. Das in Europa verbreitete EFQM-Qualitätsmodell, welches diese Prinzipien berücksichtigt, ist auch für Mobilitätszentralen anwendbar. Es basiert auf der gleichzeitigen Betrachtung von Menschen, Prozessen und Ergebnissen.

- Als *Einstieg in eine Qualitätspolitik* bei Mobilitätszentralen mit vertretbarem Aufwand werden folgende Elemente vorgeschlagen: (1) Zielplanung (Festlegung von Leitbild, strategischen und operationalen Zielen), (2) Analyse der zentralen Prozesse (Zuständigkeiten und Schnittstellen), (3) Kundenorientierung (Zielgruppendefinition, Beschäftigung mit Kundenerwartungen und -zufriedenheit) (4) Erfolgskontrolle auf Basis der festgelegten Ziele und regelmäßiger Erfolgsmessung.

### Umsetzung der Standards

- Die Vorschläge zu Standards sind weiter mit den Beteiligten abzustimmen. Grundlegend ist die *Diskussion* mit den Betreibern von Mobilitätszentralen sowie normsetzenden Institutionen wie dem Verband der Deutschen Verkehrsunternehmen (VDV) und der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV), die Ausschüsse zu Mobilitätsmanagement und Mobilitätszentralen haben. Die kommunalen Spitzenverbände sollten einbezogen werden, da Kommunen neben der direkten Trägerschaft von Mobilitätszentralen die Verankerung von Qualitätsmerkmalen in Verkehrsentwicklungsplänen und Nahverkehrsplänen zu kommt.
- Eine *bundesweite Vernetzung der Mobilitätszentralen* fördert die Umsetzung und stellt einen Schritt der Professionalisierung dar. Sie ist bei der Entwicklung gemeinschaftlicher Strategien wie einheitlichem Namenszusatz, Symbol oder Telefonnummer von maßgeblicher Bedeutung. Alternative Möglichkeiten sind die Formierung eines Netzwerkes unter dem Dach einer bestehenden Organisation oder der Aufbau einer eigenständigen Organisation.
- Mobilitätszentralen sind auch in Zukunft teilweise auf übergeordnete *Fördermittel* angewiesen. Die Verknüpfung der Vergabe von Fördermitteln an Mindestqualitätsstandards ist ein wirkungsvolles Mittel zur Umsetzung von Standards. Dabei sind Bundes-, Landes- und regionale Ebene angesprochen. Auf Bundesebene sollten die Mobilitätszentralen explizit in den Förderkatalog des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) aufgenommen werden.
- Bisher sind Mobilitätszentralen in Nordrhein-Westfalen z. T. aus dem Landesprogramm „Sicherheit und Service im ÖPNV“ gefördert worden. Grundsätzlich können die in diesem Bericht vorgeschlagenen Standards in das Programm integriert werden. Da das Programm bisher aber wenig verkehrsmittelübergreifend angelegt ist, scheint es empfehlenswerter, für den Bereich der Mobilitätszentralen ein *eigenständiges Programm* aufzulegen, welches der Vielfalt der möglichen Betreibermodelle gerecht würde und gleichzeitig die Wahrnehmbarkeit bei den potenziellen Trägern und in der Öffentlichkeit deutlich erhöht.
- Eine weitere Möglichkeit sind *Förderrichtlinien auf regionaler Ebene*. Hierfür bieten sich die Zweckverbände als Aufgabenträger des ÖPNV bzw. SPNV an, wobei allerdings der verkehrsmittelübergreifende Ansatz gewährleistet werden muss. Vorbilder für eine verbundweite Einrichtung von Mobilitätszentralen sind z. B. der Rhein-Main-Verkehrsverbund oder der Zweckverband Großraum Braunschweig, der ein eigenes Förderprogramm für Mobilitätszentralen aufgelegt und hier entsprechende Richtlinien mit Mindeststandards fixiert hat.
- *Gütesiegel* sind Hilfsmittel bei der Entscheidungsfindung von Kunden. Sie geben aber keine Garantie für eine bestimmte Leistungsgüte der Dienstleistung. Für die Anbieter sind Gütesiegel in erster Linie ein Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb. Da sich Mobilitätszentralen



in ihrer Region in der Regel nicht dem Wettbewerb stellen müssen, erscheint die Entwicklung eines entsprechenden Gütesiegels derzeit nicht vorrangig zu sein.

- Die Einführung eines *Qualitätsmanagements* bei Mobilitätszentralen wird empfohlen. Dabei gibt es auch ohne umfassendes Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9000:2000 Ansatzpunkte für die zielorientierte Entwicklung von Qualitätskriterien und deren kontinuierliche Verbesserung.
- Der *Aufbau von Mobilitätszentralen* geschieht oft in einem schrittweisen Prozess unter Anknüpfung an bestehende Einrichtungen wie Kundencenter. Die Ermöglichung eines weichen Übergangs sollte nicht zur Aufweichung von Standards führen. Für die Kunden muss klar erkennbar bleiben, was von einer Mobilitätszentrale erwartet werden kann. Das Projekt unterscheidet zwei Stufen auf dem Weg zu einer vollen Mobilitätszentrale. Ein Servicecenter konzentriert sich auf den Öffentlichen Verkehr, arbeitet aber unternehmens- und verkehrsträgerübergreifend. Ein erweitertes Servicecenter stellt eine Übergangsstufe dar, bei der erste verkehrsmittelübergreifende Dienstleistungen aufgebaut werden. Eine Mobilitätszentrale schließlich arbeitet komplett verkehrsmittelübergreifend nach den aufgestellten Standards.
- Mobilitätszentralen sind auch im *ländlichen Raum* möglich, wie erste Einrichtungen in kleineren Orten (z. B. Alsfeld oder Jever) zeigen. Die in diesem Projekt entwickelten Standards sind im Hinblick auf Mobilitätszentralen für den städtischen Raum formuliert worden und bedürfen im ländlich-regionalen Kontext einer Modifikation. In der Fläche bietet sich eher ein *dezentrales Konzept* für die Erbringung von Mobilitätsdienstleistungen an, mit der telefonischen Beratung als tragender Stütze. Ein erster Einstieg in eine Mobilitätszentrale kann über die Nutzung und behutsame Erweiterung vorhandener Strukturen (z. B. Bürgerbüros, Kundencenter oder Beratungsstellen) erfolgen. Für ein übergreifendes Konzept mit Qualitätsstandards und für die fachliche Qualifikation der entsprechenden Mitarbeiter/-innen ist in jedem Fall zu sorgen.

### **Empfehlungen für Handlungsschritte des Landes NRW zur Umsetzung der Standards**

#### *Information*

- » Publikation der Standards und Empfehlungen in einer Broschüre
- » Aufnahme von Basisinformationen zu Mobilitätszentralen im Internetangebot des MWMEV
- » Unterstützung einer Informationseinrichtung für weitere Informations- und Beratungsangebote zu Mobilitätszentralen
- » Erarbeitung einer Broschüre zur Qualitätssicherung bei Mobilitätszentralen

#### *Netzwerkbildung*

- » Unterstützung der Netzwerkbildung durch Einberufung einer „Betreiberrunde NRW“
- » Erarbeitung eines landeseinheitlichen Symbols und eines landeseinheitlichen Namenszusatzes
- » Initiative zur bundesweiten Kooperation und Standardisierung z. B. über die Verkehrsministerkonferenz der Länder

#### *Förderung*

- » Initiative zur Ergänzung des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) zur Aufnahme von Mobilitätszentralen als Fördergegenstand bzw. Ergänzung der Förderrichtlinien Stadtverkehr NRW (FöRi-Sta) im gleichen Sinne
- » Auflage eines Förderprogramms „50 Mobilitätszentralen für NRW“ mit expliziter Verankerung der Qualitätsstandards  
alternativ: Erweiterung des Landesprogramms „Sicherheit und Service im ÖPNV“ um verkehrsmittelübergreifende Mobilitätszentralen bei gleichzeitiger Verankerung der Qualitätsstandards

## Ausblick

- Neben dem Thema Qualitätssicherung gibt es weitere Aspekte, welche die Diskussion um die Mobilitätszentralen derzeit bestimmen. Hierzu gehören die *dauerhafte Finanzierung* und Absicherung der Mobilitätszentralen sowie eine *Erfolgskontrolle* bezüglich ihrer Wirkungen.
- Die Kooperation von Kommune/Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen (und ggf. weiterer Partner) spielt eine wichtige Rolle, da eine sich durch Nutzerentgelte selbst finanzierende Mobilitätszentrale nicht realistisch ist. Eine *Umlagefinanzierung* durch die Mobilitätsanbieter, die einen Nutzen aus der Einrichtung ziehen – bei gegebener *Sockelfinanzierung* durch die Aufgabenträger – stellt eine plausible Möglichkeit der mittel- bis langfristigen Finanzierung dar.
- Erste *Evaluationen* zeigen zufriedene Kunden, meist steigende Nutzerzahlen und liefern erste Indizien für einen Umstieg vom Pkw auf den Umweltverbund in der Größenordnung von etwa 5 %. Es fehlen aber flächendeckende Aussagen über die Effekte von Mobilitätszentralen im Sinne von Kosten-Nutzen Rechnungen für die weitere fachliche und politische Diskussion.
- Die Befragungsergebnisse zeigen, dass sich die *positive Dynamik* auch in Zukunft fortsetzen wird. Von 33 Mobilitätszentralen geben 85 % an, dass sie in Zukunft ihr Angebot ausweiten wollen. Zugleich müssen aber auch zwei Drittel ihren Bestand absichern. Dies zeigt, dass sich die Einrichtungen noch nicht voll etabliert haben.
- In Zukunft wird insbesondere der *Verknüpfung von Mobilitätsdienstleistungen mit Freizeit-, Kultur- und touristischen Informationen* eine besondere Bedeutung zukommen. Die Mobilitätszentralen konzentrieren sich bisher stark auf das Kerngeschäft der persönlichen und telefonischen Beratung – die *Einbindung neuer Medien* in den Mobilitätszentralen erfolgt noch zu behutsam. Hier ist in Zukunft zu erwarten, dass Mehrwertdienste und technische Neuentwicklungen stärker als bisher von den Mobilitätszentralen adaptiert werden.
- Die *Gewinnung von Neukunden* sowie ein *besserer Service für Stammkunden* (und deren stärkere Bindung) sind gleichrangig zu verfolgende Ziele für eine Mobilitätszentrale. Die aufgestellten Qualitätsstandards sollen helfen, die Qualität der Mobilitätsdienstleistungen zu stärken, um so den Beitrag der Mobilitätszentralen zu einem nachhaltigen Verkehr zu stützen.

## 1. Ausgangslage

### 1.1 Mobilitätszentralen – ein dynamisches und heterogenes Feld

Die Idee der Mobilitätszentrale, also einer Serviceeinrichtung, die Informationen und Dienstleistungen zum Thema Verkehr und Mobilität kundenorientiert anbietet und diese verkehrsträger-, verkehrsmittel- und unternehmensübergreifend bündelt, verbreitet sich zunehmend. Im Sommer 2001 existieren in Deutschland mindestens 40 Einrichtungen, die unter dem Begriff Mobilitätszentrale arbeiten (vgl. Anhang). Dazu kommen konkrete Planungen und Diskussionen in weiteren Städten und Regionen. In vielen Kommunen und Verkehrsunternehmen ist das Konzept mittlerweile nicht mehr unbekannt. In der Praxis sind Trägerschaft, angebotene Dienstleistungen und organisatorische Rahmenbedingungen aber sehr heterogen. Die Palette reicht vom einfach umbenannten Kundencenter bis zum multimodalen Servicezentrum in kooperativer Trägerschaft. Da Mobilitätszentralen in der Regel aus dem lokalen Kontext heraus entwickelt werden, ist der Wiedererkennungswert landes- bzw. bundesweit eher gering. Grundidee des Projektes ist es, den Kunden eine durchgängig verlässliche Qualität zu bieten, die zugleich für die Betreiber möglichst wirtschaftlich tragfähig ist. Dazu sollen im Folgenden Mindeststandards und weitere Empfehlungen aufgestellt werden.

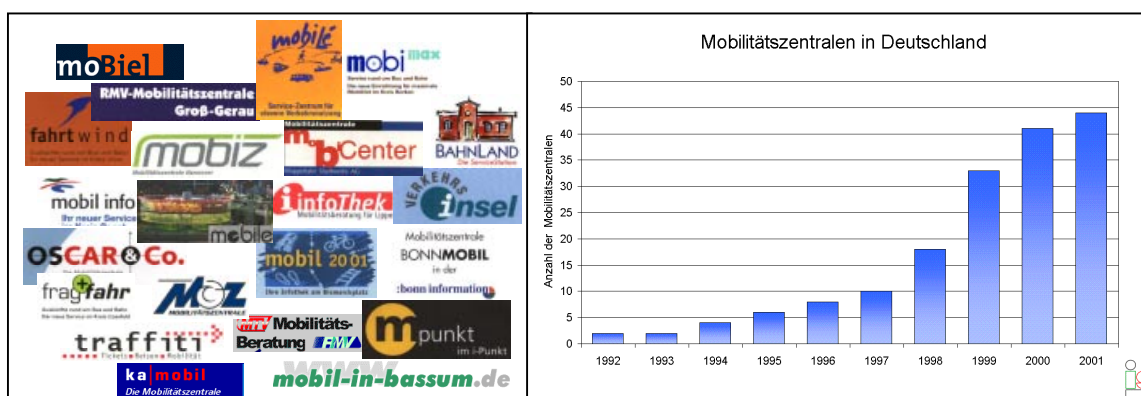


Abb. 1: Vielfalt und Dynamik bei Mobilitätszentralen

(eigene Erhebung)

Bei lokal unterschiedlicher Trägerschaft von Mobilitätszentralen ist ein Verkehrsunternehmen des Öffentlichen Verkehrs (ÖV) oft wesentlicher Partner oder alleiniger Betreiber. Informationen und Ticketverkauf zum Öffentlichen Verkehr bilden weiterhin das Kerngeschäft der Mobilitätszentralen. Eine wichtige Aufgabe einer Mobilitätszentrale ist es zudem, den Dialog Kunde-Berater über das klassische Informationskonzept hinaus zu etablieren, um so die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung auch im Öffentlichen Verkehr zu erhöhen. Derzeit befindet sich der Sektor des Öffentlichen Verkehrs im Umbruch aufgrund der sich ändernden Rahmenbedingungen vor dem Hintergrund eines stärkeren Wettbewerbs und der vermehrten Ausschreibung von öffentlichen Verkehrsleistungen. Relevant für die zukünftige Trägerschaft von Mobilitätszentralen sind zwei mögliche Szenarien. In einem Fall sehen sich die Verkehrsunternehmen eher als umfassende Mobilitätsdienstleister und sind deshalb bemüht, den Kundenservice auch mit Hilfe multimodaler Mobilitätszentralen weiter zu stärken, um durch die besondere Qualität der Dienstleistung im Wettbewerb zu bestehen. Im anderen Fall sehen sich die Verkehrsunternehmen im Bemühen um Kostensenkungen eher als Anbieter reiner Fahrleistungen. In diesem Fall ist die kommunale Ebene als Aufgabenträger und Gestalter städtischer Mobilität stärker gefordert, insbesondere bei der Frage der Trägerschaft von Mobilitätszentralen, aber auch bei der Verankerung von Qualitätskriterien in Nahverkehrsplänen und Ausschreibungen.

In den letzten Jahren ist neben einer verstärkten Umsetzung in die Praxis auch die Arbeit an den zugrunde liegenden Konzepten und zu Standards intensiviert worden. Übergeordnete Institutionen wie der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) gemeinsam mit dem Bundesministerium für Verkehr<sup>2</sup> sowie die Forschungsgesellschaft für das Straßen- und Verkehrswesen (FGSV)<sup>3</sup> haben neue Publikationen zum Mobilitätsmanagement herausgegeben, die sich mit den Mobilitätszentralen befassen.

## 1.2 Ziele des Projekts

Das Projekt „Standards für Mobilitätszentralen“ ist ein Baustein im Rahmen des übergreifenden Projekts zu *Standards im Öffentlichen Verkehr*, welches das Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS) für das Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (MWMEV)<sup>4</sup> in 2000-2002 bearbeitet hat. Ein wichtiger Anknüpfungspunkt für die Arbeiten war die ILS-Veranstaltung zum Mobilitätsmanagement im September 1999, auf der sich ein Diskussionsforum mit der Frage nach den Qualitätsstandards für Mobilitätszentralen auseinandergesetzt hat (vgl. ILS 2000b). Auf dieser Veranstaltung wurde der Entwicklungsstand der Mobilitätszentralen als der bevorstehende Schritt von der Expansionsphase zur Ausreifung gekennzeichnet. Einig waren sich Experten und Publikum über die Notwendigkeit, Mindestqualitätsstandards zu formulieren.

Die Ziele des Projekts „Standards für Mobilitätszentralen“ lauteten wie folgt:

- Erarbeitung von Qualitätskriterien und Mindeststandards für Mobilitätszentralen (z. B. in den Bereichen Angebot, Ausstattung, Personalqualifikation, Standort, Außenauftritt/Kommunikation),
- Entwicklung von Vorschlägen zur Umsetzung der Standards inklusive möglicher gemeinsamer Strategien der Mobilitätszentralen,
- Erarbeitung von Empfehlungen für die Förderpraxis in Nordrhein-Westfalen.

## 1.3 Entwicklung von Mobilitätszentralen in Nordrhein-Westfalen

Nordrhein-Westfalen bildet mit Mobilitätszentralen in Wuppertal, Münster, Bonn, Hamm und Bielefeld bzw. Servicecentern im Münsterland und Ost-Westfalen einen Schwerpunkt der bundesweiten Entwicklung. Die einzelnen Einrichtungen setzen angesichts unterschiedlicher Rahmenbedingungen jeweils eigene Schwerpunkte. So gehört das MobiCenter in Wuppertal zu den ältesten und bekanntesten Mobilitätszentralen und beruht ganz auf der Initiative des lokalen Verkehrsunternehmens. mobilé in Münster und Bonn mobil sind dagegen Beispiele einer kooperativen Trägerschaft von Verkehrsunternehmen und Kommune und erfahren kommunale Akzente in ihren Angeboten und ihrer Organisation. Im Münsterland bzw. Westfalen setzt man auf ein ganzes Netz von Servicecentern (Kamen, Lüdinghausen, Ahaus, Soest, Ibbenbüren und Ahlen), die sich zwar auf das Kerngeschäft im Öffentlichen Verkehr beschränken, aber unternehmensübergreifend angelegt sind.

Finanziell gefördert werden können Mobilitätszentralen durch das Landesprogramm „*Sicherheit und Service im Öffentlichen Personennahverkehr*“ (vgl. Tab. 1), das 1998 mit einem Volumen

---

<sup>2</sup> Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (Hrsg.) (2001): Die Mobilitätsberatung im ÖPNV – ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements. Köln.

<sup>3</sup> FGSV Arbeitskreis 1.6.11 Mobilitätsmanagement (Hrsg.) (2001): Mobilitätsmanagement – Checklisten-Sammlung. Fortschreibung des FGSV Arbeitspapiers Nr. 38 von 1995. (zum Download unter <http://www.umweltbundesamt.de/uba-info-daten/daten/momcheck/index.htm>) sowie Umweltbundesamt (Hrsg.) (2001): Mobilitätsmanagement zur Bewältigung kommunaler Verkehrsprobleme. Berlin.

<sup>4</sup> Nachfolger dieses Ministeriums ist heute das Ministerium für Verkehr, Energie und Landesplanung des Landes NRW

Landesprogramm „Sicherheit und Service im ÖPNV“ NRW	
Laufzeit	1998-2007
Volumen	1998/99: 30 Mio. DM pro Jahr seit 2000: 60 Mio. DM pro Jahr (zuzüglich GVFG-Mittel)
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ÖPNV attraktiver machen durch mehr Sicherheit und Service</li> <li>• Umstieg vom Auto auf Bus und Bahn fördern</li> </ul>
Geförderte Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualifizierung und Einstellung von Service- und Sicherheitsmitarbeitern (bisher über 500)</li> <li>• Einrichtung von Service- und Sicherheitszentralen</li> <li>• Technische Maßnahmen an Haltestellen, in Bahnhöfen und in Fahrzeugen, z. B. Videoüberwachung, Notruf- und Informationssäulen, Anti-Graffiti-Folien, Beleuchtung, Wartehäuschen, ZugCafés</li> <li>• Vertriebs- und Informationssoftware</li> <li>• Marketingmaßnahmen</li> </ul>
Aktuelle Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begleitung aller S-Bahnen in NRW durch Sicherheits- und Servicekräfte nach 19.00 Uhr bzw. ganztägig (S-BahnPlus)</li> <li>• Zentralstelle für Regionales Sicherheitsmanagement und Prävention (ZeRP)</li> <li>• NachtExpressPlus: verkehrsverbundübergreifende Nacht-S-Bahn</li> <li>• Landesweite Nahverkehrsauskunft: die „schlaue Nummer für Bus und Bahn“ (0 18 03) 50 40 30</li> <li>• Mobile Service-Staffeln</li> </ul>
Fördermodalität bei Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degressive Förderung: 40.000 DM in den ersten beiden Jahren, in den Folgejahren pro Jahr 8.000 DM weniger (insgesamt sechs Jahre)</li> <li>• Ausbildung: Kaufmann/Kauffrau für Verkehrsservice bzw. Sicherheits- und Servicefachkraft im ÖPNV</li> </ul>
Geförderte Mobilitäts- bzw. Servicezentralen	mobimax (Ahaus), kreis.verkehr (Ahlen), moBiel Haus (Bielefeld), infoThek (Detmold), Insel (Hamm), Vincent (Ibbenbüren), fahrtwind (Kamen), frag+fahr (Lüdinghausen), mobil info (Soest)
Fazit	Das Programm dient der Verbesserung des ÖPNV und ist zunächst nicht verkehrsmittelübergreifend angelegt. Es bietet allerdings eine gute Grundlage für die Förderung von Mobilitätszentralen, insbesondere was die Möglichkeit der Anschubfinanzierung von Personal und Qualifizierung angeht. Bisher beschränkt sich die Förderung weitgehend auf so genannte Servicezentralen, die verkehrsträgerübergreifend für den ÖPNV arbeiten.

ergänzt nach MWMEV 2000

von zunächst 30 Mio. DM pro Jahr für fünf Jahre gestartet war und mittlerweile vom Volumen verdoppelt und um weitere fünf Jahre verlängert worden ist. Dieses Programm fördert neben technischen Maßnahmen an Haltestellen und Fahrzeugen auch die Einstellung von Sicherheits- und Servicemitarbeitern. Neu geschaffene Arbeitsplätze werden degressiv gefördert. Das Programm ist in erster Linie auf Sicherheitskräfte und begleitende Servicekräfte zugeschnitten, kann aber auch für das Personal von Mobilitätszentralen herangezogen werden. Erstmals ist diese Förderung für die Zentralen in Westfalen in Anspruch genommen worden. Daneben werden im Programm die Einrichtung von Ausbildungsplätzen „Kaufmann/Kauffrau Verkehrsservice“ oder auch die landesweite Telefon-Hotline gefördert, die in Schwachlastzeiten am Abend, in der Nacht und am Wochenende die Versorgungslücke bei der Fahrplan- und Tarifauskunft füllt. Bauliche Maßnahmen können daneben über das Landesprogramm „Moderne Bahnhöfe für NRW“ gefördert werden, falls die Mobilitätszentrale im Bahnhof oder Bahnhofsumfeld eingerichtet werden soll.

Werden Qualitätsstandards in erster Linie von den Aufgabenträgern und Betreibern formuliert und umgesetzt, so ist die Erfüllung übergreifender Mindeststandards ebenfalls im Interesse des Fördermittelgebers, in diesem Fall des Landes. Das gilt in stärkerem Maße, falls die Aktivitäten von Seiten des Landes zunehmen sollten und es zum Aufbau eines flächendeckenden Netzes von Mobilitätszentralen kommt, wie es z. B. auch in der gültigen Koalitionsvereinbarung der derzeit die Landesregierung stellenden Parteien genannt wird.

#### 1.4 Vorteile und Grenzen von Qualitätsstandards

Wie in Baustein 1 des Projekts ausführlich dargestellt (vgl. den ersten Teil dieses Berichts), stellt ein Standard das Ergebnis einer Vereinheitlichung von Produkten oder Prozessen dar, die innerhalb eines Unternehmens, einer Branche, national oder international vereinbart wurde. Ziel der Standardisierung ist im Fall der Mobilitätszentralen die Verbesserung der Eignung ihrer Dienst-

leistungen – also ihrer Qualität. Dienstleistungsqualität aus Kundensicht kann im Sinne der ISO 9000:2000 allgemein definiert werden als der Grad der Übereinstimmung von erwarteter mit erhaltener Leistung (vgl. Norheim 1999). Der Qualitätsmaßstab ist dadurch subjektiv bestimmt.

Generell gilt für Standards, dass sie:

- nicht verpflichtend sind, d. h. ihre Übernahme ist freiwillig,
- sich in einem fortwährenden Prozess entwickeln, der auf Erfahrungen beruht,
- gemeinsam erarbeitet werden und für jeden Anwender zur freien Verfügung stehen.

Für den Bereich der Mobilitätszentralen können sich je nach beteiligter Gruppe verschiedene *Vorteile* durch die Existenz von Mindeststandards ergeben.

- Für *Kundinnen und Kunden* bringen Qualitätsstandards zunächst ein Mehr an Transparenz. Sie können klarer erkennen, welche Dienstleistungen sich mit einer Mobilitätszentrale verknüpfen und wie diese erbracht werden. Zudem erhöht sich die Verbindlichkeit – man kann sich auf den Dienstleister verlassen, auch in der Mobilitätszentrale in einer anderen Stadt.
- Für die *Betreiber* kann eine Standardisierung zur Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit beitragen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn der Gewinn an Qualität einen zentralen Wettbewerbsfaktor darstellt, z. B. bei starker Betonung durch den Aufgabenträger. Auch die Innovationsfähigkeit kann durch die intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Dienstleistung sowie den Austausch von Wissen gestärkt werden. Für die Träger neu einzurichtender Mobilitätszentralen kann es darüber hinaus auch zu Kosteneinsparungen kommen, wenn durch den Standardisierungsprozess auf erprobte Organisationsformen zurückgegriffen werden kann. Dies stellt auch ein Zeichen der Reife des Produktes „Mobilitätszentrale“ dar.
- Für die tatsächlichen und potenziellen *Kooperationspartner* gilt Gleiches wie für die Kunden. Die Einhaltung von Mindeststandards erhöht die Transparenz und die Mobilitätszentrale wird ein verlässlicherer und attraktiverer Partner.
- Aus Sicht der *Förderer* oder *Aufgabenträger* dienen die Standards in erster Linie der Qualitätssicherung. Ein Aufstellen von Standards führt außerdem zur Stärkung der eigenen Position, da überprüfbare Vorgaben gemacht werden können.
- Aus der Vogelperspektive des *Gesamtsystems Verkehr* dienen Standards der besseren Vergleichbarkeit der einzelnen Mobilitätszentralen. Bei zunehmender Verbreitung von Mobilitätszentralen helfen Standards, die Wahrnehmbarkeit und Nutzung von Mobilitätszentralen zu verbessern – mit dem Ziel eines verträglicheren Verkehrs.

Ein Standardisierungsprozess ist jedoch nicht per se vorteilhaft. Er birgt *Risiken* und erreicht Grenzen bei zu rigoroser Anwendung. Ein häufig genannter Kritikpunkt gerade auch bei Mobilitätszentralen ist, dass über zu hohe Standards Einstiegshürden aufgebaut werden. Mobilitätszentralen sind noch nicht am Verkehrsmarkt etabliert und erfordern zu ihrer Verbreitung ein breites Engagement. Zu strenge Vorgaben laden nicht dazu ein, die Aufwertung beispielsweise eines Kundencenters zu erwägen. Zudem wird durch die kleinteilige Festlegung auf Standards der lokale Gestaltungsspielraum eingeschränkt. Wo im positiven Sinne Transparenz und Sicherheit erhöht werden, kann eine Standardisierung auch zu Monotonie und Gleichförmigkeit führen. So können im ungünstigsten Fall Innovationen unterdrückt werden, da enge Standardsetzung keinen Spielraum lässt. Qualitätsstandards können in bestimmten Bereichen zudem kostenwirksam sein, wie z. B. in den Bereichen Öffnungszeiten oder der Breite des Leistungsangebots.

Insgesamt ergibt sich für das Projekt daraus der Auftrag, die Balance bei der Formulierung der Standards zu halten. Auf der einen Seite müssen sie so stringent sein, dass sich Qualitätsgewinne für die Kunden ergeben und sie auf Akzeptanz bei den Trägern stoßen. Auf der anderen Seite dürfen die Standards keine unnötigen Einstiegshürden für die Betreiber aufbauen.

## 2. Methodik der Untersuchung

Um von einer realistischen Basis auszugehen und um die Umsetzungschancen in der Praxis zu erhöhen, bedarf die Erarbeitung von Mindeststandards für Mobilitätszentralen der Einbindung der Betreiber in den Prozess der Aufstellung. Der enge Dialog mit den Betreibern ist somit zentrales Merkmal der Methodik des Projekts.

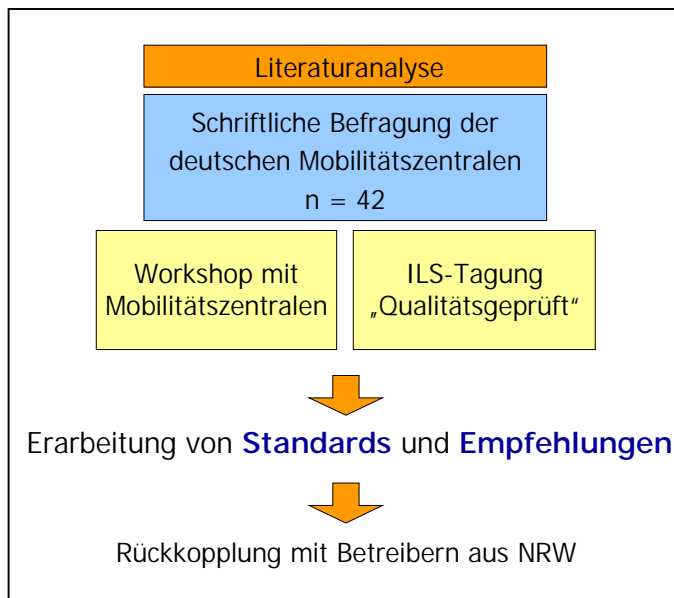


Abb. 2: Ablauf des Projekts

Abbildung 2 zeigt die einzelnen Elemente, die zur Aufstellung dieser Standards und Empfehlungen herangezogen worden sind. Den Ausgangspunkt des Projekts bildete eine Literaturanalyse. Die allgemeine Literatur zu Mobilitätszentralen ist unter dem Aspekt der Generierung von Standards und allgemeinen Empfehlungen analysiert worden. Dabei folgte die Analyse den wichtigsten Handlungsfeldern bei Mobilitätszentralen (vgl. Gliederung von Kapitel 3). Aus der Literaturanalyse ist im zweiten Schritt eine Synopse erstellt worden, deren Ergebnisse in Kapitel 3 eingeflossen sind. Die Liste der insgesamt verwendeten Literatur findet sich im Anhang.

Um einen aktuellen Überblick über den Stand der Mobilitätszentralen in der Praxis zu gewinnen, wurde im August/September 2000 eine *schriftliche Befragung* der deutschen Mobilitätszentralen durchgeführt. Sie diente zum einen dazu, Details über die interne Organisation der Mobilitätszentralen zu erheben, die bisher nicht öffentlich zugänglich waren (z. B. in den Bereichen Personal/Qualifikation, Ausstattung, Informationsquellen, Nutzung), zum anderen, um die dem ILS vorliegenden Informationen zu Leistungsangebot, Trägerschaft etc. auf den neuesten Stand zu bringen. Die Vollerhebung umfasste 52 laufende oder konkret geplante Einrichtungen. Der Rücklauf war mit 42 ausgefüllten Fragebögen (= 81 %), darunter von 35 existierenden und sieben geplanten Einrichtungen, erfreulich hoch, was auch auf das allgemeine Interesse an der Thematik schließen lässt. Der Fragebogen umfasste 24 überwiegend geschlossene Fragen, u. a. zu den Themenbereichen Leistungsangebot, Trägerschaft, Standort, Öffnungszeiten, Ausstattung, Personal und Werbung. Ein längerer Abschnitt war explizit den Themen Standards und Vernetzung gewidmet. Der vollständige Fragebogen befindet sich im Anhang.

Ein erster Schritt des Projekts in die öffentliche Diskussion stellte die am 7. Dezember 2000 in Dortmund gemeinsam mit dem Verband der Deutschen Verkehrsunternehmen (VDV) und der Verbraucherzentrale NRW durchgeführte Fachtagung „*Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen*“ dar. Etwa 100 Teilnehmer/-innen aus Mobilitätszentralen, Verkehrsunternehmen, Kommunen, Beratungsbüros, Politik und Wissenschaft widmeten sich den Fragen nach der Möglichkeit von Standards und der Sicherstellung von Qualität. Dabei wurden erste Thesen des Projekts vorgestellt, aber auch andere Bereiche behandelt wie etwa das Qualitätsmanagement oder Marketing. Die Vorträge der Fachtagung sind als ILS-Schrift 178 veröffentlicht worden.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (2001): *Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen*. ILS-Schrift 178. Dortmund. (ISBN 3-8176-6178-9)



Zentraler Projektbestandteil war ein praxisorientierter *Workshop* am 8. Dezember 2000. Hier diskutierten 30 Teilnehmer/-innen, darunter Vertreter von etwa 20 Mobilitätszentralen sowie weitere Fachleute, über das Thema „Standards“. Im Mittelpunkt stand dabei die Entwicklung von Standards für die Bereiche Serviceangebot, Personal und Qualifizierung, Außendarstellung sowie Zugänglichkeit, Standort und Öffnungszeiten. Weitere Themen waren die übergeordneten Rahmenbedingungen wie Landes- oder Bundesförderung und die Umsetzung von Standards. Dabei wurde auch der Gedanke eines bundesweiten Netzwerkes von Mobilitätszentralen erörtert. Die Beteiligung eines breiten Spektrums deutscher Betreiber (sowie internationaler Gäste aus Graz und Prag) ermöglichte den Erfahrungs-Transfer nach Nordrhein-Westfalen.

In einer anschließenden Bewertungsphase sind die Ergebnisse der Literaturanalyse, der Befragung und vor allem des Workshops zusammengefasst und zu Empfehlungen verarbeitet worden. Um auch in diesem Stadium die Praxisnähe zu garantieren, sind die Ergebnisse in einem weiteren Gespräch mit einigen Trägern nordrhein-westfälischer Mobilitätszentralen rückgekoppelt worden.

Da es sich bei der Etablierung von Standards um einen kooperativen Prozess handelt, sind weitere Aktivitäten auch nach Ende des Projekts vorgesehen; das ILS beabsichtigt, als Transferstelle für Mobilitätsmanagement die Diskussion mit den relevanten Akteuren weiterzuführen. Die Themen Vernetzung und Förderpraxis sind dabei für die Umsetzung von Bedeutung. Kapitel 5 enthält Ausführungen zur weiteren Umsetzung von Standards.



### 3. Standards und Empfehlungen

Mobilitätszentralen sollen den Service im Verkehrsbereich und bei der Kombination verschiedener Verkehrsmittel verbessern und dazu beitragen, dass Nutzer der nachhaltigen Verkehrsmittel in ihrem Verhalten unterstützt werden bzw. – vor allem alleinfahrende – Pkw-Nutzer verstärkt auf andere Verkehrsmittel umsteigen. Sind die Mobilitätszentralen von der Art der Tätigkeiten mit Kundencentern von Verkehrsunternehmen verwandt, so sollte das Spektrum ihrer Arbeit und die Breite der angebotenen Informationen und Dienstleistungen darüber hinaus gehen. In der Befragung haben die Betreiber zum Unterschied zwischen ihrer Mobilitätszentrale und einem Kundencenter Stellung genommen. Die 42 Antworten lassen sich zu drei Kernaussagen verdichten (vgl. Abb. 3):

1. **Angebotsvielfalt:** Die häufigste Zahl der Nennungen bezieht sich auf die Breite des Angebots. Dabei wird in erster Linie auf die Angebotsverknüpfung und die verkehrsmittel- und verkehrsträgerübergreifenden Leistungen abgezielt. Daneben werden aber auch regionsübergreifende und themenübergreifende Aspekte (insbesondere die Bündelung von Verkehr und Tourismus) angesprochen.
2. **Beratung:** Viele Mobilitätszentralen sehen ihren Schwerpunkt in der Beratungstätigkeit. Diese wird als unabhängig (unternehmensneutral), umfassend (komplette Wegeketten) und individuell bezeichnet.
3. **Höhere Standards:** Mehrere Nennungen beziehen sich auf die besondere Service- und Kundenorientierung der Mobilitätszentralen. Dies kann auf einen besseren Service im Sinne längerer Öffnungszeiten, einer ruhigeren Atmosphäre, der Rund-um-Beratung oder auch auf eine andere Qualifikation der Mitarbeiter abzielen.



Abb. 3: Differenzierungsmerkmale einer Mobilitätszentrale im Vergleich zum Kundencenter

Daneben wird in Einzelnen die Rolle der Mobilitätszentrale als besonderes Marketinginstrument für die Promotion umweltfreundlicher Verkehrsdienstleistungen oder die Gewinnung von Neukunden genannt.

So stimmen 70 % der Befragten der These zu, dass ein „herkömmliches“ Kundencenter Etikettenschwindel betreibt, wenn es sich mit dem Namen Mobilitätszentrale schmückt. Gleichwohl sind aber auch 70 % der Meinung, dass ein Kundencenter des Öffentlichen Verkehrs ein

guter Ansatzpunkt für den Aufbau einer Mobilitätszentrale ist.

Die Notwendigkeit von Mindestqualitätsstandards ist unumstritten. 98 % der Befragten stimmen dieser Notwendigkeit zu (siehe Abb. 4). Allerdings werden auch Bedenken geäußert, denn 56 % meinen, dass Mobilitätszentralen als lokale Produkte nur schwer zu standardisieren seien. Keine eindeutige Meinung ergibt sich dagegen bei der Frage, ob die ungesteuerte Entwicklung dazu beiträgt, die Vielfalt bei den Mobilitätszentralen zu bewahren.

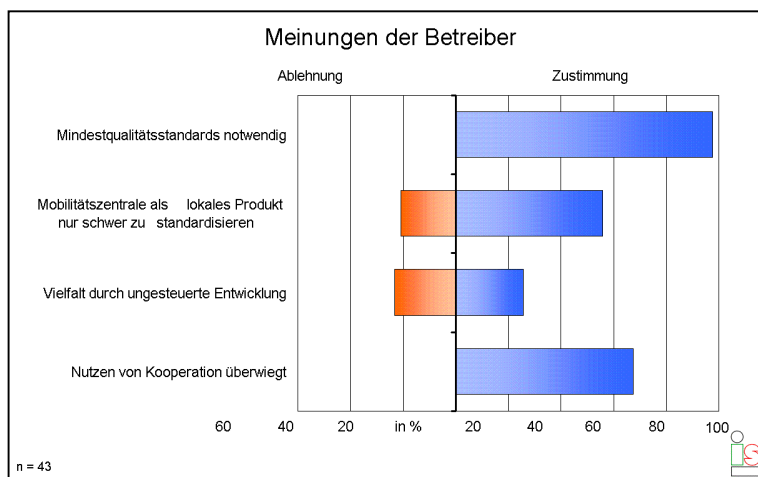


Abb. 4: Meinungen der Betreiber zu Standards und Kooperationen (eigene Erhebung)

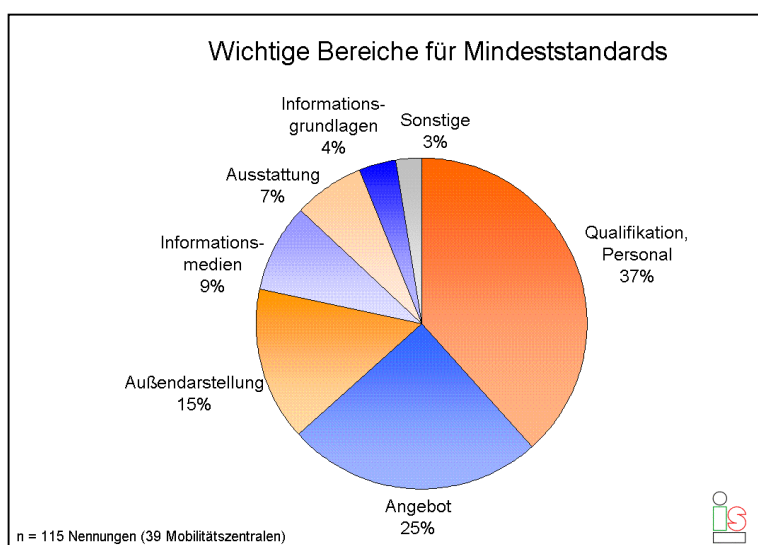


Abb. 5: Wichtige Bereiche für Mindeststandards (eigene Erhebung)

In der Befragung ist nach den vorrangigen Handlungsfeldern für die Etablierung von Mindeststandards gefragt worden. Die Antworten spiegeln die Prioritäten aus Sicht der Betreiber wider (siehe Abb. 5). Dabei wurde der Aspekt Personal und Qualifikation am häufigsten genannt. Andere als wichtig genannte Bereiche sind das Serviceangebot und die Außendarstellung. Auffallend ist, dass alle drei Spitzenreiter Schnittstellen zum Kunden darstellen, also die Bereiche umfassen, die das Gesicht einer Mobilitätszentrale ausmachen.

Auf der Basis der Literaturanalyse, der Befragungs- und der Workshopergebnisse werden im Folgenden die verschiedenen Handlungsfelder auf Möglichkeiten und Grenzen der Standardisierung untersucht. Dabei werden in den blauen Kästen am Ende jedes Handlungsfeldes zusammenfassend konkrete Vorschläge für Standards und Empfehlungen gemacht, die der folgenden Systematik folgen:

- » **Standards** bezeichnen alle Mindeststandards, die von einer vollwertigen Mobilitätszentrale erfüllt werden sollten. Dabei handelt es sich jeweils um das erforderliche Minimum – eine angemessene Lösung vor Ort kann in vielen Fällen darüber hinausgehen.
- » **Empfehlungen** stellen Aussagen dar, die sich aus der Arbeit am Projekt als Ratschläge im Sinne einer „Best Practice“ herauskristallisiert haben. Diese kennzeichnen gute, kundenorientierte Lösungen, die sich aber schwer in allgemeine Mindeststandards umsetzen lassen.

In der Praxis werden Mobilitätszentralen häufig stufenweise aufgebaut, so dass verschiedene Zwischenstufen der Entwicklung existieren. Die Skala zwischen einem Kundencenter und einer Mobilitätszentrale verläuft dabei eher graduell. Zudem ist es häufig schwierig, unter den bestehenden lokalen Rahmenbedingungen eine vollwertige Mobilitätszentrale aufzubauen. Dies führt dazu, dass auch bei der Frage der Standardisierung in Stufenlösungen gedacht werden muss. Neben den allgemeinen Standards und Empfehlungen widmet sich deshalb ein Abschnitt in Kapitel 5 den Zwischenlösungen in Form von erweiterten Servicecentern. Diese stellen eine Vorstufe

zu den Mobilitätszentralen dar, mit eingeschränktem, eher ÖPNV-bezogenem Leistungsangebot, sind aber in der Entwicklung weiter als rein unternehmensbezogene Kundencenter.

Die einzelnen Handlungsfelder behandeln bausteinartig die wesentlichen relevanten Elemente einer Mobilitätszentrale. Aus Sicht von Betreibern, Kooperationspartnern und Förderern lässt sich hieraus das vollständige Produkt zusammensetzen. Beim Bemühen um Qualität und deren Sicherung – eines der Hauptziele der Standardisierung – muss eine derartige, additive Sichtweise ergänzt werden um eine mehr prozessorientierte Sicht. Diese aus dem Qualitätsmanagement übernommene Herangehensweise ermöglicht den Blick auf die Abläufe bei der Erbringung der Mobilitätsdienstleistungen mit dem Ziel einer kontinuierlichen Verbesserung von Prozessen. In Anlehnung an das EFQM-Modell der European Foundation for Quality Management werden in einem gesonderten Abschnitt Fragen der Führung, der Ziele und Strategien oder der Erfolgsmessung angesprochen. Bewährte Verfahren aus dem Qualitätsmanagement können dazu beitragen, dass die durch Standards erreichte Qualität gehalten und möglichst verbessert werden kann (vgl. Kapitel 4).

### 3.1 Serviceangebot

Die mögliche Angebotspalette steht seit der Konzeptionierung und Umsetzung der ersten Mobilitätszentralen im Mittelpunkt der Fachdiskussion, da gerade die Verknüpfung bekannter bzw. das Angebot neuartiger Mobilitätsdienstleistungen das Wesen der neuen Einrichtung ausmacht. Das Serviceangebot wird in der *Literatur* dementsprechend am ausführlichsten behandelt. Dabei stehen die möglichen Angebote im Mittelpunkt – häufig in Grund- und Ergänzungsangebote unterschieden – weniger die Mindeststandards.

Bei Fiedler (1992, 1999) hat die Mobilitätszentrale aufgrund ihres Anknüpfungspunktes „Organisation von Bedarfsverkehren“ die folgenden vier Kernaufgaben:

- unternehmensneutrale Auskünfte zu öffentlichen Verkehrsangeboten,
- Vermittlung von Fahrgemeinschaften,
- Organisation bedarfsorientierter Bedienungsformen,
- Weiterleitung von Anregungen und Beschwerden.

Das gleiche Spektrum nennt auch die Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV 1995). Auch der Deutsche Städte- und Gemeindebund legt Wert auf systemneutrale Auskünfte und Mitteilungen zur Verkehrslage (DStGB 1994). Kinder/Schäfer-Breede (1998) entwerfen ein differenziertes Aufbauszenario, wobei ÖPNV-Informationen, einfache Betriebsberatung, kombinierte Verkehrsmittelnutzung und zeitweise Autonutzung die Einstiegsbausteine darstellen. Das Grundangebot umfasst Informationen zum Umweltverbund und zur zeitweisen Autonutzung sowie Gepäckaufbewahrung und Warentransport, betriebliche Mobilitätsberatung, Öffentlichkeitsarbeit und Beteiligung sowie Weiterbildung. Erweiterungsmöglichkeiten bestehen z. B. beim Consulting oder der umfassenden Reiseplanung.

Die EU-Projekte MOMENTUM und MOSAIC haben die Vorschläge zu sechs Kernfeldern von potenziellen Mobilitätsdienstleistungen zusammengefasst (vgl. ILS/ISB 2000 und Müller 2000):

- Information und Beratung,
- Consulting,
- Public Awareness und Bildung,
- Verkauf und Reservierung,
- Transportorganisation und -koordination,
- neue Mobilitätsprodukte und Serviceangebote.

Wichtig ist allen Autoren gleichermaßen, dass in der Mobilitätszentrale die Komponenten „Informieren“ und „Organisieren“ integriert werden und dabei ein verkehrsmittelübergreifender Ansatz verfolgt wird (vgl. z. B. Bäumer et al. 1999). Den ersten Versuch, Mindeststandards für Mobilitätszentralen zu formulieren, unternahm der 1997 in den neuen Bundesländern gegründete Förderkreis für Mobilitätszentralen und Mobilitätsmanagement (MzM). Danach sollten Informationen zu allen im Einzugsbereich vorkommenden Verkehrsmitteln gegeben werden sowie eine qualifizierte, verkehrsmittelübergreifende Beratung stattfinden (MzM 1997) – hier liegt also ein deutlicher Schwerpunkt auf Information und Beratung.

Auch der aktuelle Leitfaden des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV/BMVBW 2001) beschäftigt sich ausführlich mit dem Leistungsangebot einer Mobilitätszentrale. Hier wird zwischen Kern- und optionalen Dienstleistungen unterschieden. Zu den Kernangeboten zählen:

- individuelle Information und Beratung über (möglichst) alle lokalen, regionalen und überregionalen Mobilitätsdienstleistungen (inklusive Serviceleistungen und Informationen für Mobilitätsbehinderte),
- Vertrieb von Mobilitätsangeboten (Verkauf und Reservierung),

- Buchung von Bedarfsverkehren (z. B. AST, TaxiBus) und Car-Sharing,
- Annahme von Kundenresonanz (Anregungen und Beschwerden).

Als sinnvolle Ergänzungen werden Angebote in den folgenden Bereichen gesehen:

- Information und Beratung, z. B. Kostenvergleiche, Öffentlichkeitsarbeit, Routenplanung, Freizeit- und Kulturinformationen,
- Koordinieren von Bedarfsverkehren: Fahrgemeinschaften, Car-Sharing, Mietwagen, Taxi,
- Vertriebsleistungen: Veranstaltungstickets, touristische Angebote, Hotel- und Zimmervermittlung, Shop-Artikel.

In der *Befragung* im Rahmen des ILS-Projekts ist das derzeitige und geplante Serviceangebot der existierenden Mobilitätszentralen differenziert erhoben worden. Dabei wurden über 50 Einzeldienstleistungen in fünf Bereichen angesprochen (vgl. Abb. 6a und 6b sowie den Fragebogen im Anhang). Die gewählten Strukturierungskategorien (Information und Beratung; Consulting; Verkauf und Reservierung; Öffentlichkeitsarbeit, Awareness und Bildung sowie Transportorganisation und -koordination) basieren auf der MOMENTUM/MOSAIC-Gliederung. Dabei stellt Information und Beratung eine kurze und spezifische Interaktion zwischen Berater und Kunde auf Basis eines konkreten Kundenanliegens dar. Beim Consulting hingegen werden umfassendere Konzepte unterbreitet unter Berücksichtigung individueller oder standortspezifischer Besonderheiten wie z. B. bei der Beratung von Betrieben oder Schulen.

Die Befragung offenbarte, dass bei einem breiten Spektrum an insgesamt angebotenen Dienstleistungen, nur wenige Kernleistungen existieren, die von den meisten Mobilitätszentralen offeriert werden. Zu diesen gehören die Informationen zum Öffentlichen Verkehr in sämtlichen Formen, der Verkauf von Fahrkarten für den lokalen/regionalen Verkehr, der Verkauf von Karten oder Shop-Artikeln, das Beschwerdemanagement und die Durchführung von Kampagnen, die von mindestens 60 % der befragten Mobilitätszentralen angeboten werden. Informationen zu anderen Verkehrsmitteln bzw. Stadt- und Tourismusinformationen werden lediglich von 37-51 % der Mobilitätszentralen offeriert. Weitere Dienste, die häufiger angeboten werden: Informationen

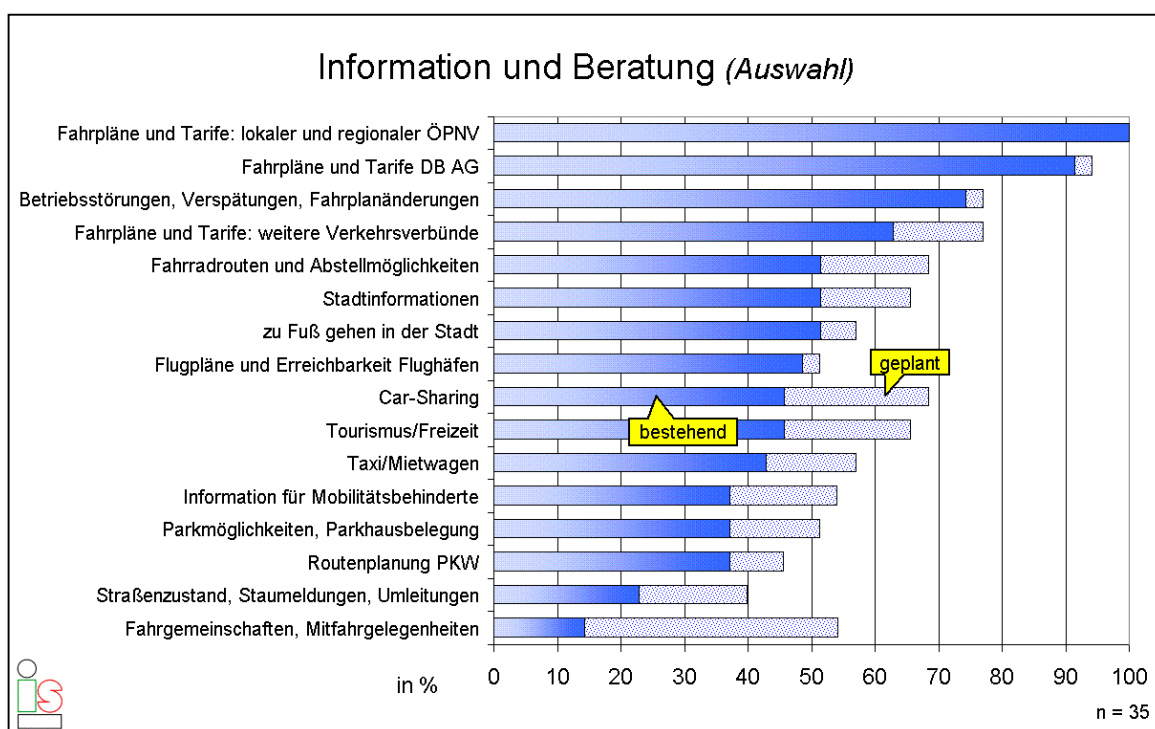


Abb. 6 a: Bestehende und geplante Serviceangebote von Mobilitätszentralen

(eigene Erhebung)

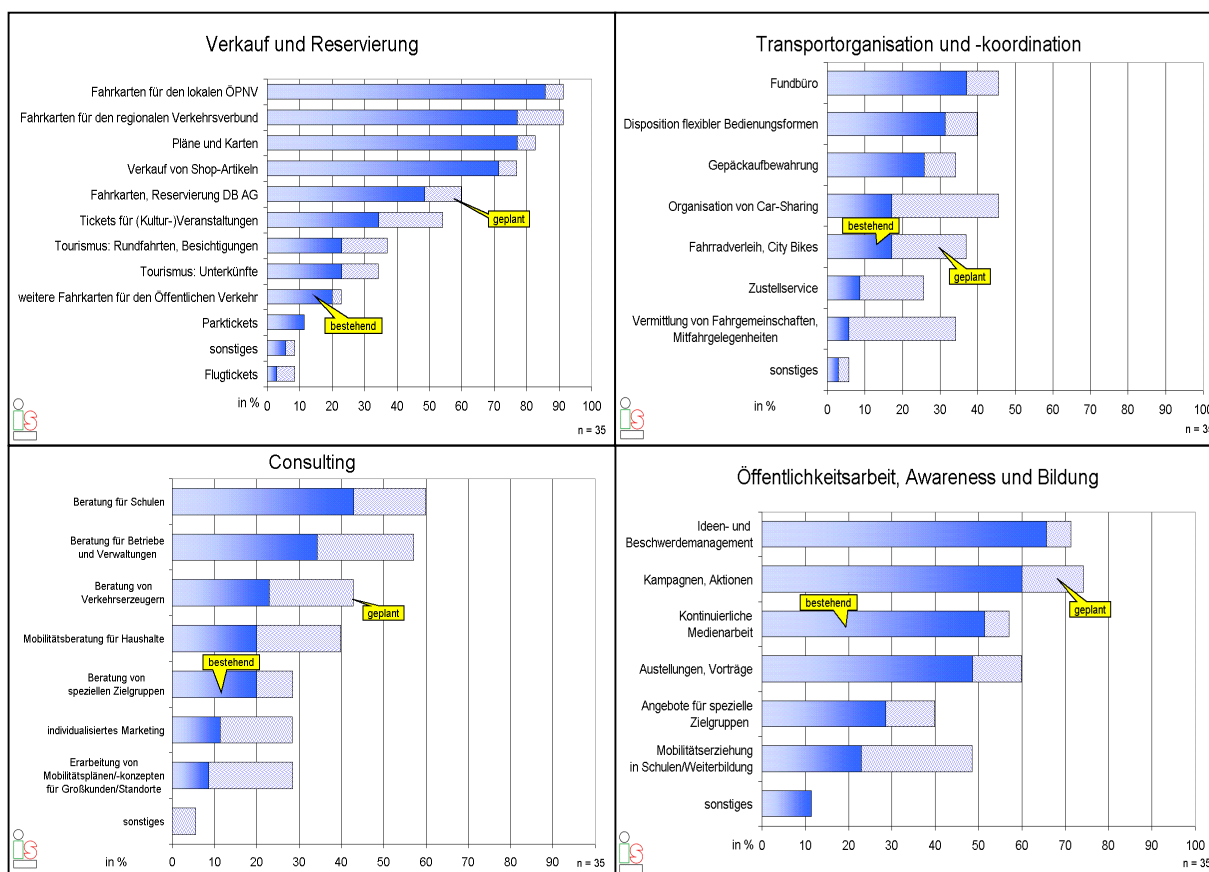


Abb. 6 b: Bestehende und geplante Serviceangebote von Mobilitätszentralen

(eigene Erhebung)

zum motorisierten Individualverkehr (Parken, Routen, Straßenzustand) 23-37 %; Beratung für Schulen 43 %, für Betriebe 34 %; Disposition flexibler Bedienungsformen 31 %, kontinuierliche Medienarbeit 43 %, Ausstellungen/Vorträge 41 %. Spitzenreiter bei den geplanten Dienstleistungen sind die Fahrgemeinschaftsvermittlung (29 % bzw. 40 % Informationen über Fahrgemeinschaften) und die Beratung von Betrieben, Schulen oder Haushalten (~20 %).

Zusammenfassend heißt dies, dass in den Kernfeldern Information/Beratung, Verkauf/Reservierung und Öffentlichkeitsarbeit quasi alle Mobilitätszentralen aktiv sind. Transportorganisation oder -koordination betreiben lediglich zwei Drittel.<sup>6</sup> Consulting betreibt etwa die Hälfte der Mobilitätszentralen.

Auf dem *Projektworkshop* kristallisierte sich folgendes Kernangebot heraus:

- Informationen zum öffentlichen und nichtmotorisierten Verkehr,
- Informationen zu weiteren Verkehrsangeboten,
- Verkauf entsprechender Fahrkarten,
- Organisation flexibler Bedienungsformen,
- Beschwerdemanagement,
- Öffentlichkeitsarbeit.

Die Mobilitätszentrale sollte immer die Kette Information-Beratung-Verkauf abdecken und deshalb z. B. auch DB-Fahrkarten im Angebot haben. Die Dienstleistungen rund um das Auto bedürfen einer differenzierten Betrachtung. Zum einen sollten innerhalb des Feldes Leistungen definiert werden, die bestehende Dienstleistungen sinnvoll ergänzen (z. B. Informationen über Park-

<sup>6</sup> Unter diese Kategorie wird hier auch das Fundbüro gefasst, welches bei einigen Mobilitätszentralen die einzige Dienstleistung im Bereich Transportorganisation/-koordination ist.

möglichkeiten oder Autoumweltliste), zum anderen ist die Zielgruppe der Autofahrer/-innen so inhomogen, dass bestimmte Teilgruppen ausgewählt werden sollten (z. B. Gelegenheitsfahrer, Pendler), die dann über andere Wege (z. B. Ansprache über Betrieb oder Schule) leichter erreicht werden können.

Als wichtigste Ergänzungsangebote, die bei der Ausrichtung einer Mobilitätszentrale zu berücksichtigen sind bzw. ortsspezifisch modifiziert zum Einsatz kommen sollten, wurden genannt:

- Stadt- und Tourismusinformationen,
- Mobilitätserziehung (und Mobilitätsberatung für Schulen),
- kontinuierliche Pressearbeit.

Weiterhin gibt es eine Reihe von Angeboten, die als wichtig eingestuft worden sind:

- Informationen für Mobilitätsbehinderte,
- Verkauf von Rad- und Freizeitkarten,
- Organisation von Taxi- und Mietwagendiensten,
- Mobilitätsberatung für Betriebe.

### ***Standards und Empfehlungen***

Das *Mindestangebot* einer vollwertigen Mobilitätszentrale sollte folgende Dienstleistungen umfassen: Kernleistung ist und bleibt die multimodale (= verkehrsmittelübergreifende) Information und Beratung. Berücksichtigt werden sollten alle in der Region vorkommenden Verkehrsmittel. Die Informationen umfassen für den Öffentlichen Verkehr die Bereiche Fahrplan, Tarife, individuelle Fahrpläne, Bedarfsverkehre, Service, Kombinationen mit anderen Verkehrsmitteln und Informationen zur Taxinutzung. Für die Fahrradnutzung sollten mindestens Informationen über Routen, Parken und Verleihe vorgehalten werden. Erreichbarkeiten und Wege für Fußgänger/-innen sowie Informationen zu Car-Sharing und Mietwagen runden diesen Komplex ab. Außerdem sollten alle wichtigen Informationen für Mobilitätsbehinderte vorgehalten werden. Weiteres Standbein ist der Verkauf der entsprechenden Fahrkarten des lokalen und regionalen ÖPNV sowie des Schienenfernverkehrs (DB AG und andere), um den Kunden einen kompletten Service „Information-Beratung-Verkauf“ bei nur einem Stopp zu bieten („one-stop-shopping“). Im Bereich der Transportorganisation sollte – falls vorhanden – die Buchung bedarfsgesteuerter öffentlicher Verkehre wie AST oder TaxiBus in der Mobilitätszentrale stattfinden. Dazu kommen als weitere Mindestleistungen ein Ideen- und Beschwerdemanagement (sowohl Annahme als auch Bearbeitung der Kundenwünsche) sowie ein eigener Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit für die nachhaltigen Verkehrsmittel (Fuß, Fahrrad, ÖPNV, Car-Sharing).

Alle Angebotserweiterungen über das Kernangebot hinaus sollten nicht als verbindliche Standards aufgestellt werden. Lokale Rahmenbedingungen (z. B. Ressourcen, Kooperationspartner, Angebote weiterer Servicestellen) sowie lokale Zielsetzungen und Bedürfnisse beeinflussen die Ausrichtung einer Mobilitätszentrale. *Empfehlenswert* ist der stufenweise Aufbau mit entsprechenden Angebotserweiterungen. Dabei sollten folgende Serviceleistungen vorrangig in Betracht gezogen werden: Stadt-, Tourismus-, Kultur- und Freizeitinformationen; Mobilitätserziehung, Mobilitätsberatung für Schulen; Beratung von Betrieben; Buchen und Koordinieren von weiteren Bedarfsverkehren (Taxi, Car-Sharing, Fahrgemeinschaften, Mietwagen); erweiterter Service im motorisierten Individualverkehr (Parken, Straßenzustand, Routen); Vertrieb touristischer Leistungen, Verkauf von Shop-Artikeln.



<b>S e r v i c e a n g e b o t</b>	
<b>Standards</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶▶ multimodale (= verkehrsmittelübergreifende) Information und Beratung („alle Verkehrsmittel der Region“)</li><li>➤ Öffentlicher Verkehr: Fahrplan, Tarife, individuelle Fahrpläne, Bedarfsverkehre, Service, Kombinationen, Taxi</li><li>➤ Fahrrad: Routen, Parken, Verleih</li><li>➤ zu Fuß: Erreichbarkeit, Wege</li><li>➤ MIV: Car-Sharing, Mietwagen</li><li>➤ Informationen für Mobilitätsbehinderte</li><li>▶▶ Verkauf von Fahrkarten des lokalen/regionalen ÖPNV sowie des Schienenfernverkehrs (DB AG)</li><li>▶▶ Berücksichtigung der kompletten Servicekette „Information-Beratung-Verkauf“</li><li>▶▶ Organisation bzw. Buchung bedarfsgesteuerter öffentlicher Verkehre (z. B. AST, TaxiBus)</li><li>▶▶ Ideen- und Beschwerdemanagement</li><li>▶▶ Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit für den Umweltverbund</li></ul>	
<b>Empfehlungen</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>▶▶ stufenweiser Aufbau mit Angebotserweiterung insbesondere in den Feldern:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Stadt-, Tourismus-, Kultur- und Freizeitinformationen</li><li>➤ Mobilitätserziehung, Mobilitätsberatung für Schulen</li><li>➤ Beratung von Betrieben</li><li>➤ Buchen und Koordinieren von weiteren Bedarfsverkehren (Taxi, Car-Sharing, Fahrgemeinschaften, Mietwagen)</li><li>➤ erweiterter Service im motorisierten Individualverkehr (Parken, Straßenzustand, Routen)</li><li>➤ Vertrieb touristischer Leistungen</li><li>➤ Verkauf von Shop-Artikeln</li></ul></li></ul>	



### 3.2 Personal und Qualifikation

Das Personal einer Mobilitätszentrale stellt die Schnittstelle zu den Kunden dar und erbringt die Dienstleistungen. Durch das breite Servicespektrum entstehen vielfältige Anforderungen an die Qualifikation der Mitarbeiter/-innen, um die gewünschte Qualität der Dienstleistung sicherzustellen. So wird in der *Literatur* die Betonung auf eine umfassende Schulung des Personals gelegt (vgl. z. B. Aurich et al. 1998, Thiesis 1998). Mitbringen sollten potenzielle Mitarbeiter/-innen Ortskenntnisse sowohl in räumlicher (Standorte) als auch sozialer Hinsicht (Akteure und Strukturen), inhaltliche Kenntnisse in Bezug auf Mobilitätsmanagement sowie soziale Kompetenz (Kalwitzki 1998). Aurich et al. (1998) fordern insbesondere Kenntnisse der Beschäftigten über Verkehrstheorie, Verkehrspsychologie, Umwelt und Verkehr sowie Praxiserfahrung. Reinkober (1999) betont neben Ortskenntnis und Wissen über das bestehende Verkehrsangebot ein hohes Maß an Engagement und die Identifikation mit den Zielen der Mobilitätszentrale. Beutler/Brackmann (1999) sehen ebenfalls die hohe kommunikative Kompetenz der Mitarbeiter und deren Identifikation mit der Mobilitätsberatung als Voraussetzungen.

Die Tatsache, dass Personal/Qualifikation in der *Befragung* mit 37 % der Nennungen als wichtigster Bereich für Mindeststandards genannt worden ist, deutet auf einen besonderen Handlungsbedarf hin. Die Personalstärke der Mobilitätszentralen schwankt, jedoch operieren rund drei Viertel der Mobilitätszentralen mit einer maximalen Besetzung von zwei bis vier Mitarbeiter/-innen. Die Gesamtzahl der Beschäftigten beträgt im Median fünf Mitarbeiter/-innen, ein Viertel der Zentralen kommt mit bis zu drei Beschäftigten aus, ein Fünftel hat über zehn Mitarbeiter/-innen. Die Teilzeitquote beträgt etwa 30 %, wobei in einem Viertel der Mobilitätszentralen über 60 % der Beschäftigten Teilzeit arbeiten.

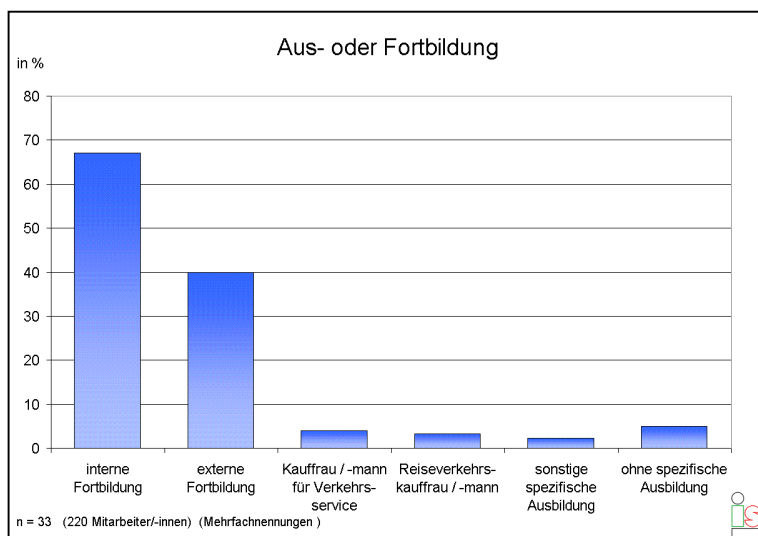


Abb. 7: Qualifikation der Mitarbeiter/-innen

(eigene Erhebung)

Bei der Aus- und Fortbildung überwiegt die interne Fortbildung (vgl. Abb. 7). Zwei Drittel aller Mitarbeiter/-innen sind intern aus- oder fortgebildet, 40 % extern. 4 % haben eine Ausbildung zum Kaufmann/Kauffrau für Verkehrsservice und 3 % sind Reiseverkehrskaufleute. Der Anteil an spezifischen Mobilitätsberatungsausbildungen beträgt lediglich 10 %. Insgesamt stellt sich die Frage, ob die interne Weiterbildung genügt für die komplexen Anforderungen an Mobilitätsberater/-innen.

Tenor im *Workshop* war, dass Grundqualifikationen standardisiert werden können, es aber auch regional spezifischer Qualifikationen bedarf. Grundsätzlich müssen Mitarbeiter/-innen Anforderungen in folgenden Aspekten genügen:

- Service-Mentalität,
- kommunikative und soziale Kompetenz,
- Ortskenntnisse,
- praktische Erfahrung,
- geistige Flexibilität.

Das Grundproblem besteht in der Vereinbarung eines hohen geforderten Qualitätsniveaus des Personals und den häufig schwierigen Rahmenbedingungen (z. B. Vergütungsniveau, Abhängigkeiten bei der Personalauswahl, unklare zeitliche Perspektive der Einrichtung, mangelnde kontinuierliche Schulung). Es besteht ein Bedarf an einer spezifischen, modularen und anpassungsfähigen Fortbildung unter Berücksichtigung bestehender Berufsbilder, die ggf. auch das Hospitieren ermöglicht. Die Diskussion um mögliche Standards muss auch der Tatsache Rechnung tragen, dass unterschiedliche Positionen innerhalb der Mobilitätszentrale unterschiedliche Qualifikationen verlangen. Hier besteht die Notwendigkeit, die Zuständigkeiten und Anforderungsprofile in einer Mobilitätszentrale genau zu definieren.

### ***Standards und Empfehlungen***

Nicht zu standardisieren ist die Frage des Personalbedarfs. Dieser ist abhängig vom vorgehaltenen Serviceangebot, den Öffnungszeiten sowie der maximalen Besetzung und muss lokal festgelegt werden.

Bezüglich der Qualifikation muss als *Standard* gelten, dass alle Mitarbeiter/-innen der Mobilitätszentrale nachfolgende Kompetenzen besitzen sollten:

- Grundlagen Mobilitätsangebot und -nachfrage/-verhalten,
- Kommunikation und Konfliktmanagement,
- Datengrundlagen und -management.

Während der erste Punkt die inhaltliche Basis legt, beziehen sich die anderen beiden auf wichtige methodische Kenntnisse. Dabei hilft der erste im Umgang mit Menschen und der zweite im Umgang mit den Informationen sowohl in der Beschaffung als auch in der Weiterverarbeitung und Abgabe. Diese Grundlagen sollten über eine spezifische Aus- oder Weiterbildung vermittelt werden. Danach bedarf es der regelmäßigen Fortbildung aller Mitarbeiter/-innen. Als effizientes methodisches Vorgehen bietet sich hier das Coaching, d. h. die Qualifizierung von Personen im direkten Zusammenhang mit ihrem Arbeitsplatz durch einen externen Experten (Coach), an. Bei mittleren und großen Mobilitätszentralen muss eine Differenzierung von Zuständigkeiten (Koordination/Leitung, Servicemitarbeiter/-innen) erfolgen, die wiederum differenzierte Qualifikationen erfordert.

Weitere wichtige Aspekte können weniger über eine Festschreibung von Mindeststandards geregelt werden, sollen hier aber als *Empfehlung* genannt werden. Die Mitarbeiter/-innen sollten Voraussetzungen mitbringen, die für die entsprechende Kundenorientierung essenziell sind: Dazu gehören:

- Servicementalität,
- kommunikative und soziale Kompetenz,
- Ortskenntnisse und Ortsidentifikation.

Darüber hinaus ist es von Vorteil, wenn die Auswahl der Mitarbeiter/-innen möglichst sorgfältig und unabhängig abläuft. Problematisch ist es, wenn auf in anderen Bereichen nicht mehr einsetzbares und/oder benötigtes Personal zurückgegriffen wird, ohne auf die entsprechende Eignung zu achten. Die Beschäftigung von Teilzeitkräften ermöglicht eine bessere Anpassung an den Bedarf und somit eine flexiblere Personaldisposition. Mittelfristig sollte es zu einer Weiterentwicklung des spezifischen Berufsbildes „Mobilitätsberater/-in“ kommen. Hierzu ist ein Modell-Curriculum aufzustellen und danach als Standard festzulegen.

<b>Personal und Qualifikation</b>
<b>Standards</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▶▶ Grundqualifikationen der Mitarbeiter/-innen:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Grundlagen Mobilitätsangebot und -nachfrage/-verhalten</li><li>➤ Kommunikation, Konfliktmanagement</li><li>➤ Datengrundlagen und -management</li></ul></li><li>▶▶ Vermittlung von Kompetenz über eine spezifische Aus- bzw. Weiterbildung</li><li>▶▶ regelmäßige Fortbildungen bzw. Coaching</li><li>▶▶ mittlere und große Mobilitätszentralen: Differenzierung von Zuständigkeiten (Koordination/Leitung, Servicemitarbeiter/-innen)</li></ul>
<b>Empfehlungen</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▶▶ Mitarbeiter/-innen sollten über folgende Voraussetzungen verfügen:<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Servicementalität</li><li>➤ kommunikative und soziale Kompetenz</li><li>➤ Ortskenntnisse und Ortsidentifikation</li></ul></li><li>▶▶ möglichst sorgfältige und unabhängige Auswahl der Mitarbeiter/-innen</li><li>▶▶ Beschäftigung von Teilzeitkräften ermöglicht eine bessere Anpassung an den Bedarf</li><li>▶▶ Weiterentwicklung des spezifischen Berufsbildes „Mobilitätsberater“ (Modell-Curriculum)</li></ul>

### 3.3 Trägerschaft und Kooperationen

Ein grundsätzlicher Aspekt bei der Verankerung einer neuen Mobilitätszentrale sind die Fragen der Trägerschaft sowie der sinnvollen Kooperationspartner. Zu den potenziellen Trägern werden in erster Linie die Verkehrsunternehmen oder die kommunalen Gebietskörperschaften gezählt (vgl. z. B. FGSV 1994, Fiedler 1999). Insbesondere die Verkehrsunternehmen werden in der *Literatur* aus verschiedenen Gründen häufig hervorgehoben. So betonen Bihn (1998) oder Löcker (1992) die Kompetenz der Unternehmen in Verkehrsfragen; Thies (1997) und Kinder/Schäfer-Breede (1998) merken an, dass diese über die nötigen Ressourcen und Infrastruktur verfügen. Ein weiteres Argument beinhaltet die Chance, die sich für Verkehrsunternehmen ergibt, sich als Mobilitätsdienstleister am Markt zu profilieren (Klewe 1996). Auch die Anbindung an bereits bestehende Einrichtungen wie Kundencenter oder Bürgerbüros wird aus Effizienzgründen propagiert (S.T.E.R.N. 1998, Löcker et al. 1998). In den aktuellen Leitfäden zu Mobilitätszentralen wird empfohlen, ein breites Spektrum möglicher Trägerschaftsmodelle zu berücksichtigen. Dies reicht von Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbänden, kommunalen Gebietskörperschaften, Privaten bis zu Mischformen im Sinne von Public-Private-Partnership (VDV/BMVBW 2001, Aurich et al. 1998, Kinder/Schäfer-Breede 1998). Die gemeinsame Trägerschaft durch die öffentliche Hand und Verkehrsunternehmen ist ein gängiges Modell (vgl. z. B. Binnenbruck/Hoffmann 1998).

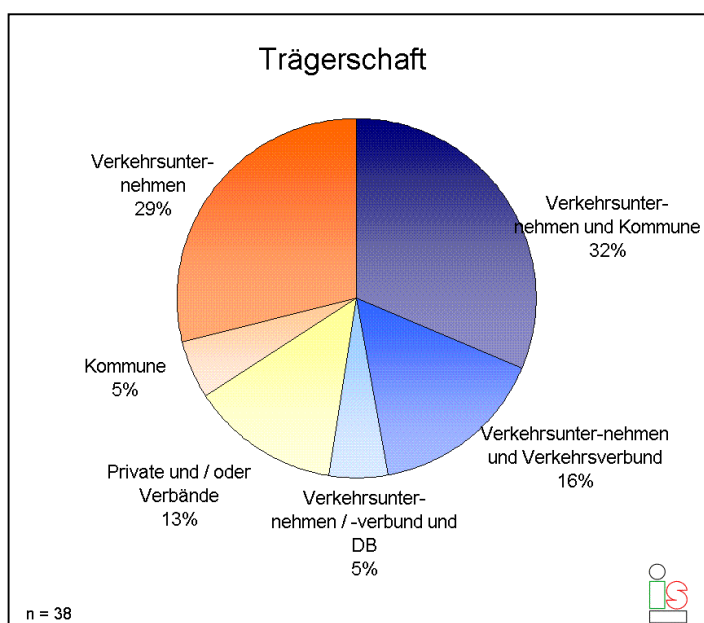


Abb. 8: Trägerschaft von Mobilitätszentralen (eigene Erhebung)

Die *Befragung* zeigt, dass die Trägerschaft nur bei 44 % der Mobilitätszentralen von einer Einzelorganisation geleistet wird, bei 56 % bestehen Kooperationslösungen. Abbildung 8 zeigt die Vielfalt der Modelle. In 82 % der Fälle sind Verkehrsunternehmen beteiligt – diese sind damit die wichtigsten Betreiber von Mobilitätszentralen in Deutschland. Neben der häufigen Aufwertung von existierenden Kundencentern gibt es auch echte Neugründungen (z. B. Wuppertal, Hannover). Kommunen sind nur in etwa einem Drittel der Fälle Träger, dabei überwiegend gemeinsam mit Verkehrsunternehmen. Ein weiteres wichtiges Kooperati-

onsmodell ist jenes zwischen Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbund (im Rhein-Main-Verkehrsverbund und in Ost-Westfalen). Die Trägerschaft durch Private und/oder Verbände ist eher die Ausnahme und bis auf Freiburg lediglich bei kleinen Mobilitätszentralen zu finden.

Unabhängig von der Trägerschaft erfordert die komplexe Aufgabe der Integration verschiedener Informationen und Dienstleistungen die Zusammenarbeit mit Dritten. Je nach Aufgabenstellung und Leistungsangebot sollten *Kooperationspartner* hinzugezogen werden, um die Mobilitätszentrale mit ihren Ressourcen und ihrem Know-how zu unterstützen bzw. um die Multiplikatoreffekte in der Öffentlichkeit zu erhöhen (VDV/BMVBW 2001, Stadt Duisburg 1997, Müller 2000). Der Zweckverband Großraum Braunschweig spricht gar davon, dass möglichst viele Kooperationspartner in das Projekt aufgenommen werden sollten (ZGB 2000). Im Handbuch Mobilitätsmanagement der EU-Projekte MOMENTUM und MOSAIC findet sich eine Aufzählung möglicher Partner, die u. a. von privaten Verkehrsanbietern über Verbände bis zu Arbeitgebern und

Einzelhandel etc. führt (ILS/ISB 2000). Die in der Praxis bestehenden Kooperationen von Mobilitätszentralen sind ebenso vielfältig. Auch hier stehen an erster Stelle die Verkehrsunternehmen in 72 % der Fälle. Es folgen die Verkehrsverbünde (56 %), Kommunen (41 %) und Verbände (34 %). Insbesondere Verkehrsverbünde und Verbände spielen also eine größere Rolle als Partner. Private sind lediglich bei einem Fünftel der Mobilitätszentralen Kooperationspartner.

### ***Standards und Empfehlungen***

Aufgrund der lokal unterschiedlichen Rahmenbedingungen sowie der verschiedenen Möglichkeiten bei der Ausgestaltung der Trägerschaft einer Mobilitätszentrale sollen in diesem Bereich keine *Standards* vorgeschlagen werden. Eine Festlegung auf ein bestimmtes Trägerschaftsmodell würde die Möglichkeiten der Umsetzung verengen, ohne dass aus Kundensicht und für die Dienstleistungserbringung ein Vorteil entsteht. Die verschiedenen Modelle weisen spezifische Vor- und Nachteile auf, denen über Kooperationslösungen wie etwa Doppelträgerschaften zum Teil Rechnung getragen werden kann. Kooperative Trägerschaften bieten den Vorteil, finanzielle und organisatorische Lasten auf verschiedenen Schultern zu tragen, erfordert aber ein partnerschaftliches Verhalten der Akteure und bringt einen erhöhten Koordinationsbedarf mit sich. Unabhängig von der Art der Trägerschaft wird in jedem Fall ein engagierter Träger für die Mobilitätszentrale benötigt, der über die nötigen Ressourcen verfügt, um den mittelfristigen Bestand abzusichern. Darüber hinaus zeichnet eine gute Mobilitätszentrale aus, dass sie über die tragenden Organisationen hinaus Allianzen mit weiteren Partnern im Verkehrsmarkt schmiedet, um die anspruchsvolle Integrations- und Kommunikationsaufgabe zu meistern.

*Verkehrsunternehmen* sollten in der Regel beteiligt sein – falls nicht als Träger, auf jeden Fall als Kooperationspartner – denn der Bereich des Öffentlichen Verkehrs bildet das Kerngeschäft einer Mobilitätszentrale. Spricht für eine solche Beteiligung das spezifische Know-how, so ist durch die Veränderung der ÖPNV-Landschaft aber auch zu befürchten, dass Verkehrsunternehmen sich zunehmend auf die reine Beförderungsleistung konzentrieren. Falls sich die Verkehrsunternehmen bei der Frage der Trägerschaft stark zurücknehmen, spielen die Aufgabenträger eine wichtige Rolle. Die Begründung eines stärkeren Engagements der *Kommunen* liegt in der Breite des Ansatzes der Mobilitätszentrale. In kommunalem Interesse liegt es, die Mobilitätszentrale als ein organisatorisches und kommunikatives Instrument der Verkehrsplanung und -lenkung zu begreifen und deshalb das verkehrsmittelübergreifende Dienstleistungsspektrum zu forcieren. Ein sinnvolles Modell, welches Know-how im ÖPNV-Kerngeschäft mit einem verkehrsmittelübergreifenden Strategieansatz vereinen kann, ist die Doppelträgerschaft von Verkehrsunternehmen und Kommune.

<b>Trägerschaft und Kooperationen</b>
<b>Standards</b>
<i>keine</i>
<b>Empfehlungen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» engagierter Träger mit genügenden Ressourcen für den mittelfristigen Bestand notwendig</li> <li>» Beteiligung des/der lokalen/regionalen Verkehrsunternehmen/s als Regelfall (als Träger oder Partner)</li> <li>» Doppelträgerschaft Kommune/Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen als sinnvolles Modell</li> <li>» leistungsfähige Allianzen notwendig, um Integrations- und Kommunikationsaufgaben zu meistern</li> </ul>

### 3.4 Finanzierung

Die Frage der Finanzierung einer Mobilitätszentrale stellt sich frühzeitig und es existiert keine Standardlösung. Grundsätzlich muss zwischen den Investitionen beim Start und den laufenden Ausgaben (Betriebsausgaben) unterschieden werden. Die Investitionen beinhalten die Kosten für die Entwicklung eines Umsetzungskonzepts, für den Bau oder Umbau der Räumlichkeiten sowie für die anfänglich benötigten Anlagen und Ausrüstungen. Die Betriebskosten fallen im Wesentlichen für Personal, Miete und andere laufende Posten, wie den Kosten für eine Datenzentrale bzw. die Datenpflege und für das Marketing an (VDV/BMVBW 2001, Müller 2000). Da die Dienstleistungen der Mobilitätszentralen personalintensiv sind, stellen die Personalkosten in der Regel den Löwenanteil dar (VDV/BMVBW 2001, Thiesies 1998). Die Höhe der Betriebsausgaben für Mobilitätszentralen schwankt: Zwischen der einfachen Aufrüstung eines bestehenden Kundencenters und einer voll ausgebauten (neuen) Mobilitätszentrale kann eine Differenz in Höhe eines sechsstelligen DM-Betrages pro Jahr liegen (Müller 2000). Mobilitätszentralen tragen sich nicht selbst, d. h. die entstehenden direkten Einnahmen aus Beratung, Verkauf, Provisionen oder Werbung können (bisher) nicht ihre laufenden Ausgaben decken. Möglichkeiten zur Senkung des Aufwandes bestehen bei Synergieeffekten zwischen Partnern (z. B. Zusammenlegung von Einrichtungen) oder durch das Zurückgreifen auf bestehende Ressourcen (Müller 2000, Finke et al. 1999). Ggf. lässt sich die Einnahmesituation durch Beratungsentgelte verbessern. Die Frage nach der Kostenpflichtigkeit von Beratung muss behutsam angegangen werden und sollte eher bei umfangreichen Konzepten als bei kleineren Auskünften verfolgt werden (VDV/BMVBW 2001, S.T.E.R.N. 1998).

Die in der *Befragung* gemachten Angaben zum Status der Finanzierung sind unvollständig und uneinheitlich und daher wenig brauchbar. Die Frage nach dem Gesamtbudget wurde von lediglich 16 Mobilitätszentralen beantwortet, wobei zum Teil aber nicht alle Ausgaben berücksichtigt wurden. In einigen Fällen sind die Ausgaben ohne den Hauptposten der Personalausgaben angegeben. Die Schwankungsbreite reicht von unter 50.000 bis über 500.000 DM im Jahr. Aufgrund der Angaben bei der Zahl der Mitarbeiter/-innen muss im Regelfall von einer Summe zwischen 300.000 und 500.000 DM pro Jahr ausgegangen werden. Bei Doppelträgerschaften werden die Ausgaben anteilig getragen, wobei der Schlüssel variiert. Ungefähr ein Drittel der Mobilitätszentralen sind von überregionaler Ebene gefördert worden. Anders als in der Frühphase spielen EU-Vorhaben nur noch eine untergeordnete Rolle. Wichtig sind Landes- und Bundesmittel für Investitionen bzw. zum Teil für anteilige Personalförderung. Die Zuschüsse aus Bundes- oder Landesmitteln können im Einzelfall bis zu 20 % betragen.

Der *Workshop* hat sich mit dem Thema Finanzierung nur am Rande befasst, einzig die Förderpraxis zu Mobilitätszentralen wurde kurz behandelt. Diese beschränkt sich in den einzelnen Bundesländern gegenwärtig in der Regel auf eine Infrastrukturförderung. So sind etwa im Bundesland Hessen Baumaßnahmen zu 85 % zuschussfähig, wobei die Chancen auf eine landesseitige Förderung steigen, wenn bestimmte Standards (die Aufnahme des Labels „Mobilitätszentrale“ in den Titel, ein einheitliches Design sowie ein barrierefreier Zugang und eine behindertengerechte Einrichtung) realisiert werden. Die Übernahme von Personalkosten ist dort nicht möglich. Demgegenüber steht die Handhabe des Landes Brandenburg, das sich nicht auf eine reine Infrastrukturförderung beschränkt und auch Mobilitätszentralen in Bahnhöfen subventioniert. Zu den Möglichkeiten der Förderung in Nordrhein-Westfalen vergleiche Kapitel 1.3. Eine These des Workshops lautete, dass Mobilitätszentralen erst dann zu einer dauerhaften Finanzierung kommen, wenn sie in den Förderkanon im Rahmen des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) aufgenommen werden.

### ***Standards und Empfehlungen***

Ebenso wie bei der Frage der Trägerschaft können auch für die Finanzierung keine *Standards* genannt werden. Beide Fragen sind eng miteinander verknüpft, da in der Regel der Großteil der Finanzierung durch die Träger abgedeckt wird. Aus der derzeitigen Praxis lassen sich einige Empfehlungen ableiten. Für die Investitionen sollten insbesondere bei baulichen Investitionen die einschlägigen Förderprogramme genutzt werden. Zur Senkung der laufenden Ausgaben sollten Synergieeffekte zwischen den Partnern genutzt werden (durch Abbau von Parallelstrukturen) bzw. sollte – wenn möglich – auf vorhandenen Ressourcen aufgebaut werden. Die Verteilung der Kosten auf mehrere Partner erleichtert die dauerhafte Finanzierung. Der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) schlägt eine Umlagefinanzierung vor, bei der alle Verkehrsunternehmen, die von einer Mobilitätszentrale profitieren, anteilig an der Finanzierung beteiligt sind. Der Aufgabenträger bringt dabei eine namhafte Sockelfinanzierung ein (VDV/BMVBW 2001). Eigene Einnahmequellen gilt es auszunutzen: Erträge können aus dem Verkauf eigener Produkte oder aus Provisionen, z. B. aus dem Verkauf von Fahrkarten oder Veranstaltungstickets stammen. Die Frage nach der Gebührenerhebung bedarf sorgfältiger Abwägung. Während eine geringe Gebühr für umfangreichere Beratung (z. B. analog zum Modell der Verbraucherzentralen) oder ein Honorar für das Consulting von Betrieben sinnvoll erscheint, sollte die reine Auskunft gebührenfrei bleiben, da die Verkehrsanbieter hier eine Bringschuld haben und Kunden nicht abgeschreckt werden sollen.

<b>F i n a n z i e r u n g</b>
<b><i>Standards</i></b>
<i>keine</i>
<b><i>Empfehlungen</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Nutzung von Förderprogrammen bei Investitionskosten</li> <li>» Kostenaufteilung zwischen den Kooperationspartnern zur Senkung von laufenden Ausgaben (Synergieeffekte bei Verminderung von Parallelstrukturen)</li> <li>» Umlagefinanzierung nach Anteil der Anfragen zum eigenen Produkt</li> <li>» Sockelfinanzierung durch den Aufgabenträger</li> <li>» Angebot einfacher Auskünfte in jedem Fall gebührenfrei</li> <li>» ggf. geringe Gebühren für umfangreiche Beratung sowie Honorare für Consulting</li> </ul>



### 3.5 Zugang und Medien

In der Regel wird heute eine Mobilitätszentrale als ein Raum verstanden, den der Kunde für eine Beratung persönlich betritt. Doch eine Mobilitätszentrale kann ihre Dienste auch über andere Wege an den Kunden bringen. So ist in Zukunft eine größere Rolle der neuen Medien (z. B. Internet, mobile Endgeräte) wahrscheinlich. Aber auch das Telefon und die Printmedien als klassische Informationsträger werden ihre Bedeutung behalten.

In der *Literatur* wird die persönliche Zugänglichkeit als ein Mindeststandard für eine Mobilitätszentrale postuliert (Aurich/Konietzka 2000, Binnenbruck/Hoffmann 1998, Kinder/Schäfer-Breede 1998, European Commission 1999, MzM 1997, VZV 2001, Zweckverband Braunschweig 2000). Nur Beutler/Brackmann (1999) sehen einen zukünftigen Bedeutungsverlust physischer Mobilitätszentralen zugunsten einer virtuellen Beratung. Einigkeit herrscht darüber, dass die Beratung über ein möglichst breites Spektrum an Zugangsmöglichkeiten gesichert sein sollte (u. a. Aurich et. al. 1998, Binnenbruck/Hoffmann 1998, ILS/ISB 2000), um ein möglichst großes Potenzial an Kunden zu erreichen. Genannt werden Telefon, Fax, Faxabruf, CD-ROM, Internet, Videotext und Infosäulen mit Touchscreens. Aber auch den Printmedien, wie Routenplänen und persönlichen Fahrplänen, wird eine Rolle eingeräumt (Aurich/Konietzka 2000). Die Evaluation von mobilé in Münster kommt zum Ergebnis, dass durch die steigende Verbreitung von Mobiltelefonen die Bedeutung des Telefons als „Medium dynamischer dezentraler Mobilitätsinformationen“ zunimmt (ILS 2000a).

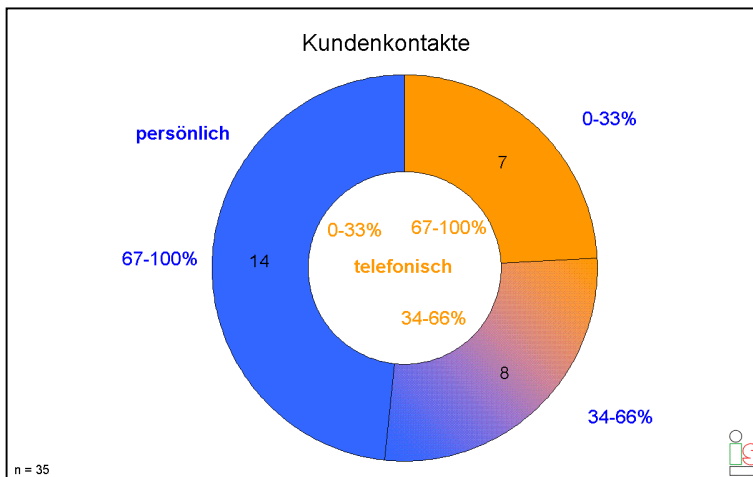


Abb. 9: Anteil der persönlichen und telefonischen Kundenkontakte  
(eigene Erhebung)

Die *Befragung* zeigt: Fast alle existierenden Mobilitätszentralen sind persönlich zugänglich, Hameln bildet hier die einzige Ausnahme. Auch telefonisch sind alle Mobilitätszentralen erreichbar – größere Mobilitätszentralen bearbeiten Anrufe zum Teil in (eigenen) Call-Centern. Der Anteil der Kundenkontakte, die persönlich bzw. über das Telefon abgewickelt werden, schwankt allerdings beträchtlich je nach Einrichtung (vgl. Abb. 9).

Über Fax und E-Mail sind

immerhin noch 81 % der Mobilitätszentralen zu erreichen. Einen Zugang zur Mobilitätszentrale über die (eigene) Internetseite hat der Kunde lediglich in der Hälfte der Fälle. Dabei variiert die Menge der auf den Internetseiten angebotenen Informationen stark. Mit Briefen und Printmedien als Informationsträger arbeiten 71 % der Mobilitätszentralen. Touchscreens haben nur 10 % der Mobilitätszentralen.

Im *Workshop* wurden die telefonische und persönliche Erreichbarkeit als von gleicher Wichtigkeit erachtet. Besonders beim Markteintritt sollte sowohl auf eine funktionierende Telefonberatung als auch auf eine professionelle persönliche Beratung geachtet werden. Das Internet wurde als zunehmend wichtiges Medium erkannt – besonders mit modernen mobilen Endgeräten, wie dies zum Beispiel der WAP- oder UMTS-Standard ermöglicht. Allerdings sei die Internetpräsenz immer erst als zweiter Schritt hinter den persönlichen und telefonischen Dienstleistungen zu verstehen.



### ***Standards und Empfehlungen***

Ein *Mindeststandard* für alle Mobilitätszentralen sollte das Angebot einer persönlichen und telefonischen Beratung sein. Darüber hinaus sollten auch ergänzende Medien wie Fax, E-mail und der Postweg den Kunden zur Kontaktaufnahme angeboten werden. Auch eine Internetpräsenz der Mobilitätszentrale ist standardmäßig anzubieten. Zumindest eine Informationsseite mit einer Beschreibung des Leistungsangebotes und den Möglichkeiten der Kontaktaufnahme sollte vorhanden sein.

Bei höheren Kundenzahlen lautet die *Empfehlung*, eine Trennung von persönlichem und telefonischem Geschäft zu bedenken. Hier ist jedoch zwischen Vor- und Nachteilen einer solchen Organisationsweise je nach örtlicher Struktur abzuwägen. So lassen sich bei getrennter Abwicklung Konflikte vermeiden, das heißt, dass beispielsweise das Telefon auch bei starkem Kundenandrang im Ladengeschäft nicht vernachlässigt wird. Allerdings wird auch der flexible Einsatz des Personals zwischen Telefon und Counter entsprechend der Nachfrage erschwert. Bei einem Outsourcing des Telefon-Geschäfts an ein Call-Center hängt die Qualität wesentlich von der Güte der Online-Datenbanken ab.

Es sollte angestrebt werden, möglichst alle Leistungen der Mobilitätszentralen auch über das Internet anzubieten und im Idealfall auch für mobile Endgeräte wie Mobiltelefone oder Personal Digital Assistants (PDA). Infoterminals mit Touch Screens können das herkömmliche Angebot einer Mobilitätszentrale ergänzen. Sie können innerhalb der Räume der Mobilitätszentrale für die Abwicklung von Standardanfragen in Selbstbedienung oder den Fahrkartenverkauf genutzt werden. Im öffentlichen Raum vor der Mobilitätszentrale oder in Selbstbedienungsfilialen können sie zur Ausdehnung der räumlichen und zeitlichen Verfügbarkeit eines allerdings beschränkten Leistungsangebotes beitragen.

<b>Zugang und Medien</b>
<b><i>Standards</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Dienstleistungen sowohl in persönlicher Beratung am Counter als auch über das Telefon</li> <li>» ergänzende Nutzung weiterer Medien wie Fax, E-Mail, Brief</li> <li>» Internetangebot mit Beschreibung des Leistungsangebots und Kontakt/Erreichbarkeit (passiv)</li> </ul>
<b><i>Empfehlungen</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Trennung von persönlichem und telefonischem Geschäft je nach örtlicher Struktur erst bei hoher Anzahl der Kundenkontakte</li> <li>» komplettes Angebot aller Leistungen über Internet (aktiv) bzw. auch für mobile Endgeräte (Mobiltelefon, Personal Digital Assistant (PDA) etc.)</li> <li>» im öffentlichen Raum oder in SB-Filialen Touch-Screen Service oder Infosäulen mit oder ohne Multimedia-Anteil</li> </ul>

### 3.6 Lage

Die optimale Lage einer Mobilitätszentrale leitet sich durch zwei Ansprüche ab: Zum einen muss sie für Kunden möglichst optimal erreichbar sein, zum anderen sollen Neukunden durch die Lage auf die Mobilitätszentrale aufmerksam gemacht werden.

Über diese Anforderungen ist sich auch die *Literatur* weitgehend einig: Die meisten Quellen (Aurich et. al. 1998, Bäume et. al. 1999, Kinder/Schäfer-Breede 1998, Binnenbruck/Hoffmann 1998, European Commission 1999) fordern einen zentralen Standort mit guter Erreichbarkeit. Besonders wird hier beispielsweise auf Fußgängerzonen verwiesen. VDV/BMVBW (2001) sehen einen zentralen Umsteigeort des Öffentlichen Verkehrs als guten Standort. In anderen Quellen wird die gute Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln in den Vordergrund gestellt (Zweckverband Großraum Braunschweig 2000). Finke et al. (1999) halten aus Gründen der Wirtschaftlichkeit einen Einzugsbereich der Mobilitätszentrale von mindestens 100.000 Einwohnern für notwendig. Ein so definierter Einzugsbereich würde es ermöglichen, in größeren Städten auch dezentrale Lösungen von Mobilitätszentralen mit verschiedenen Filialen einzurichten, wie es bei Finke et. al. (1999) und Müller (2000) vorgeschlagen wird.

Die *Befragung* zeigt deutlich eine Konzentration der Mobilitätszentralen auf Citylagen (vgl. Abb. 10). Standorte in Stadtteilen gibt es derzeit nicht.<sup>7</sup> 50 % der befragten Mobilitätszentralen

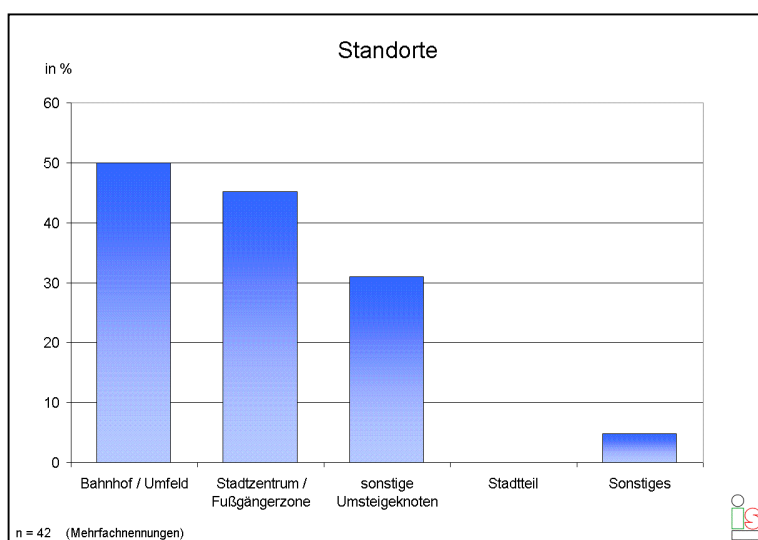


Abb. 10: Standorte von Mobilitätszentralen

(eigene Erhebung)

liegen im Bahnhof oder in dessen Umfeld, 45 % befinden sich direkt im Stadtzentrum bzw. in der Fußgängerzone. 31 % der Mobilitätszentralen liegen an anderen Umsteigeknoten des ÖPNV als dem Bahnhof. Mehrfachnennungen waren hier möglich. Zwischen der Trägerschaft der Mobilitätszentrale und dem gewählten Standort konnte kein Zusammenhang festgestellt werden. Bei den geplanten Mobilitätszentralen ergibt sich bei allerdings geringer Fallzahl eine Präferenz für den Bahnhof als Standort (71 %).

Während des *Workshops* wurde betont, dass die Standortwahl in hohem Maße von den lokalen Bedingungen abhängig ist. Empfehlungen lassen sich deshalb nur in sehr genereller Form entwickeln. Grundsätzlich gebe es zwei Optionen: Eine 1a-Lage in der Innenstadt eignet sich besonders, um Neukunden als Laufkundschaft zu gewinnen, ein Standort in der Nähe eines Bahnhofes oder eines anderen Umsteigeknotens zielt besonders auf Personen, die bereits ÖPNV-Kunden sind. Für die Finanzierung einer Mobilitätszentrale kann dies spürbare Auswirkungen haben, denn so ein Standort hat das Potenzial höherer Einnahmen durch den Fahrkartenverkauf. Allerdings wurde hier auch die Gefahr gesehen, dass andere Serviceleistungen durch einen zu großen Anteil des Fahrkartenverkaufs verdrängt werden. Hervorgehoben wurde auch, dass durch eine Kopplung mit Parallelinfrastrukturen, wie z. B. Touristinformationen, Bürgerbüros oder DB Reisezentren eine Abdeckung verschiedener Standorte angestrebt werden kann. Für den ländli-

<sup>7</sup> Die Mobilitätszentrale MOVE in Duisburg arbeitete zum Beispiel von 1994-1997 im Stadtteil Duisburg-Ruhrort.

chen Raum wurden vor allem aus Kostengründen dezentrale Standortlösungen vorgeschlagen, in diesen Konzepten werden dann nur bestimmte Dienstleistungen zentral erbracht.

### ***Standards und Empfehlungen***

Als unbedingt notwendig für eine Mobilitätszentrale lässt sich ein zentraler Standort mit guter Erreichbarkeit, insbesondere mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes, festschreiben. Die zentrale Lage ermöglicht einen größeren Anteil von Laufkundschaft, über den Neukunden (insbesondere auch Autofahrer) für die Mobilitätszentrale erreicht werden können und ist wichtig im Sinne einer multimodalen Beratung. Die gute Erreichbarkeit mit Verkehrsmitteln des Umweltverbundes garantiert die Attraktivität des Standortes für die Stammkundschaft. In der Regel bieten sich bei derartigen zentralen Standorten folgende Alternativen mit ihren jeweiligen spezifischen Vorteilen: Mobilitätszentralen in 1a-City-Lagen mit einer hohen Passantenfrequenz, zum Beispiel in Fußgängerzonen, oder Mobilitätszentralen an Umsteigeknoten des Öffentlichen Verkehrs mit hervorragender Erreichbarkeit für Kunden des ÖPNV, zum Beispiel im Bahnhof oder in Bahnhofsnähe. Bei einem Standort an einem Umsteigeknoten ist darauf zu achten, dass vorhandene Vertriebsstrukturen der örtlichen Verkehrsunternehmen und der DB AG integriert werden, um Konkurrenzsituationen zu vermeiden.

Als *Empfehlung* kann die Einrichtung von Filialen der Mobilitätszentrale an dezentralen Standorten ausgesprochen werden, z. B. in gut erreichbaren Lagen von Nebenzentren. Diese könnten unter Umständen auch als Selbstbedienungsfilialen betrieben werden.

<b>L a g e</b>
<b>Standards</b>
<p>▶ zentraler Standort mit guter Erreichbarkeit, insbesondere mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes</p> <p><i>Alternativen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 1a-City-Lage mit hoher Passantenfrequenz, z. B. Fußgängerzone</li> <li>➤ Umsteigeknoten des Öffentlichen Verkehrs (bei Integration vorhandener Strukturen)</li> </ul>
<b>Empfehlungen</b>
<p>▶ in Großstädten auch dezentrale Filialen in gut erreichbaren Lagen von Nebenzentren (ggf. in Form von Selbstbedienungsfilialen)</p>

### 3.7 Öffnungs- und Sprechzeiten

Öffnungszeiten entscheiden durch ihre Dauer über die Möglichkeiten der Kundschaft, die Serviceleistungen in Anspruch zu nehmen. Bei einer wachsenden Bedeutung des Freizeitverkehrs besteht häufig gerade außerhalb der herkömmlichen Öffnungszeiten von Kundencentern ein Bedarf nach Mobilitätsinformationen. Auch die Anpassung der Öffnungszeiten an den Tagesablauf der Mehrheit der Kunden und beispielsweise die Einprägsamkeit der Öffnungszeiten sind entscheidend.

Die *Literatur* ist sich bei der Ausgestaltung der Öffnungszeiten von Mobilitätszentralen relativ einig. Als einer der wichtigsten Punkte wird eine Orientierung der Öffnungszeiten der Mobilitätszentrale an den allgemeinen Geschäftsöffnungszeiten genannt (u. a. bei Kinder/Schäfer-Breede 1998, MzM 1997). Dies ist aber zur Bearbeitung „spontaner Mobilitätswünsche“ (Thies 1998) nicht ausreichend: So fordert die Literatur neben den Kernöffnungszeiten mit persönlicher Erreichbarkeit, auch eine möglichst lange telefonische Erreichbarkeit, die zumindest die Betriebszeiten des ÖPNV abdecken sollte (Kinder/Schäfer-Breede 1998, Thies 1998, VDV/BMVBM 2001).

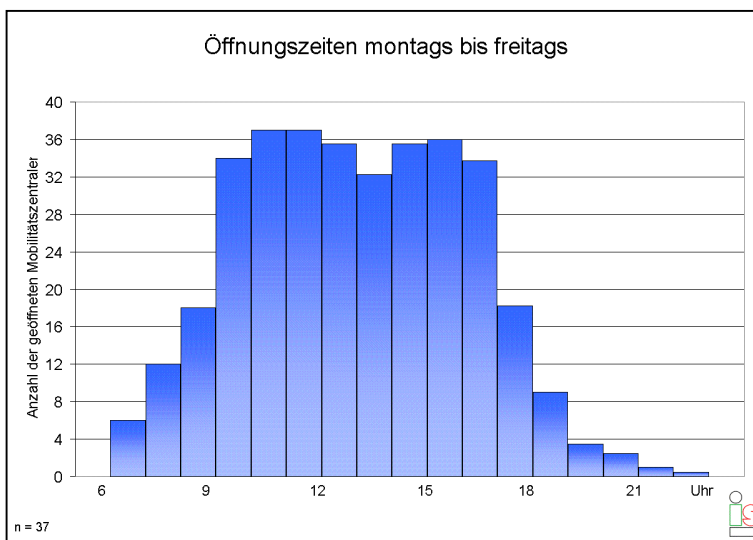


Abb. 11: Vielfalt der Öffnungszeiten

(eigene Erhebung)

Die *Befragung* zeigte, dass die Öffnungszeiten in der Regel an die Ladenöffnungszeiten angelehnt sind. Allerdings ergaben sich bei den 34 Antworten zu diesem Thema 27 verschiedene Öffnungszeiten. Abbildung 11 zeigt die kumulierten Öffnungszeiten von Montag bis Freitag. Dementsprechend haben in einer Kernzeit von 9 bis 18 Uhr nur 74 % der Mobilitätszentralen geöffnet. Am Samstag sind 86 % der Mobilitätszentralen für eine persönliche Beratung geöffnet, davon allerdings nur

29 % auch nach 14 Uhr. Die 26 % der Mobilitätszentralen, die auch an Sonntagen geöffnet haben, finden sich besonders in Großstädten und in touristischen Zusammenhängen. An Werktagen sind 94 % der Mobilitätszentralen per Telefon erreichbar, am Samstag sind es 86 % und am Sonntag 57 %. Die telefonische Erreichbarkeit ist in der Regel länger als die persönliche und häufiger auch früher. So sind 13 Mobilitätszentralen schon ab 6 Uhr telefonisch erreichbar. Die Erreichbarkeit in der Kernzeit an Werktagen liegt bei 85 %. Drei Mobilitätszentralen sind rund um die Uhr erreichbar, vier weitere arbeiten mit einer Rufumleitung auf ein Call-Center.

Im *Workshop* wurde vor allem eine hohe Abhängigkeit der Öffnungszeiten von lokalen Bedingungen betont, seien es Finanzierungs- oder Standortbedingungen. Für wichtig wurde aber auch gehalten, die Anpassung der Öffnungszeiten an die der umliegenden Geschäfte oder Einrichtungen zu gewährleisten.

### ***Standards und Empfehlungen***

Aus den verschiedenen Äußerungen lässt sich als *Mindeststandard* eine Anlehnung an die allgemeinen Geschäftsöffnungszeiten ableiten. Als ehrgeiziger, aber aus Kundensicht sinnvoller Standard sollte von montags bis freitags eine durchgehende Öffnungszeit von zehn Stunden erreicht werden, samstags mindestens fünf Stunden. Ob diese eher zu einer frühen Erreichbarkeit oder der Ausdehnung der Öffnung in den Abendstunden genutzt wird, hängt vom Standort und den lokalen Gewohnheiten ab. Die Erreichbarkeit über das Telefon sollte in jedem Fall darüber hinaus gehen. Werktags und samstags sollte mindestens eine Erreichbarkeit von 6 bis 22 Uhr und sonntags von 9 bis 22 Uhr erreicht werden.

Darüber hinaus wäre eine Sonntagsöffnung der Mobilitätszentralen insbesondere in Großstädten und Tourismusgebieten ebenfalls wünschenswert. Eine telefonische Erreichbarkeit rund um die Uhr bei gegebenenfalls eingeschränktem Leistungsangebot wäre sinnvoll. Diese ist durch die Kooperation von Mobilitätszentralen oder durch Umschalten auf ein zentrales Call-Center machbar.

<b>Öffnungs- und Sprechzeiten</b>
<b>Standards</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ in Anlehnung an die allgemeinen Geschäftszeiten: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ mindestens zehn Stunden durchgehend (montags - freitags)</li> <li>➤ mindestens fünf Stunden (samstags)</li> </ul> </li> <li>▶▶ Telefonerreichbarkeit mindestens 6-22 Uhr (montags - samstags) und 9-22 Uhr (sonntags)</li> </ul>
<b>Empfehlungen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Sonntagsöffnung insbesondere in Tourismusgebieten und/oder Großstädten</li> <li>▶▶ Telefonservice möglichst 24 Stunden bei ggf. eingeschränktem Leistungsangebot in den Randzeiten</li> </ul>

### 3.8 Ausstattung

Die Ausstattung ist nicht nur für den ersten Eindruck des Kunden von der Mobilitätszentrale wichtig, sie entscheidet mit über die Möglichkeiten zum Angebot bestimmter Dienstleistungen und ebenso über deren Nachfrage. So werden Beraterplätze an der Theke und ein hoher Anteil an Selbstbedienungsinformationen eher auf weniger detaillierte Beratung hinwirken, dafür aber die Möglichkeit für große Kundenzahlen bieten; Plätze für eine sitzende Beratung und evtl. Möglichkeiten einer Bewirtung werden eher zu längeren Beratungsgesprächen einladen. Die Ausgestaltung der Gesprächssituation („setting“) auch mittels der Einrichtung bestimmt den Erfolg mit und beeinflusst insbesondere auch die Akzeptanz durch den Kunden.

Die *Literatur* listet teilweise detailliert auf, welche Ausstattung für eine Mobilitätszentrale als sinnvoll eingeschätzt wird. So fordern Aurich et al. (1998) für eine Mobilitätszentrale folgende Ausstattungsmerkmale:

- Größe: ca. 50-80 m<sup>2</sup>
- 2 Verkaufsplätze
- 4 Kundenplätze
- Terminals
- Thekenverkauf
- Sitzmöglichkeiten
- Prospektauslage
- Infowände
- Angebot von Verkehrsartikeln

Kinder/Schäfer-Breede (1998) sowie der VDV und das BMVBW (2001) fordern neben Stehschaltern für kurze Beratungsgespräche auch Sitzplätze für längere Beratungen. Das ILS (2000a) hält abgeteilte Beratungsplätze, ähnlich wie bei Reisebüros oder Kreditinstituten, sowie die Möglichkeit zu einer minimalen Bewirtung für sinnvoll. Außerdem wird eine Bildschirmeinsicht für den Kunden als ein wünschenswertes Merkmal der Beratungsplätze betont. Die Beratungsräume sollten helle Erdgeschossräume mit behindertengerechtem Zugang sein (Kinder/Schäfer-Breede 1998), dahinter sollte es zumindest einen weiteren Raum für optionale Nutzungen wie Vorträge und Ausstellungen geben und je nach Funktionsumfang ein Back-Office z. B. für die Beantwortung von E-Mail-Anfragen (VDV/BMVBM 2001).

In der *Befragung* zeigte sich, dass etwa die Hälfte der Mobilitätszentralen eigenständige Räume hat, während die andere Hälfte diese gemeinsam mit mindestens einem Partner nutzt. Die häufigsten Partner sind hierbei die Touristikinformation, DB-Reisezentren oder Kundenzentren des Stadt- oder Regionalverkehrs. Als gängige Größe haben sich 30 bis 60 m<sup>2</sup> herauskristallisiert, 42 % der Mobilitätszentralen liegen in dieser Größenordnung. Aber immerhin 21 % der Mobilitätszentralen haben über 90 m<sup>2</sup> Fläche. 69 % verfügen über ein bis drei Beraterplätze, die größte Mobilitätszentrale weist acht Beraterplätze auf. 59 % haben Beraterplätze an Tischen, davon haben acht Mobilitätszentralen zusätzlich separierte Beratungsplätze. Prospektauslagen (98 %) und Infowände (78 %) gehören zum Standard bei fast allen Mobilitätszentralen, auch Sitzcken (43 %), Fahrkartenautomaten (28 %) und Touch-Screen-Terminals (25 %) sind häufig vertreten. Ein Getränkeangebot bieten 10 % aller Mobilitätszentralen. Mit jeweils einer Nennung sind Kinderspielecken, Ausstellungsvitrinen, Cafés und Bibliotheken eher zu den Ausnahmen bei den Ausstattungsmerkmalen zu rechnen.

### ***Standards und Empfehlungen***

In der Praxis scheint sich eine Mindestgröße von zwei Beraterplätzen etabliert zu haben, dies sollte als Mindeststandard gelten. Zwei Mitarbeiter bringen wesentliche Vorteile im alltäglichen Betrieb, sei es bei kurzfristigen Vertretungen, Bedienung von Kunden und Telefon etc. Für den Kunden sollte zumindest ein Platz mit einer Sitzmöglichkeit zu Verfügung stehen – möglichst mit Sichtmöglichkeit auf den Bildschirm des Beraters: Da bestimmte Mobilitätsprobleme umfangreicherer Beratung bedürfen und deren Lösung mit zu den Kernaufgaben einer Mobilitätszentrale gehört, sollte dem Kunden die Möglichkeit geboten werden, sich auf eine längere Beratung einzulassen. Die Notwendigkeit des Vorhandenseins möglichst umfassender und aktueller Informationen erfordert eine diesen Aufgaben angemessene Infrastruktur: Die Informationstechnologie, das heißt die EDV inkl. Software und die Telefonanlage sollte modernen Ansprüchen genügen. Zur Selbstbedienung lässt sich den Kunden mit relativ geringem Aufwand ein umfangreiches Angebot machen: Prospektauslage und Infowände bzw. -säulen oder -bildschirme sollten zum Mindeststandard jeder Mobilitätszentrale gehören.

Als weitergehende Empfehlung lässt sich eine Größe der Nutzfläche von mindestens 30 bis 40 m<sup>2</sup> festschreiben, zusätzliche Sozialräume sind dabei notwendig. Wünschenswert sind auch eine Sitzecke für lesende oder wartende Kunden, um Aufenthaltsqualität bei Wartezeiten herzustellen und um den kommunikativen Charakter der Mobilitätszentrale zu betonen. Dazu gehört auch eine kleine Spielecke für die kleinen Kunden. Der in der Literatur beschriebene zusätzliche Raum sowie ein Back Office sind sinnvolle Ergänzungen für eine Mobilitätszentrale.

<b>A u s s t a t t u n g</b>
<b><i>Standards</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» mindestens zwei Beraterplätze</li> <li>» Sitzmöglichkeit für den Kunden (möglichst mit Bildschirmeinsicht) an mindestens einem Platz</li> <li>» EDV-Equipment, Software und Telefonanlage nach Art der Aufgaben; Internetzugang</li> <li>» Prospektauslage und Infowände, -säulen oder -bildschirme</li> </ul>
<b><i>Empfehlungen</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» mindestens 30-40 m<sup>2</sup> Nutzfläche (plus Sozialräume)</li> <li>» separate Sitzecke für Kunden</li> <li>» Spielecke für Kinder</li> <li>» Back-Office bzw. weiterer Raum (z. B. für Veranstaltungen)</li> </ul>



### 3.9 Informationsquellen

Die Mobilitätsberatung der Kundinnen und Kunden steht und fällt mit der Qualität der Informationsquellen. Die zur Verfügung stehenden Informationen müssen umfassend, gut strukturiert und aktuell sein. Da die verfügbaren Informationen lokal unterschiedlich sind, entzieht sich das Thema Informationsquellen weitgehend einer Standardisierung. Die *Literatur* betont insbesondere die Unverzichtbarkeit einer elektronischen Fahrplanauskunft (Kinder/Schäfer-Breede 1998, S.T.E.R.N. 1998, Thiesis 1998). Kinder und Schäfer-Breede halten weiterhin einen direkten Draht zu betrieblichen Leitstellen, zu regionalen und bundesweiten Informations- und Buchungssystemen und zu den wichtigsten Kooperationspartnern für entscheidend.

Besonders die Verkehrsverbünde und die Deutsche Bahn AG sind nach der *Befragung* die wichtigsten Datenlieferanten von Mobilitätszentralen (vgl. Abb. 12). Quasi alle Mobilitätszentralen greifen auf ihre Daten zurück. Aber auch andere Verkehrsverbünde, z. B. benachbarte, sind bei 73 % der Zentralen ein wichtiger Informationslieferant. Der große Umfang des Informationsangebotes schlägt sich auch im Spektrum der genutzten Datenlieferanten nieder: Tourist-

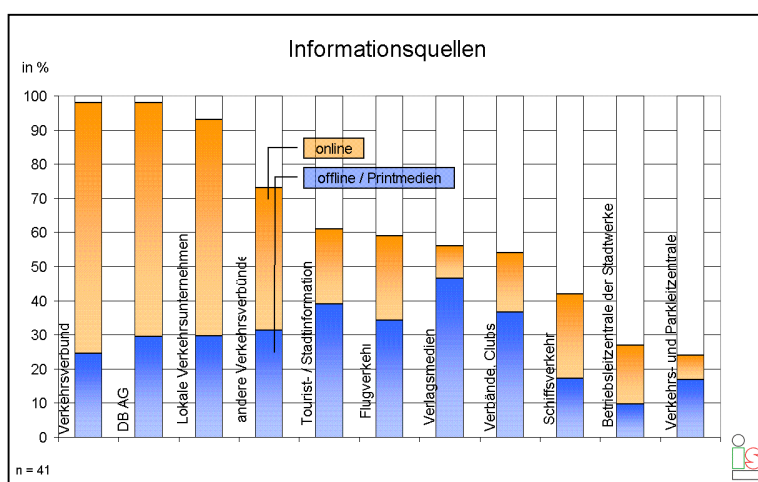


Abb. 12: Informationsquellen der Mobilitätszentralen

(eigene Erhebung)

informationen (61 %), Verlage (56 %), Verbände (54 %) und Reedereien (42 %) sind für die meisten Mobilitätszentralen hier bedeutende Partner. Weniger stark vertreten sind Betriebsleitzentralen (27 %) oder Verkehrsleitzentralen (24 %). Die Informationen werden den Mobilitätszentralen zum Teil online zur Verfügung gestellt, zum Teil greifen die Zentralen aber auch noch auf klassische Medien wie den gedruckten Fahrplan zurück. Mit der Bedeutung der gelieferten Informationen scheint auch der

Anteil der online zur Verfügung gestellten Information zu wachsen: So liegt beim eigenen Verkehrsverbund (75 %), bei der DB AG (70 %) und beim eigenen Verkehrsunternehmen (68 %) der Online-Anteil besonders hoch. Bei den Touristinformationen dagegen liegt der Online-Anteil erst bei 36 %.

#### Standards und Empfehlungen

Wegen der oben beschriebenen notwendigen regionalen Unterschiede in der Informationsbeschaffung, können keine Standards zur Art der Informationsquellen aufgestellt werden. Allerdings sollten bei der Verfahrensweise bestimmte Mindeststandards von allen Mobilitätszentralen eingehalten werden. So ist bei der Informationsbeschaffung und -aktualisierung ein Prozessmanagement unabdinglich. Besonders bei der Erstellung der wesentlichen Grundlage von Mobilitätsberatung, der Information, mit hohen Ansprüchen an Qualität und Aktualität muss auf optimierte Prozesse ohne Reibungsverluste geachtet werden. Der Zugriff auf die elektronischen Fahrplanauskünfte nach Stand der Technik sollten eine Standard- Informationsquelle einer jeden Mobilitätszentrale darstellen und so den Zugriff auf bundesweite ÖPNV-Informationen ermöglichen. Über alle in der Region vorhandenen Verkehrsangebote sollte in der Zentrale zumindest mit Hilfe aktueller Printmedien informiert werden können.



Darüber hinaus sollte ein zunehmender Anteil von Online-Informationen und dynamischen Informationen angestrebt werden, um die Aktualität der Daten gewährleisten zu können. Mit wachsender Aufbereitung aktueller Verkehrsdaten für das Internet kann hier eine relativ einfach zugängliche Quelle für die Unterstützung der Mobilitätsberatung genutzt werden. Unterstützt werden kann dies durch die Bildung von regionalen Informationsplattformen, auf denen Informationen über alle Verkehrsmittel gesammelt, aufbereitet, miteinander vernetzt und zentral gepflegt werden können. In einem regionalen Netzwerk von Mobilitätszentralen sollte dies Aufgabe der zentralen Dienste sein. So kann ein einheitlicher Standard gewährleistet werden und es können gleichzeitig die Berater/-innen vor Ort entlastet werden. Ergänzend ist eine Kooperation mit den verschiedenen Verkehrsleitzentralen und -stellen sowie anderen Mobilitätszentralen anzustreben, um ein Informationsnetzwerk auch für spezifische Informationsbedarfe aufzubauen.

<b>I n f o r m a t i o n s q u e l l e n</b>
<b>Standards</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Prozessmanagement bei der Informationsbeschaffung und -aktualisierung</li> <li>» Elektronische Fahrpläne des Öffentlichen Verkehrs (bundesweit) nach Stand der Technik</li> <li>» mindestens aktuelle Printmedien zu allen in der Region vorkommenden Verkehrsangeboten</li> </ul>
<b>Empfehlungen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» möglichst hoher Anteil von Online- bzw. dynamischen Informationen, auch über Intranet</li> <li>» Etablierung von regionalen Informationsplattformen</li> <li>» Kooperation mit anderen Leitzentralen, Leitstellen oder Mobilitätszentralen</li> </ul>

### 3.10 Außendarstellung

Unter Gesichtspunkten der Standardisierung ist die Außendarstellung der Mobilitätszentralen mit zwei Aspekten interessant: Zum einen ob die einzelne Mobilitätszentrale ein geschlossenes Konzept für ihren Außenauftritt besitzt, zum anderen inwieweit die Auftritte von Mobilitätszentralen übergreifende Gemeinsamkeiten aufweisen. In diesem Projekt lag der Schwerpunkt eindeutig auf dem letztgenannten Aspekt. Die Gemeinsamkeiten in der Außendarstellung von Mobilitätszentralen – sei es bei einzelnen Gestaltungsmerkmalen oder im gesamten Gestaltungskonzept – würden besonders die Wiedererkennung der Einrichtung der Mobilitätszentrale beispielsweise in unterschiedlichen Städten erhöhen. Auf der anderen Seite besteht mit steigender Vereinheitlichung auch die Gefahr des Verlustes der ortsspezifischen Identität. Die *Literatur* schlägt so auch unterschiedliche Grade der Vereinheitlichung vor: Klewe (1998) sieht einen gemeinsamen Titel bzw. Untertitel als wünschenswert an, während andere (Allekotte et al. 1998 und Aurich et al. 1998) eine Vereinheitlichung in Namen, Design und Telefonnummer für anstrengenswert halten. VDV und BMVBW (2001) empfehlen den Namenszusatz „Mobilitätszentrale“. Der Zweckverband Braunschweig (2000) schreibt in seinen Förderrichtlinien ein einheitliches Logo, eine einheitliche Bezeichnung und eine „gewisse Einheitlichkeit“ in Mobiliar und Gestaltungselementen für die Mobilitätszentralen der Region vor.

In der *Befragung* zeigt sich die Außendarstellung der existierenden Mobilitätszentralen in Deutschland uneinheitlich. So haben die 35 Mobilitätszentralen 24 unterschiedliche Namen. Nur elf von ihnen benutzen als einen Bestandteil ihres Namens den Zusatz „Mobilitätszentrale“ (insbesondere im Rhein-Main-Verkehrsverbund), der Begriff „mobile“ als Kurzname wird zweimal verwendet (Münster, Freiburg). Ein ähnlich uneinheitliches Bild zeigt sich bei den Telefonnummern: Eine einheitliche Nummer fehlt. Neben den Zentralen, die über eine normale Ortsnetznummer erreichbar sind, sind zehn Mobilitätszentralen über 0180-Nummern anwählbar. Wobei hier sowohl 01801-, 01802- und 10803-Nummern mit ihren unterschiedlichen Tarifen (2,5/4,6 ct/min, 6,2 ct pro Anruf und 9 ct/min) vertreten sind.

Innerhalb der einzelnen Mobilitätszentralen ist die Wichtigkeit eines einheitlichen Auftritts erkannt worden, 90 % der Mobilitätszentralen haben ein Konzept für das Corporate Design (CD). 92 % der befragten Zentralen benutzen ein Logo, 78 % ein einheitliches Druckbild in Publikationen und der Werbung. Die Einrichtung (46 %) und die Kleidung (35 %) folgen weitaus seltener einem Corporate Design. In der überwiegenden Zahl der Fälle (57 %) ist das Design in das Konzept einer Trägerorganisation

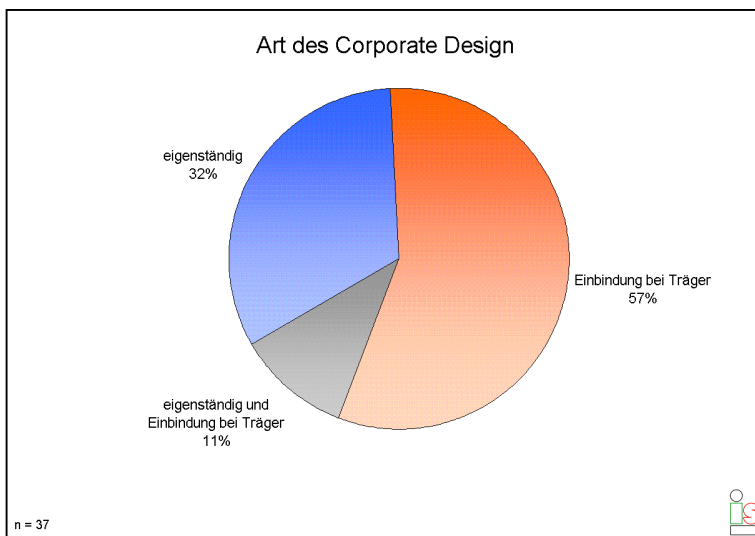


Abb. 13: Art des Corporate Design

(eigene Erhebung)

eingebunden, 32 % der Mobilitätszentralen haben allerdings ein eigenständiges Konzept (vgl. Abb. 13). Besonders bei einer Einzelträgerschaft durch ein Verkehrsunternehmen werden die Mobilitätszentralen eher in das CD des Unternehmens eingebunden. Die Werbung für das Angebot der Mobilitätszentralen erfolgt überwiegend in eigenen Printmedien (95 %) und in Zeitungen bzw. Zeitschriften (80 %). Eine kleinere Rolle spielt Werbung für bestimmte Ziel-

gruppen: Kinder und Jugendliche werden von 28 % der Mobilitätszentralen umworben, Berufs- und Ausbildungspendler von 25 %. Touristen, Großkunden, Senioren und Studenten wird nur von jeweils weniger als 10 % der Mobilitätszentralen spezielle Aufmerksamkeit in der Werbung geschenkt. Freizeitwege werden von 28 % der Mobilitätszentralen beworben, Einkaufswege von 28 %.

In den Diskussionen des *Workshops* wurde ein einheitlicher Name als nicht realisierbar abgelehnt, da die Träger und/oder Finanziere von Mobilitätszentralen gewöhnlich eine hohe Betonung auf die lokale Identität von Mobilitätszentralen legen. Als realistischer wurde ein gemeinsamer, allgemein verständlicher Namenszusatz angesehen. Auch beim Corporate Design wurde nur eine vergleichsweise minimalistische Lösung als durchsetzbar erachtet: Ein Symbol (wie das „U“ für die U-Bahn) soll als gemeinsames Erkennungszeichen der Mobilitätszentralen dienen. Für einfacher wurde die Durchsetzung einer gemeinsamen Rufnummer gehalten. Als Grundlage könnte hier die in Nordrhein-Westfalen eingeführte Nummer (0 18 03) 50 40 30 dienen. Unabdingbare Voraussetzung für eine gemeinsame Rufnummer ist allerdings, dass der unter der Nummer zu erwartende Service Mindestqualitätsanforderungen genügt.

### ***Standards und Empfehlungen***

Als Mindeststandards sollten zumindest ein einheitlicher Namenszusatz und ein einheitliches Symbol gelten. In beiden Fällen muss ein für alle akzeptables Gestaltungskonzept erst noch entwickelt werden. Diese einheitliche Kennzeichnung würde eine überregionale Identifizierbarkeit der Einrichtung „Mobilitätszentrale“ ermöglichen, ohne die lokalen Identitäten der Mobilitätszentralen zu verwischen. Außerdem würden diese einheitlichen äußeren Merkmale die Mobilitätszentralen mit einem höheren Wiedererkennungswert versehen und gleichzeitig die Möglichkeit zur überregionalen Werbung schaffen.

Empfohlen wird in jedem Fall, ein eigenständiges Corporate Design für die Mobilitätszentrale vorzusehen bzw. sie in das Corporate Design der Trägerorganisation einzubinden. Eine einheitliche Telefonnummer würde den gemeinsamen Auftritt der Mobilitätszentralen konsequent weiterführen. Die Anrufer müssen hinter einer identischen Telefonnummer dann aber auch Leistungen mit einem einheitlichen Mindestqualitätsniveau erwarten können. Die Frage der einheitlichen Telefonnummer bedarf einer weiteren Diskussion vor dem Hintergrund der technischen Möglichkeiten und der wirtschaftlichen Interessen.

<b>A u ß e n d a r s t e l l u n g</b>
<b><i>Standards</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» Nutzung eines bundesweit einheitlichen Namenszusatzes (<i>noch zu entwickeln</i>)</li> <li>» Nutzung eines bundesweit einheitlichen Symbols (auch für Wegweisung und Stadtpläne) (<i>noch zu entwickeln</i>)</li> </ul>
<b><i>Empfehlungen</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>» eigenes Corporate Design oder Einbindung in Corporate Design der Trägerorganisation</li> <li>» Nutzung einer (bundesweit) einheitlichen Telefonnummer (bei Einhaltung von Mindeststandards bei der Auskunft)</li> </ul>

#### 4. Qualität durch die Orientierung an Prozessen

Im vorhergehenden Kapitel sind Mindeststandards für einzelne Handlungsfelder vorgestellt worden. Dabei ist die Mobilitätszentrale in einzelne Bausteine zerlegt worden, die in der Addition die komplette Institution ergeben. Diese analytische Sicht soll im Folgenden um eine mehr prozesshafte Sicht ergänzt werden. Denn zu dem Ziel der Steigerung der Qualität tragen nicht allein Standards bei Angebot, Personal oder Ausstattung bei, sondern ebenso die Optimierung der Abläufe und Ablauforganisation (vgl. Fahle 2001). Ziel der Optimierung sind dabei eine hohe Kundenzufriedenheit sowie eine mögliche Kostenreduzierung aus betriebswirtschaftlicher Sicht. Die Prozessoptimierung und eine kontinuierliche Verbesserung sind wichtige Inhalte eines Qualitätsmanagements. Als Prozesse werden dabei die wiederkehrenden Arbeitsabläufe mit festem Zeit- und Mitteleinsatz bezeichnet (bfub 2000, 54).

Für das Qualitätsmanagement ist mittlerweile eine systematische Methodik entwickelt worden. Die Begriffe Total Quality Management, Total Quality Control, ISO 9000:2000ff oder European Foundation for Quality Excellence Modell stehen beispielhaft für verschiedene strukturierte Methoden zur Implementierung eines Qualitätsmanagements. Was in der industriellen Fertigung seinen Ursprung hat, wird heute zunehmend auch im Dienstleistungsbereich angewandt.<sup>8</sup> Bei Mobilitätszentralen sind solche Ansätze derzeit noch nicht in Gebrauch. Sei es, dass diese in der Startphase zu sehr damit beschäftigt sind, ihre Serviceangebote „zum Laufen“ zu bringen, sei es, dass der Aufwand zur Umsetzung eines Qualitätsmanagement-Systems als zu hoch eingeschätzt wird. Aber auch wenn es nicht in erster Linie um die komplette Umsetzung von Qualitätsmanagement mit kompletter Dokumentation und Audit, also systematischer Überprüfung, geht, so können die Prinzipien des Qualitätsmanagements handlungsleitend bei der Einführung qualitätssichernder Verfahren sein.

Die internationale Norm ISO 9000:2000 benennt acht Prinzipien für ein Qualitätsmanagement (ISO 2000), welche im Folgenden für Mobilitätszentralen „übersetzt“ werden. Dabei kann die Thematik nur kurz gestreift werden, denn das Thema Qualitätsmanagement war nicht Kern dieses Projektes (vgl. auch bfub 2000, Wimmer 2001, Müller 2001, DZB/ILS 2001). Festzustellen ist allerdings, dass die Prinzipien in der Regel gut auf Mobilitätszentralen übertragbar erscheinen:

- *Kundenorientierte Organisation:* Mobilitätszentralen bieten Mobilitätsdienstleistungen direkt dem Kunden an, so dass Kundenorientierung ein hoher Wert für sie ist. In der Regel wird bei Mobilitätszentralen diese Gruppe mit dem Zielgruppenbegriff weiter differenziert. Daneben existieren weitere Kunden, so etwa die Träger oder die Politik als Förderer und Finanzier. Neben solchen externen Kunden werden im Prozessmanagement interne Kunden unterschieden, also die in einem Standardablauf vor- oder nachgelagerten Personen. So ist der Mobilitätsberater am Counter Kunde derjenigen Person, die für die Datenaufbereitung zuständig ist. Wichtig für Kundenorientierung ist es, die Kundenerwartungen möglichst genau zu kennen. Hierzu sind entsprechende Erhebungen durchzuführen. Ebenso sollte die Kundenzufriedenheit gemessen werden.
- *Führung:* Die Leitung der Mobilitätszentrale (bzw. die Leitung der Trägerorganisation/-en) hat die Verantwortung für die Leitlinien und strategischen Ziele. Sie ist auch für die Planung zuständig, die die operationalisierten Ziele und die Planung der Arbeitsschritte umfasst, und sollte das entsprechende Arbeitsumfeld schaffen und erhalten, damit alle Mitarbeiter/-innen zum Erreichen der Ziele beitragen können. Dazu gehört auch das Umsetzen von Mindeststandards und einer hier skizzierten Qualitätspolitik. Entscheidend ist, ob es der Leitungsebene gelingt, die generelle Orientierung zu geben und vorzuleben.

---

<sup>8</sup> Ein Ziel der jüngsten Überarbeitung der zentralen internationalen Normenserie zum Qualitätsmanagement ISO 9000:2000 ist die leichtere Nutzbarkeit gerade für den Dienstleistungssektor.

- *Einbeziehung der Menschen:* Mobilitätszentralen arbeiten durch Kommunizieren und Organisieren. Die in ihnen arbeitenden Menschen bestimmen damit einen großen Teil der Qualität der Dienstleistungen und somit des Erfolgs. Die weitest gehende Beteiligung der Mitarbeiter/-innen an den betrieblichen Belangen aktiviert das in ihnen steckende Potenzial zur Erfüllung der gemeinsamen Aufgaben. Ziel muss sein, Motivation, Engagement, Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein der Beschäftigten zu stärken, was am ehesten durch Dialog möglich ist und nicht durch übermäßige Reglementierung.
- *Prozessorientierung:* Bei einer prozessorientierten Organisation steht der Ablauf der wiederkehrenden Aufgaben und damit der Kunde (intern wie extern) im Mittelpunkt.<sup>9</sup> Für eine Optimierung müssen Kernprozesse (z. B. Beratung am Counter), Leitungsprozesse (z. B. Zielsetzung) und unterstützende Prozesse (= Serviceprozesse, z. B. Personalverwaltung) benannt werden.<sup>10</sup> Wichtig ist, jeweils die Ziele, den Input (Menschen, Ressourcen, Kooperationen etc.), den Output in Form von Ergebnissen und auch die einzelnen Schnittstellen im Ablauf zu betrachten. Dabei sollten klare Zuständigkeiten bei den einzelnen Schritten benannt werden und es sollte nach Verbesserungspotenzialen gesucht werden.
- *Systemorientierung für das Management:* Die Systemorientierung beinhaltet, dass die verschiedenen als wichtig erachteten Prozesse (s. o.) nicht isoliert betrachtet werden, sondern als miteinander vernetzt. Das führt zu einem besseren Verständnis der Schlüsselprozesse und ihrer Wechselwirkungen sowie einer verbesserten Aufteilung von Rollen und Verantwortlichkeiten. In Mobilitätszentralen sollte z. B. Klarheit über die Rollenaufteilung zwischen Lenkungsaufgaben und der eigentlichen Beratungstätigkeit geschaffen werden.
- *Ständige Verbesserung:* Ein Grundelement des Qualitätsmanagements ist das Denken in Kreisläufen. Die ständige Verbesserung resultiert dabei aus einem fortlaufenden Kreislauf mit den Bereichen Zielfindung, Entwicklung der Dienstleistung, Prozess der Leistungserbringung, Erfolgskontrolle und Analyse, erneuter Input in die Zielfindung, Entwicklung und Dienstleistungserbringung etc.
- *Faktisches Vorgehen zur Entscheidungsfindung:* Entscheidungen sollten auf der Basis von regelmäßigen Daten und Informationen, die Auskunft über die Qualität und den Erfolg der Mobilitätsdienstleistungen geben, getroffen werden. Die Erfolgsmessung sollte auf der Basis konkreter festgelegter Ziele erfolgen (also z. B. xy Nutzer einer Dienstleistung, xy Artikel in der Presse, xy % Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung). Die Erfolgsmessung selbst kann mit verschiedenen Instrumenten durchgeführt werden, z. B. Nutzungsstatistiken, Dokumentationen, Kundenbefragungen, Haushaltsbefragungen. Wichtige Ebenen der Erfolgsmessung sind Bekanntheitsgrad und Nutzung der Dienstleistungen, Zufriedenheit mit den Dienstleistungen oder Auswirkungen auf das Verkehrsverhalten. Die neu einzuführende Norm DIN EN 13816 wird zukünftig die Messung von Dienstleistungsqualität vorschreiben. Sie gibt dazu als Verfahren die Kundenzufriedenheitsmessung, das Mystery-Shopping mit Testkunden und direkte Messverfahren an (Bihn 2002, S.12).
- *Gegenseitige Vorteile in den Lieferantenbeziehungen:* Dieses Prinzip kann für Mobilitätszentralen im Hinblick auf die Kooperationen mit Dritten interpretiert werden. Diese sollten als Partnerschaften mit gegenseitigem Nutzen sowohl kurzfristig als auch langfristig ausgestaltet werden. Dies führt zu einem Wertzuwachs für alle Parteien und insbesondere zu einer

---

<sup>9</sup> Gegenteil dazu sind funktionale Organisationen, die eher hierarchisch verfasst sind.

<sup>10</sup> Ein erster vom Dienstleistungszentrum Bildung der Deutschen Bahn (DZB) und dem ILS (am 02.04.01 in Bad Homburg) durchgeführter Workshop zur „Prozessorientierung in den Mobilitätszentralen“ hat die folgenden zentralen Prozesse untersucht: Beratungsgespräch optimieren, Dienstleistungen konzipieren, Kommunikationswege definieren, Kooperationspartner definieren und Angebote kundengerecht gestalten.

erhöhten Kompetenz der Mobilitätszentrale, indem das Leistungsspektrum über die Zusammenarbeit mit Dritten verbessert werden kann.

Ein in Europa weit verbreitetes Qualitätsmodell, welches die oben genannten Prinzipien beinhaltet und sich auch auf Dienstleistungen und im Öffentlichen Sektor anwenden lässt, ist das EFQM Excellence Modell der European Foundation for Quality Management (EFQM 1999). Es basiert auf den Grundprinzipien der gleichzeitigen Betrachtung von Menschen, Prozessen und Ergebnissen. Während eine alleinige Ausrichtung an den Ergebnissen den Blick in die Vergangenheit richtet, so ermöglicht die Behandlung der Prozesse die bessere Gestaltung der Zukunft (Kirstein 2000). Abbildung 14 zeigt die Anwendung des EFQM-Modells auf die Mobilitätszentralen. Dabei werden insgesamt neun Kriterien unterschieden. Die so genannten Potenzialfaktoren umfassen die Führung, die Mitarbeiter, die Bereiche Politik/Strategie, Partnerschaft/Ressourcen sowie die Prozesse. Bei den Ergebnissen wird in vier Kategorien differenziert. Wichtigste Zielgruppe ist dabei selbstverständlich der Kunde, hier als Nutzer der Informationen und Dienstleistungen verstanden. Aber auch die Mitarbeiterzufriedenheit ist wichtig, denn das Verhalten der Mitarbeiter bestimmt die Qualität der Dienstleistung mit. Weitere Kategorie sind die Ergebnisse für die Gesellschaft. Hier sind etwa die Wirkungen einer Mobilitätszentrale auf das Verkehrsverhalten

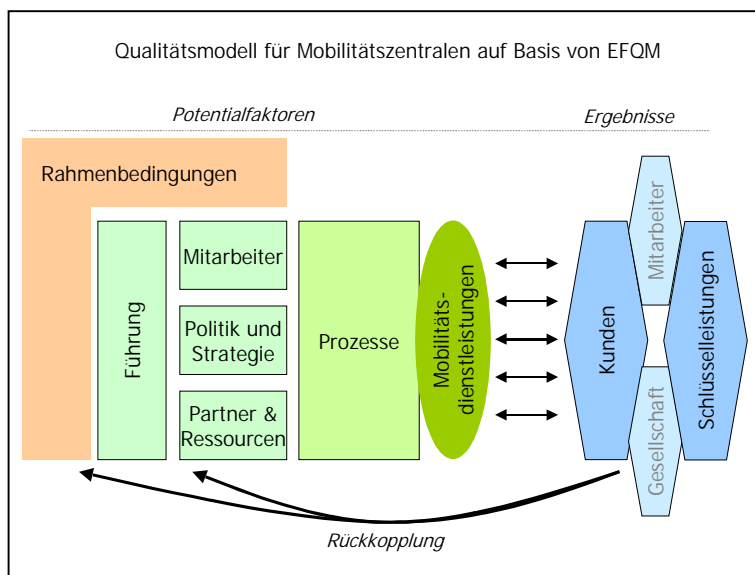


Abb. 14: Qualitätsmodell für Mobilitätszentralen auf Basis des EFQM-Modells<sup>©</sup> (eigene Darstellung)

und damit auf die Umweltsituation, die Verringerung von Staus oder die Erfüllung sozialer Ziele, z. B. bessere Informationen für ältere Mitbürger/-innen gemeint, die zum Beispiel als Legitimation für ein kommunales Engagement dienen können. Mit Ergebnissen der Schlüsselleistungen ist schließlich gemeint, wie die Erfüllung der eigenen Ziele gelingt. Dabei können finanzielle wie nicht-finanzielle Indikatoren (z. B. Nutzung, Bekanntheit, Einführung neuer Dienstleistungen, Auszeichnungen, Resultate von Prüfungen) herangezogen werden.

Ergänzt worden ist die Grafik um den Bereich der Rahmenbedingungen, denn diese spielen für Mobilitätszentralen in vielen Fällen eine wichtige Rolle. Dabei sind beispielsweise zu berücksichtigen das lokale politische Umfeld, das Spektrum vorhandener Verkehrsdienstleister und -serviceeinrichtungen, die Existenz von Fördermitteln oder etwaige Aussagen zu Mobilitätszentralen in Verkehrsentwicklungs- oder Nahverkehrsplänen. Diese können ein ebenso großes Gewicht als Inputfaktor bekommen wie die klassischen Potentialfaktoren (s. o.), so dass sie beim Qualitätsmanagement Berücksichtigung finden sollten, soweit sie überhaupt durch die Mobilitätszentrale beeinflusst werden können. Falls dies nicht der Fall ist, müssen sie zumindest nachrichtlich in die eigenen Planungen übernommen werden.

Als Einstieg in eine Qualitätspolitik bei Mobilitätszentralen mit verhältnismäßig geringem Aufwand werden hier folgende Elemente vorgeschlagen, die im Wesentlichen einem Prozessmanagement entsprechen:

- *Zielplanung*: Dies beinhaltet zunächst eine Leitbilderstellung. Fortgesetzt wird dieses über die strategischen Ziele, die längerfristige Festlegungen und zentrale Fragen behandeln. Diese müssen in operationale Ziele heruntergebrochen werden, die im günstigsten Fall messbar sind und zur Planung von einzelnen Maßnahmen und Aktivitäten dienen (vgl. bfub 2000).
- *Prozessanalyse*: Hier werden die zentralen Prozesse identifiziert, in einzelne Schritte zerlegt und mit Zuständigkeiten belegt. Input, Schnittstellen und Output werden gemeinsam geplant und ständig verbessert. Fahle (2001) schlägt einen einfachen Qualitätskreis für Mobilitätszentralen vor (vgl. Abb. 15)



Abb. 15: Qualitätskreis für eine Mobilitätszentrale (Fahle 2001)

- *Kundenorientierung*: Zielgruppen und entsprechende Angebote bedürfen der sorgfältigen Definition. Um die Zusammensetzung der Kunden, deren Erwartungen und Zufriedenheit genauer zu erkunden müssen entsprechende Instrumente verwandt werden. Zu den möglichen Methoden gehören die Kundenstrukturanalyse, die Kundenkontaktpunktanalyse und die Kundenzufriedenheitsmessung, die mit Hilfe von Befragungen und Statistiken bewältigt werden können.
- *Erfolgskontrolle und Evaluation*: Wie schon oben genannt, sollte die Erfolgsmessung auf der Basis konkreter Ziele erfolgen. Die Erfolgsmessung selbst kann mit verschiedenen Instrumenten durchgeführt werden, z. B. Nutzungsstatistiken, Dokumentationen, Kundenbefragungen, Haushaltsbefragungen. Wichtige Ebenen der Erfolgsmessung sind Bekanntheitsgrad und Nutzung der Dienstleistungen, Zufriedenheit mit den Dienstleistungen oder Auswirkungen auf das Verkehrsverhalten. Schwieriger sind echte Kosten-Nutzen-Analysen von Mobilitätszentralen, da hier neben den reinen betriebswirtschaftlichen Nutzen (z. B. Mehrfahrten im Öffentlichen Verkehr) auch volkswirtschaftliche Aspekte (Servicequalität für den Bürger, Auswirkungen auf Umwelt, Verkehrssituation, Stadtqualität etc.) zu berücksichtigen sind.

Eine wichtige Anmerkung ist, dass Prozessmanagement bzw. Qualitätsmanagement immer in die täglichen Abläufe integriert werden und nicht als aufgesetztes Projekt wirken sollte. Damit werden die Chancen einer nachhaltigen Umsetzung erhöht. Da die Aktivitäten zur systematischen Verbesserung der Mobilitätszentrale von allen Beteiligten ein großes Engagement erfordern, ist es notwendig, den konkreten Nutzen auch für die Mitarbeiter/-innen darzustellen. Dies kann z. B. weniger Stress durch „stabile“ Prozesse, anspruchsvollere Arbeitsplätze oder eine angenehmere Fehlerkultur bedeuten (Wimmer 2001). Insgesamt erhöht eine Qualitätspolitik die Chancen für eine Umsetzung aufgestellter Standards und trägt mittelfristig zu systematischen Aktivitäten zu deren Verbesserung bei.



## 5. Umsetzung der Standards

Die Aufstellung von Standards ist ein erster Schritt – die Einigung darüber sowie deren Umsetzung in die Praxis müssen folgen. Weil Standardisierung ein gemeinsamer, freiwilliger Prozess innerhalb einer Branche ist, sind die hier formulierten Vorschläge weiter mit den beteiligten Akteuren abzustimmen. Teil 1 dieses Abschnitts diskutiert die möglichen Wege zur weiteren Verankerung der vorgeschlagenen Standards. Teil 2 zeigt die Möglichkeit einer stufenweisen Annäherung an die Standards auf, da beim Aufbau von Mobilitätszentralen Rücksicht auf lokale Bedingungen und knappe Ressourcen genommen werden muss. Zudem wird die Anpassung des eher städtischen Konzepts einer Mobilitätszentrale für den ländlichen Raum diskutiert.

### 5.1 Mögliche Umsetzungsstrategien

#### Abstimmungsprozesse

Grundlegend für eine Umsetzung in die Praxis ist die weitere Diskussion mit den Betreibern von Mobilitätszentralen sowie insbesondere den der Mobilitätszentralen in Planung. Über die Befragung und den Workshop sind die Betreiber bundesweit in die Erarbeitung der Standards eingebunden worden. Der dabei entstandene Arbeitszusammenhang bietet die Chance, mittelfristig ein Netzwerk der deutschen Mobilitätszentralen aufzubauen und sollte deshalb weiter gestützt werden (s. u.).

Bei den Dachverbänden sind insbesondere die normsetzenden Institutionen wie der Verband der Deutschen Verkehrsunternehmen (VDV) und die Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV) von Bedeutung, die jeweils Ausschüsse zu Mobilitätsmanagement und Mobilitätszentralen haben. Im VDV hat der entsprechende Unterausschuss Mobilitätsmanagement gerade gemeinsam mit dem Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen eine Schrift zu Mobilitätszentralen veröffentlicht (s. Literatur), die in weiten Teilen zu ähnlichen Empfehlungen kommt. Das aus 1995 stammende Arbeitspapier zum Mobilitätsmanagement der FGSV ist ebenfalls durch den entsprechenden Arbeitskreis (AK 1.6.11 Mobilitätsmanagement) überarbeitet worden und wurde über das Umweltbundesamt veröffentlicht (vgl. Fußnote 2).

Im Abschnitt zur Trägerschaft wurde deutlich, dass gerade die Kommunen eine wichtige Aufgabe bei der Ausgestaltung von Mobilitätszentralen besitzen. Neben der direkten Trägerschaft durch Kommunen sollten Qualitätsmerkmale ebenfalls in Planwerken wie Verkehrsentwicklungsplänen oder Nahverkehrsplänen enthalten sein. Insbesondere bei einer zunehmenden Zahl von Ausschreibungen im Öffentlichen Personennahverkehr sind die Aufgabenträger gefordert, Standards im Hinblick auf verkehrsmittelübergreifende Informationen und Service umzusetzen. Hierzu muss eine Diskussion mit den kommunalen Spitzenverbänden gesucht werden.

#### Aufbau eines Netzwerkes der Mobilitätszentralen

Die bisherige Zusammenarbeit von Mobilitätszentralen erfolgt überwiegend regional und auch dies nur in begrenztem Maß (vgl. Abb. 16). Eine darüber hinausgehende bundesweite Vernetzung kann für die Umsetzung von Standards förderlich sein und stellt einen weiteren Schritt zur Professionalisierung dar. Auch wenn für die tägliche Arbeit der Mobilitätszentralen im Wesentlichen die lokale und regionale Kooperation notwendig ist, so ist eine bundesweite Zusammenarbeit bei der Entwicklung gemeinschaftlicher Strategien wie einheitlichem Namenszusatz, einheitlichem Symbol oder einheitlicher Telefonnummer von maßgeblicher Bedeutung.

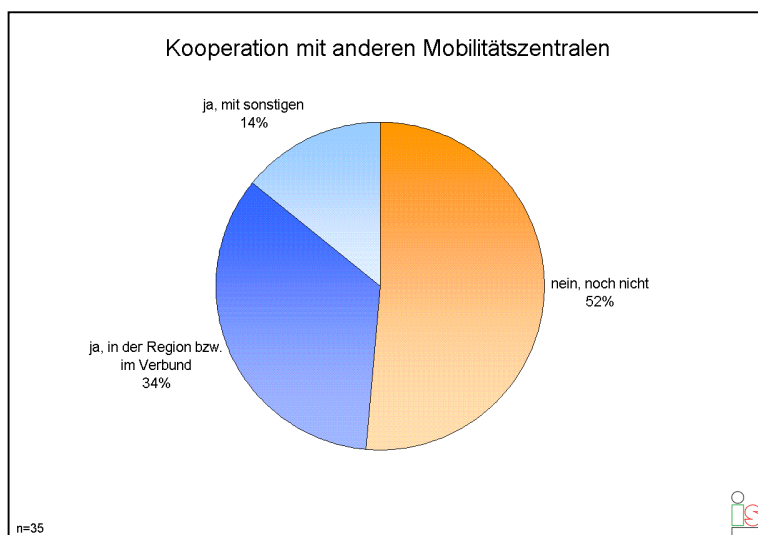


Abb. 16: Bisherige Kooperationen der Mobilitätszentralen

(eigene Erhebung)

Die Alternativen sind dabei die Formierung eines Netzwerkes unter dem Dach einer bestehenden Organisation oder der Aufbau einer eigenen Organisation. Die erste Möglichkeit scheint aufgrund der heterogenen Trägerschaft von Mobilitätszentralen schwierig, da es keine Organisation gibt, von der sich alle Mobilitätszentralen ausreichend repräsentiert sehen. Selbst der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) könnte zunächst nur für die 80 % der Mobilitätszentralen sprechen, bei denen Mitgliedsunternehmen

zu den Trägern gehören. Deshalb ist aus heutiger Sicht mittelfristig die Gründung eines eigenen Verbandes der Mobilitätszentralen zu erwägen. Von den 42 befragten Betreibern halten immerhin 55 % einen gemeinsamen Verband langfristig für denkbar. Negative Äußerungen gab es hingegen lediglich zwei. Erster Schritt ist es aber, zunächst die aufkeimende überörtliche Zusammenarbeit in einem losen Netzwerk zu stützen. Am 19.10.2001 fand in Hannover in Zusammenarbeit von ILS und dem Förderkreis für Mobilitätszentralen und Mobilitätsmanagement (MzM) sowie der üstra als Betreiber der Mobilitätszentrale mobiz ein weiteres Treffen der Mobilitätszentralen statt, auf dem die Ergebnisse des Projekts diskutiert worden sind. Eine Fortsetzung – basierend auf einer Befragung zum Interesse an einem Netzwerk – ist für Juni 2002 vorgesehen.

### Verankerung in Förderprogrammen

Da sich auch in Zukunft nicht alle der in Mobilitätszentralen angebotenen Dienstleistungen über den Markt finanzieren lassen und Mobilitätszentralen zudem ein notwendiges Instrument einer integrierten kommunalen Verkehrspolitik sind, werden diese zu einem gewissen Grad auf überörtliche Fördermittel angewiesen sein. Dies betrifft in erster Linie Investitionskosten beim (Um-)Bau oder der Ausstattung der Zentrale, zum Teil aber auch die Förderung von Servicepersonal- und/oder Qualifizierungskosten. Die Verknüpfung der Vergabe von Fördermitteln an Mindestqualitätsstandards ist somit ein wirkungsvolles Mittel, um die Umsetzung der Standards sicherzustellen, und soll hier empfohlen werden. Dabei sind verschiedene Ebenen angesprochen: Zum einen die Landesebene, zum anderen die regionale Ebene, z. B. der regionalen Zweckverbände als Aufgabenträger des Öffentlichen Personennahverkehrs.

Auf Landesebene stellen die Förderrichtlinien Stadtverkehr (FöRi-Sta, MSKS 1998) das bedeutendste Förderinstrument des kommunalen Verkehrs dar. Sie regeln die Zuwendungen auf der Basis des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG). In Nordrhein-Westfalen betont dieses Programm die stadt- und umweltverträgliche Gestaltung von Mobilität und die Priorisierung des Umweltverbundes aus Öffentlichem Personennahverkehr, Fuß- und Radverkehr. Mobilitätszentralen gehören derzeit nicht explizit zu den Fördergegenständen der FöRi-Sta, da sie auch nicht im entsprechenden § 2 des GVFG enthalten sind. Die Stadtverkehrsförderung auf Basis des GVFG ist vorwiegend ein Infrastrukturprogramm mit den Schwerpunkten beim Straßenbau, Radwegen, Einrichtungen des ÖPNV oder Verkehrstelematik. In der 1998 überarbeiteten Fassung wird immerhin auf den Verständniswandel in der Stadtverkehrspolitik hin zu weiteren

Aufgaben bei der Steuerung der Verkehrsnachfrage im Sinne des Mobilitätsmanagements verwiesen. Eine explizite Aufnahme von Mobilitätsmanagement-Maßnahmen ist aber unterblieben, wohl auch unter dem Einfluss der vermeintlich geringen inhaltlichen Spielräume, die das GVFG bzw. seine Vollzugspraxis erlauben. Es gibt allerdings die Meinung, dass das Bundesverkehrsministerium die Förderung von Mobilitätszentralen aus GVFG-Mitteln nicht grundsätzlich ausschließt, die Länder dieser allerdings wenig Priorität beim Vollzug zumessen.<sup>11</sup> Es wäre also zu prüfen, ob bei einer Überarbeitung der Förderrichtlinien Stadtverkehr durch die Aufnahme eines Fördertatbestandes „Mobilitätszentralen“ nicht nur die weitere Verbreitung dieser Einrichtungen gefördert sondern auch entsprechende Qualitätsstandards verankert werden können.

Bisher sind einige Mobilitätszentralen in Nordrhein-Westfalen aus dem Landesprogramm „Sicherheit und Service im öffentlichen Personennahverkehr“ gefördert worden (vgl. Kap. 1.3). Hier liegt der Schwerpunkt auf der Förderung von Dienstleistungen; das Programm ist als Förderprogramm für den ÖPNV aber modal und daher kaum verkehrsmittelübergreifend angelegt. Grundsätzlich könnten die in diesem Bericht vorgeschlagenen Standards in das Programm integriert werden, um es auch auf verkehrsmittelübergreifende Mobilitätszentralen zu erweitern. Empfehlenswerter erscheint jedoch, für den Bereich der Mobilitätszentralen ein eigenständiges Programm aufzulegen. Dies würde der Vielfalt der möglichen Betreibermodelle gerecht werden und gleichzeitig die Wahrnehmbarkeit bei den potenziellen Trägern und in der Öffentlichkeit deutlich erhöhen. Beispiel könnte die Vorgehensweise im Bereich Fahrradstationen sein mit dem Programm „100 Fahrradstationen in NRW“, welches auf GVFG-Mitteln, also auf den oben genannten Förderrichtlinien Stadtverkehr basiert. Vorbildlich sind die dort verankerten Qualitätsmerkmale inklusive eines landesweit einheitlichen Gestaltungskonzepts (ADFC 1998), welches zeigt, wie ein einheitlicher Außenauftritt erreicht werden kann. Ein Förderprogramm für Mobilitätszentralen sollte die in diesem Projekt erarbeiteten Mindeststandards zur Grundlage haben. Aufgrund der Bedeutung des eingesetzten Personals sollte ein entsprechendes Programm finanzielle Hilfen insbesondere bei der Qualifikation der Beschäftigten enthalten.

Eine weitere Alternative ist die Vorgabe von Förderrichtlinien auf regionaler Ebene. Hierfür bieten sich die Zweckverbände als Aufgabenträger des ÖPNV bzw. SPNV an, wobei allerdings der verkehrsmittelübergreifende Ansatz gewährleistet werden muss. Vorbild für eine verbundweite Einrichtung von Mobilitätszentralen mit zentraler Informationsplattform und einheitlichem Erscheinungsbild ist der Rhein-Main-Verkehrsverbund. Der Verbund berät bei der Beantragung von Fördermitteln des Landes Hessen, die aus Regionalisierungsmitteln des ÖPNV gewährt werden. In der Förderpraxis bilden die vom RMV aufgestellten Standards eine wichtige Grundlage. Als erster Aufgabenträger für den ÖPNV hat der Zweckverband Großraum Braunschweig (ZGB) ein eigenes Förderprogramm für Mobilitätszentralen aufgelegt und hierzu entsprechende Richtlinien fixiert (vgl. ZGB 2000). Förderfähig sind dort bauliche Maßnahmen, Ausstattung und Technik, Qualifizierungsmaßnahmen und Marketing bei der Einführung der Mobilitätszentrale. Fördervoraussetzungen im Sinne von Mindeststandards werden für die Bereiche Lage, Zugang und Medien, Öffnungszeiten, Serviceangebot und Außendarstellung aufgestellt. Diese decken sich weitgehend mit den hier vorgeschlagenen Standards – allerdings wird beim Angebot ein Schwerpunkt auf die Verknüpfung von ÖPNV-Informationen und touristischen Aspekten gelegt. Derzeit sind die Mobilitätszentralen im Braunschweiger Raum noch in der Planung. In den jeweiligen Einzelfällen der verschiedenen Vorhaben zeigen sich einerseits Schwierigkeiten der Überführung von einheitlichen Qualitätsstandards in die Praxis, andererseits aber auch deren Notwendigkeit. Die Beispiele Braunschweig und Hessen zeigen einen Weg auf, wie auch in Nordrhein-Westfalen die Ebene der Verkehrsverbände stärker in Entwicklung und Betrieb von Mobilitätszentralen eingebunden werden kann.

---

<sup>11</sup>It. Aussage von Helmut Schad (prognos) im Juli 2001.

### Gütesiegel für Mobilitätszentralen?

Bei der derzeitigen Phase der Entwicklung von Mobilitätszentralen, die geprägt ist durch das weitgehende Fehlen von allgemein verbindlichen Auffassungen über die genaue Ausgestaltung des Instruments, wäre die formale Festschreibung von Standards im Sinne einer Normung ein Schritt zu weit. Die Möglichkeit eines Gütesiegels für Mobilitätszentralen ist allerdings schon positiv erwogen worden (vgl. z. B. die Aussage von Lübke, Hoffmann oder Grüneberg in ILS 2000, S. 185 f.). Gütesiegel sind Hilfsmittel, die Transparenz für den Kunden schaffen, Sicherheit durch eine neutrale Bewertung und somit die Entscheidungsfindung erleichtern. Sie geben aber keine Garantie für eine bestimmte Leistungsgüte der Dienstleistung. Für die Anbieter sind Gütesiegel in erster Linie ein Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb und schaffen Vergleichbarkeit mit der Konkurrenz im Sinne eines Benchmarking. Insgesamt senken Gütesiegel also die Transaktionskosten auf Anbieter- und Kundenseite (vgl. FIR 2000). Da sich Mobilitätszentralen aber in ihrer Region in der Regel nicht dem Wettbewerb mit gleichartigen Einrichtungen stellen müssen<sup>12</sup>, erscheint die Entwicklung eines entsprechenden Gütesiegels derzeit nicht vorrangig zu sein. Primärer Schritt sollte zunächst die Entwicklung eines einheitlichen Symbols (kein Logo) und Namenszusatzes sein, dessen Vergabe an bestimmte Mindeststandards gekoppelt wird. Dies würde den Wiedererkennungswert und Bekanntheitsgrad der Mobilitätszentralen erhöhen und außerdem könnte das Symbol auch für die Wegweisung oder in Karten verwendet werden.

### Qualitätsmanagement bei Mobilitätszentralen

Wenn vereinbarte Standards bei den meisten Mobilitätszentralen umgesetzt worden sind, bedarf es ständiger Anstrengung, diese zu halten oder sie zu verbessern. Die Sicherung von Qualität kann dabei auf unterschiedliche Weise verankert werden. Zum einen kann ein Qualitätsmanagement nach ISO 9000:2000 ff. oder EFQM-Modell wie in Kapitel 4 dargestellt eingeführt werden. Der Aufbau eines umfassenden Qualitätsmanagementsystems inklusive Leitbild, Qualitätshandbuch, Qualitätsbeauftragtem und regelmäßigen Qualitätsberichten wird die meisten Mobilitätszentralen derzeit aber eher überfordern. Zum anderen sind durchaus schon Ansätze zum Qualitätsmanagement „Marke Eigenbau“, d. h. durch Maßnahmen zur fachlichen Verbesserung ohne Bezug zu spezifischen Labeln bzw. durch Evaluation und praktische Forschung vorhanden (z. B. in Wuppertal, Frankfurt oder Münster). Zwischen diesen Polen gibt es ein breites Spektrum möglicher systematischer Vorgehensweisen mit geringerem Aufwand. Dazu zählen z. B. Qualitätsmanagement durch Organisationsentwicklung, in Anlehnung an die Prinzipien der ISO 9000 oder auch die zielorientierte Entwicklung von Qualitätskriterien, deren Einhaltung kontrolliert wird (Gerull 1999). Wichtig ist, einzig die Zielrichtung einer kontinuierlichen Verbesserung der Dienstleistung im Blick zu halten.

---

<sup>12</sup>Sehr wohl konkurrieren Mobilitätszentralen allerdings mit anderen örtlichen Informations- und Servicestellen im Verkehrs- oder Tourismusbereich (Kundencenter, ReiseCenter, Reisebüro, Tourist-Information, etc.)

### Empfehlungen für Handlungsschritte des Landes NRW zur Umsetzung der Standards

#### Information

- » Publikation der Standards und Empfehlungen in einer Broschüre
- » Aufnahme von Basisinformationen zu Mobilitätszentralen im Internetangebot des MWMEV
- » Unterstützung einer Informationseinrichtung für weitere Informations- und Beratungsangebote zu Mobilitätszentralen
- » Erarbeitung einer Broschüre zur Qualitätssicherung bei Mobilitätszentralen

#### Netzwerkbildung

- » Unterstützung der Netzwerkbildung durch Einberufung einer „Betreiberrunde NRW“
- » Erarbeitung eines landeseinheitlichen Symbols und eines landeseinheitlichen Namenszusatzes in Ermangelung einer bundeseinheitlichen Regelung
- » Initiative zur bundesweiten Kooperation und Standardisierung z. B. über die Verkehrsministerkonferenz der Länder

#### Förderung

- » Initiative zur Ergänzung des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) zur Aufnahme von Mobilitätszentralen als Fördergegenstand bzw. Ergänzung der Förderrichtlinien Stadtverkehr NRW (FöRi-Sta) im gleichen Sinne
- » Auflage eines Förderprogramms „50 Mobilitätszentralen für NRW“ mit expliziter Verankerung der Qualitätsstandards  
*alternativ*: Erweiterung des Landesprogramms „Sicherheit und Service im ÖPNV“ um verkehrsmittelübergreifende Mobilitätszentralen bei gleichzeitiger Verankerung der Qualitätsstandards

## 5.2 Anpassung des Konzepts an lokale Bedingungen

### Aufbaustufen bei Mobilitätszentralen

Die Festsetzung von Mindeststandards für Mobilitätszentralen soll deren Qualität sichern, gleichzeitig muss aber – wie beschrieben – verhindert werden, dass Einstiegshürden für neue Mobilitätszentralen aufgebaut bzw. erhöht werden. Ein bestehendes Kundencenter bietet in vielen Punkten eine gute Basis, auf der sich eine Mobilitätszentrale aufbauen lässt. Dieser Aufbau hat gegenüber einer kompletten Neugründung den Vorteil, dass er in Schritten geschehen kann. In diesen Prozess einzusteigen kann unter Umständen einfacher sein, als eine vollwertige Mobilitätszentrale in einem Schritt einzurichten. Festgesetzte Standards und Förderrichtlinien sollten diesen Prozess berücksichtigen – und sie müssten ihn weitergehend sogar unterstützen und anregen, um zu einer weiteren Verbreitung von Mobilitätszentralen beizutragen. Allerdings darf die Ermöglichung eines weichen Überganges nicht zu einer Aufweichung der Standards führen. Für die Kundinnen und Kunden muss eindeutig erkennbar bleiben, welche Einrichtung eine Mobilitätszentrale ist und was sie von dieser genau erwarten können. Für die Betreiber muss eine eventuelle Förderung den Anreiz geben, den weiteren Schritt zur umfassenden Mobilitätszentrale im Sinne einer Anlaufstelle zu allen Fragen der Mobilität zu gehen. Die Unterstützung von Servicecentern, die sich überwiegend auf die Verkehrsmittel Bus und Bahn konzentrieren, sollte nur als Unterstützung eines Prozesses in Richtung einer Mobilitätszentrale verstanden werden.

Im Rahmen des Projekts sind die derzeit arbeitenden Mobilitätszentralen aufgrund der detaillierten Angaben in den Fragebögen bzw. durch weitere Telefoninterviews kategorisiert worden. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage des verkehrsmittelübergreifenden Serviceangebotes sowie die Breite des Angebots überhaupt. Dabei wurden drei Stufen unterschieden, die sich in der Tabelle und Karte im Anhang wiederfinden. Die Einteilung in die Kategorien folgte der unten stehenden Klassifizierung. Dabei ist offensichtlich, dass es sich in der Praxis eher um ein Kontinuum ver-

schiedener Ausgestaltungen handelt, so dass die Beurteilung in jedem Einzelfall bei einer genaueren Betrachtung anders ausfallen mag.

	Zugang	Lage	Angebot		Medien
<b>Mobilitätszentrale</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	multimodale (d. h. verkehrsmittelübergreifende) Information und Beratung	mindestens Angebote in zwei weiteren Kategorien (Verkauf und Reservierung; Transportorganisation und -koordination; Consulting; Öffentlichkeitsarbeit, Awareness und Bildung), insbesondere - nach außen gerichtet (Öffentlichkeitsarbeit/Awareness, bzw. Aufbau von Consulting) - Verkauf/Vermittlung/Verleih bzw. Aufbau von Transportorganisation	differenzierte Mediennutzung (Face-to-Face, Telefon, Online, Touch-Screen, Printmedien, etc.)
<b>Erweitertes Servicecenter</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	multimodale Information und Beratung konkret geplant bzw. im Aufbau	über den ÖV hinausgehende Angebote geplant bzw. im Aufbau	Hauptmedium, (Face-to-Face, Telefon), Ausbau anvisiert
<b>Servicecenter</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	Information und Beratung insbesondere zum ÖV, aber verkehrsträgerübergreifend (Bus und Bahn, Nah- und Fernverkehr)	Verkauf, Disposition bedarfsgesteuerter Verkehre bzw. auf den ÖV bezogene Dienstleistungen (Beschwerdemanagement, Fundbüro)	Hauptmedium (Face-to-Face, Telefon), plus ggf. weitere
<b>Kundencenter</b>	öffentlich	örtlich verschieden	Information vorwiegend zum Angebot eines Verkehrsunternehmens des Öffentlichen Verkehrs	insbesondere Verkauf bzw. auf den ÖV bezogene Dienstleistungen (Beschwerdemanagement, Fundbüro)	vorwiegend persönlich oder telefonisch

Tab. 2: Grundkriterien für die Klassifizierung von Serviceeinrichtungen im Verkehrssektor

(eigene Darstellung)

Auf der einen Seite gibt es Mobilitätszentralen, die ein verkehrsmittelübergreifendes Spektrum verschiedener Dienstleistungen anbieten, auf der anderen Seite konzentrieren sich die Servicecenter überwiegend auf den Öffentlichen Verkehr, arbeiten aber in der Regel verkehrsträgerübergreifend (Bus und Bahn) und unternehmensübergreifend für eine bestimmte Stadt oder Region. Dazwischen kann als Übergangsstadium das erweiterte Servicecenter charakterisiert werden, bei dem multimodale Serviceleistungen im Aufbau oder konkret geplant sind. Die Differenzierung nach der Multimodalität des Angebots lässt keine Schlüsse auf die jeweilige Größe der Einrichtung zu. Das bedeutet, dass Mobilitätszentralen nicht unbedingt größer sind als Servicecenter, die ebenfalls ein breites Spektrum an Aufgaben erfüllen können. Auch muss die Etablierung eines Servicecenters nicht zwangsläufig später in eine Mobilitätszentrale münden. Dies hängt sehr von der Zielsetzung der Träger ab. Im Sinne der hier formulierten Zielsetzung der stärkeren Integration der einzelnen Verkehrsmittel in einem Gesamtsystem und der Reduzierung der verschiedenen Auskunftstellen zu einer umfassenden Serviceeinrichtung, soll an dieser Stelle die Mobilitätszentrale klar in den Vordergrund gerückt werden; Servicecenter werden als eine erste Aufbaustufe verstanden.

Die oben erfolgte Abgrenzung basiert auf wenigen Kategorien wie Angebot oder Medien. In diesem Bericht sind Mindeststandards in weiteren Bereichen aufgestellt worden. Eine Mobilitätszentrale sollte daher die aufgestellten Standards in allen Bereichen erfüllen, bevor sie als solche bezeichnet wird. Für Übergangslösungen im Sinne eines erweiterten Servicecenters sollen im Folgenden Vorschläge für die einzelnen Handlungsfelder gemacht werden. Bei eventuellen Förderrichtlinien könnten dies Anhaltspunkte für Initiativen sein, die erkennbar auf die stufenweise Entwicklung einer Mobilitätszentrale abzielen.

- Bei den *Serviceangeboten* muss ein erweitertes Servicecenter noch nicht multimodale Informationen liefern, der Öffentliche Verkehr kann hier weiter den Schwerpunkt bilden. Allerdings sollten Servicecenter im Unterschied zu Kundencentern eine verkehrsträger- und unternehmensübergreifende Information und Beratung anbieten (Bus und Bahn). Weiterhin sollte die Organisation bedarfsgesteuerter Verkehre und das Ideen- bzw. Beschwerdemanagement zentraler Bestandteil einer erweiterten Servicezentrale sein. Die Erweiterung der Informations-, Beratungs-, Vertriebs- und Organisationsleistungen im Hinblick auf weitere Verkehrsmittel ist der entscheidende Schritt in Richtung vollwertige Mobilitätszentrale.
- Durch die Konzentration der Information und Beratung auf den Öffentlichen Verkehr ergibt sich auch im Bereich *Personal und Qualifikation* ein Schwerpunkt in diesem Bereich. Wichtig ist jedoch, dass die Qualifikation des Personals mit den wachsenden Angeboten Schritt halten kann – hierzu werden bei Angebotserweiterungen regelmäßige Fortbildungen oder zusätzliches Coaching notwendig.
- Die *Trägerschaft* liegt bei Servicecentern aufgrund der Aufgabenstellung in der Regel im Bereich der Verkehrsunternehmen des Öffentlichen Verkehrs. Die Aufgabenträger oder auch die Verkehrsverbünde sind dabei eng eingebunden oder stellen die primären *Kooperationspartner* dar.
- Im Bereich *Zugang und Medien* ist das erweiterte Servicecenter unter Umständen eingeschränkter, indem es sich auf einen Hauptzugang (eher persönliche Beratung, eher telefonisches Geschäft) konzentriert. Der Komplettservice sollte aber anvisiert werden.
- Für die Bereiche *Lage, Öffnungs- und Sprechzeiten* sowie *Ausstattung* ergeben sich entweder die gleichen Standards wie für eine Mobilitätszentrale, oder aber die Möglichkeit zur schrittweisen Erweiterung fehlt, so dass hier Empfehlungen für ein Übergangsstadium zwischen Kundencenter und Mobilitätszentrale hinfällig sind. Der Bereich *Informationsquellen* ist so eng an das Serviceangebot gebunden, dass gesonderte Empfehlungen nicht sinnvoll erscheinen.
- Bei der *Außendarstellung* sollte eine Vereinbarung getroffen werden, dass der Namenszusatz „Mobilitätszentrale“ und die Verwendung eines entsprechenden Symbols von erweiterten Servicecentern bis zur Erfüllung der vereinbarten Standards nicht verwendet werden kann. Diese müssen die oben erwähnten eindeutigen Zeichen für die Einrichtung Mobilitätszentrale bleiben.

### Mobilitätszentralen im städtischen und ländlichen Raum

Mobilitätszentralen sind aus ihrer Entwicklung heraus zunächst ein eher städtisches Konzept, wobei das Spektrum der Anwendung von Großstädten bis zu kleineren Städten, z. B. zentralen kreisangehörigen Orten reicht. Die ersten Umsetzungen in Orten unter 20.000 Einwohnern (z. B. in Alsfeld, Dippoldiswalde oder Jever) zeigen, dass Mobilitätszentralen auch im ländlichen Raum möglich sind. Gerade in dünn besiedelten Regionen spielen bedarfsgesteuerte Lösungen im Öffentlichen Verkehr eine größere Rolle, so dass der erhöhte Bedarf an Informationen und die notwendige Organisation eine Mobilitätszentrale legitimieren. Allerdings sollte das Angebot im Umweltverbund ausreichend entwickelt sein, bevor es durch eine Mobilitätszentrale weiter vermarktet wird. Die in diesem Projekt dargestellten Standards sind vor dem Hintergrund einer Mobilitätszentrale für den städtischen Raum formuliert worden. Deshalb folgen hier einige Hinweise, wie Mobilitätszentralen im ländlich-regionalen Kontext modifiziert werden können. Bei allen hier nicht aufgeführten Handlungsfeldern ergibt sich aus der Sicht der Bearbeiter kein Modifikationsbedarf.



Im ländlichen Raum könnte ein erster einfacher Einstieg in eine Mobilitätszentrale über die *Nutzung und behutsame Erweiterung vorhandener Strukturen* möglich sein. Hier bieten sich z. B. Bürgerbüros, Kundencenter der Verkehrsunternehmen, Beratungsstellen der Energieversorger und insbesondere Touristinformationen an. Es handelt sich hier in der Regel um Stellen, die Erfahrung bei der Beratung von Bürgern mitbringen, bisher jedoch wenig verkehrliche Informationen zu berücksichtigen hatten. Hier ist über Fortbildungsmaßnahmen für die fachliche Qualifikation zu sorgen.

Insgesamt bietet sich in der Fläche ein eher *dezentrales Konzept* für die Erbringung von Mobilitätsdienstleistungen an. Das bedeutet, dass es nicht unbedingt eine zentrale Mobilitätszentrale gibt, sondern die Informationen über die oben beschriebenen Einrichtungen in die Fläche getragen werden, wobei gleichzeitig die telefonische Beratung eine tragende Rolle spielt. Auch die Einrichtung mobiler Mobilitätszentralen, z. B. in Form von Info-Bussen, kann eine tragfähige Lösung darstellen. Notwendig ist jedoch die Entwicklung eines zentralen Informationskonzeptes, das die Aufbereitung der Daten sowie den Informationsfluss regelt, um eine gleichbleibende Qualität des Service sicherzustellen. Ein Beispiel für ein dezentrales Konzept liefert der Ennepe-Ruhr-Kreis (vgl. Ennepe-Ruhr-Kreis 2000, Hoppe/Jutzler 2000).

Die *Öffnungszeiten* werden im ländlichen Raum ggf. bescheidener ausfallen müssen als der hier geforderte Standard. Wichtig bleibt der Bezug auf die örtlichen Verhältnisse. Die bisherigen Einrichtungen in kleinen Orten zeigen aber, dass eine Öffnung von zehn Stunden montags bis freitags sowie vier Stunden samstags durchaus erreicht werden kann. Hinsichtlich der *Ausstattung* reicht in kleinen Einrichtungen gegebenenfalls ein Beraterplatz.

## 6. Ausblick

Dieses Projekt hat das Ziel verfolgt, Mindestqualitätsstandards für die Entwicklung von Mobilitätszentralen aufzustellen und Wege zu deren Umsetzung vorzuschlagen. In diesem Bericht ist ein entsprechender Vorschlag präsentiert worden, der nun weiterverfolgt werden muss. Neben dem Thema Qualitätssicherung gibt es aber weitere wichtige Themen, die die Diskussion um die Mobilitätszentralen derzeit bestimmen. Hierzu gehören die *dauerhafte Finanzierung* und Absicherung der Mobilitätszentralen sowie eine *Erfolgskontrolle* bezüglich ihrer Wirkungen. Beide sind eng miteinander verbunden.

Förderprogramme für Mobilitätszentralen – soweit vorhanden – beziehen sich insbesondere auf die Investitionskosten bzw. die Startphase (zur Frage der Finanzierung vgl. S. 29 f.). Ein entscheidender Schritt für viele Mobilitätszentralen besteht darin, den Sprung von der (häufig befristeten) Einführungsphase zur dauerhaften Verankerung zu schaffen. Eine langfristige Abhängigkeit von übergeordneter Förderung ist zu vermeiden; allerdings ist auch die Vorstellung einer sich komplett durch Nutzerentgelte selbst finanzierenden Mobilitätszentrale nicht realistisch. Die Kooperation von Kommune/Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen (plus ggf. weiterer Partner) spielt deshalb eine wichtige Rolle. Eine Umlagefinanzierung durch die Mobilitätsanbieter, die einen Nutzen aus der Einrichtung ziehen, bei einer gegebenen Sockelfinanzierung durch die Aufgabenträger, stellt eine plausible Möglichkeit der mittel- bis langfristigen Finanzierung dar.

Für die Kommune ist das Engagement für eine Mobilitätszentrale in der Regel eine freiwillige Aufgabe. In Zeiten knapper Kassen wird dies nur erfolgen, wenn die Mobilitätszentrale als gleichberechtigtes Instrument im Baukasten der nachhaltigen Verkehrsplanung gesehen wird, das eingebunden ist in eine Gesamtstrategie aus Push- und Pull-Maßnahmen. Eine mögliche Quelle einer solchen Sockelfinanzierung sind z. B. in Nordrhein-Westfalen die Mittel nach §14 Regionalisierungsgesetz, die den Aufgabenträgern als Pauschale für die Planung, Organisation und Ausgestaltung des ÖPNV zur Verfügung stehen und die insbesondere für kooperative Maßnahmen gedacht sind.

Für alle Partner einer Mobilitätszentrale stellt sich die Frage, welche Wirkungen diese hat. Stehen für die Verkehrsunternehmen vor allem zufriedene und neue Kunden im Vordergrund, so wird die Kommune darüber hinaus auch an den Auswirkungen auf das allgemeine Verkehrsverhalten interessiert sein. Die Mehrzahl der Mobilitätszentralen verzeichnet stetig steigende Nutzerzahlen. Dazu liefern die ersten vorliegenden Evaluationen Ergebnisse zu einem in der Regel hohen Maß an Kundenzufriedenheit und einem steigenden Bekanntheitsgrad der Mobilitätszentralen (z. B. Münster – ILS 2000a, Stadt Münster 2000; Frankfurt – VGF 1999 oder Wuppertal – Binnenbruck et al. 1998). Auch beinhalten die Studien erste Aussagen über die Effekte hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl. In Münster geben 8 % der befragten Kunden an, umgestiegen zu sein, davon zwei Drittel vom Auto zu den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß). In Frankfurt sind es je nach Befragungsjahr 7-10 %, davon etwa die Hälfte vom Auto auf den Umweltverbund.<sup>13</sup> Auch wenn die Zahlen nicht sehr hoch erscheinen, so sind es – nach jeweils erst 1-1,5 Jahren Betrieb – erste Indizien über Effekte von Mobilitätszentralen in dieser Hinsicht.

Was (flächendeckend) fehlt, sind allerdings Aussagen über die Effekte von Mobilitätszentralen im Sinne von Kosten-Nutzen Rechnungen, die in der politischen Diskussion um die finanzielle Absicherung der Mobilitätszentralen von den Akteuren nutzbar gemacht werden können. Hierbei ist allerdings darauf zu achten, dass solche Kosten-Nutzen-Rechnungen nicht unzulässig auf enge betriebswirtschaftliche Größen wie Erträge der Verkehrsunternehmen verkürzt werden. Aspekte wie der verbesserte Bürgerservice, Imagesteigerungen sowie Effekte auf die Verkehrsmittelwahl

---

<sup>13</sup>Neben einem weiteren Viertel Umsteiger innerhalb des Umweltverbundes gibt es auch einige Kunden, die auf das Auto umsteigen.

und damit gegen die negativen Auswirkungen des wachsenden Pkw-Verkehrs sollten in geeigneter Form erfasst werden. Gerade die Isolierung der Wirkungen einer Mobilitätszentrale stellt allerdings große methodische Herausforderungen. Bei einer Bewertung der Effekte einer Mobilitätszentrale ist auch das Timing von Bedeutung. Da häufig betont wird, welche langfristige Aufgabe die Verhaltensbeeinflussung ist, sollte neu eingerichteten Mobilitätszentralen vor einer Bewertung eine gewisse Arbeitsdauer zugestanden werden.

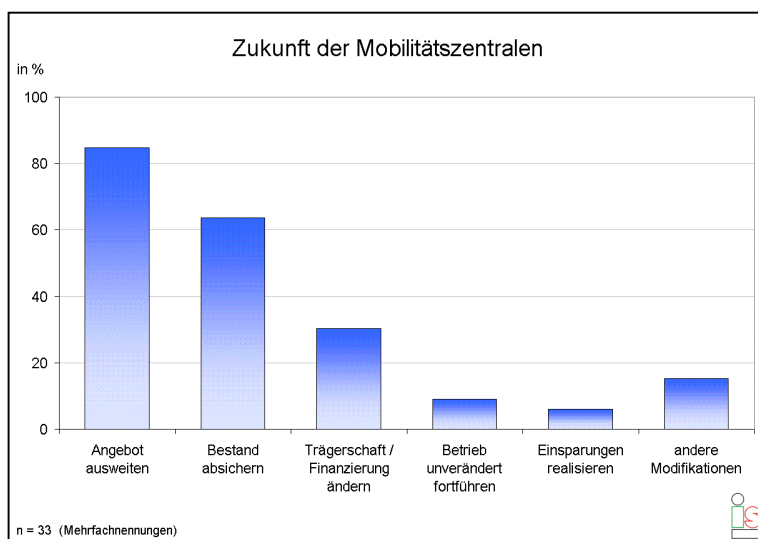


Abb. 17: Zukunft der Mobilitätszentralen (eigene Erhebung)

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass sich die positive Dynamik auch in Zukunft fortsetzen wird. Von 33 antwortenden Mobilitätszentralen geben immerhin 85 % an, dass sie in Zukunft ihr Angebot ausweiten wollen (vgl. Abb. 17). Zugleich müssen aber auch zwei Drittel ihren Bestand absichern. Dies zeigt, dass sich die Einrichtungen noch nicht voll etabliert haben. Rund 30 % wollen etwas bei Trägerschaft oder Finanzierung ändern, aber nur zwei

explizit von Einsparungen. Andere Modifikationen beschäftigen sich mit dem Standort, dem Angebot oder einem verbesserten Marketing.

Bezüglich der möglichen Angebotsausweitungen sind im Abschnitt Serviceangebot Möglichkeiten der Entwicklung aufgezeigt worden (vgl. S. 20f.). In Zukunft wird insbesondere der *Verknüpfung von Mobilitätsdienstleistungen mit Freizeit-, Kultur- und touristischen Informationen* eine besondere Bedeutung zukommen. Tourismus und Freizeit sind in hohem Maß mit Mobilität sowie Informationsbeschaffung verbunden. Zudem besteht hier die Chance, Synergieeffekte durch das Zusammenlegen der vorhandenen Infrastrukturen zu nutzen. So gibt es schon einige Mobilitätszentralen, die zugleich die Funktion der Touristinformation erfüllen (z. B. Bonn, Neuruppin, Stuttgart), sowie weitere, wo dies konkret geplant ist (z. B. Münster).

Die bisherigen Mobilitätszentralen konzentrieren sich bisher stark auf das Kerngeschäft der persönlichen und telefonischen Beratung. Weil zudem die Entwicklung der Telematik und insbesondere die Generierung neuer Informationsdienste über Internet und mobile Endgeräte eher unter dem Dach des Verkehrsmanagements subsumiert wird, erfolgt die *Einbindung neuer Medien* in den Mobilitätszentralen zu langsam. Hier ist in Zukunft eine stärkere Verschmelzung der Felder Mobilitätsmanagement und Verkehrsmanagement zu erwarten, die dazu führt, dass Mehrwertdienste und technische Neuentwicklungen stärker als bisher von den Mobilitätszentralen adaptiert werden. Allerdings wird trotz aller technischer Hilfsmittel für bestimmte Bevölkerungsgruppen die persönliche Beratung weiterhin im Vordergrund stehen.

Eine viel diskutierte Frage ist jene nach der vorrangigen *Zielgruppe* von Mobilitätszentralen: Soll es vor allem um die Gewinnung von Neukunden gehen oder ist ein besserer Service und damit die Sicherung von Stammkunden gleichrangig zu sehen? Hier wird dafür plädiert, beide Ziele gleichrangig zu betrachten. Die Sicherung der vorhandenen Kundenbasis durch eine qualitativ hochwertige Dienstleistung ist bei wachsendem Konkurrenzdruck durch den motorisierten Individualverkehr ein wichtiges Ziel. Neukunden sind am ehesten bei den Gelegenheitsautofahrern zu

erwarten. Die Erwartungen bezüglich eines veränderten Verkehrsverhaltens sollten realistisch und daher vorsichtig ausfallen (s. o.). Der verstärkte Umstieg von Autofahrern bedarf einer konsequenten Ausrichtung der Rahmenbedingungen und Maßnahmen der Verkehrsplanung. Mobilitätszentralen sind dabei nur ein Element.

Insgesamt gesehen ist einiges im Handlungsfeld Mobilitätszentralen in der Entwicklung. Die Mobilitätszentrale als kooperative, verkehrsmittelübergreifende Einrichtung zur Information und Organisation wird zwar zunehmend bekannter, der Aufbau einer Mobilitätszentrale vor Ort bedarf allerdings zugleich fördernder Rahmenbedingungen im Sinne eines Gesamtkonzeptes zur Förderung stadtverträglicher Mobilität sowie des tatkräftigen Engagements von Schlüsselpersonen in Verkehrsunternehmen und Kommune. Die hier formulierten Qualitätsstandards sollen die Qualität der Mobilitätsdienstleistungen stärken, um so den Beitrag der Mobilitätszentralen zu einem nachhaltigen Verkehr zu stützen.

## Anhang

### Literatur

Verwendete Literatur für das Literaturscreening Mobilitätszentralen

**Allekotte, D., Noé, W., Puzicha, J. (1998):** Verkehrsinsel Frankfurt. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Mobilitätsservice in Regie von Verkehrsunternehmen (ILS 107). S. 77-81.

**Aurich, H., Konietzka, L. (2000):** Mobilitätsmanagement, Mobilitätszentrale, Mobilitätsberatung; in Internationales Verkehrswesen (52) 5/2000, S.203-206.

**Aurich, H., Konietzka, L. Heid, R., (1998):** Aufgaben und Einsatzmöglichkeiten eines Mobilitätsberaters – Strukturen und Wirkungsmöglichkeiten des Mobilitätsmanagements. Schlussbericht FE- Nr. 70531/97 des Bundesministers für Verkehr. München.

**Bäumer D., Müller G., Reutter U., (1999):** Mobilität organisieren - Bericht über die Veranstaltung beim ILS am 3.9.1999 zum Thema: Anforderungen an die Integration von Mobilitätsmanagement in Verkehrspolitik und -planung in: Verkehrszeichen (4/1999), S.4-8.

**Beutler, F., Brackmann, J. (1999):** Neue Mobilitätskonzepte in Deutschland - ökologische, soziale und wirtschaftliche Perspektiven; Querschnittgruppe Arbeit und Ökologie; Wissenszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin.

**Bihn, F. (1998):** Verkehrsunternehmen wollen sich zu echten Mobilitätsdienstleistern weiterentwickeln. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Mobilitätsservice in Regie von Verkehrsunternehmen (ILS 107), S. 11-14.

**Binnenbruck, H.-H., Hoffmann, P., Krug, S. (1998):** Mobilitätsmanagement im Personen- und Güterverkehr. Praktische Erfahrungen in Wuppertal im Rahmen des europäischen Forschungsprojektes MOSAIC. In: Der Nahverkehr 9/98, S. 19-24.

**Deutscher Städte- und Gemeindebund (Hrsg.) (DStGB) (1994):** Hinweise des DStGB zum Mobilitätsmanagement.

**European Commission (Hrsg.) (1999):** MOSAIC – Mobility Strategy Applications in the Community. Transport Research – Fourth Framework Programme – Urban Transport, Transport DG – 104, European Communities.

**Fiedler, J. (1992):** Stop and Go. Wege aus dem Verkehrschaos. Köln.

**Fiedler, J. (1999):** Am Anfang stand die Einführung von Sammeltaxen/Mobilitätsmanagement – was es ist und was nicht. In: Stadt und Gemeinde 4/99, S. 150-153.

**Finke, T., Krug, S., Meinhard, D., Witte, A. (1999):** Erfolgsfaktoren für das Mobilitätsmanagement. In: Der Nahverkehr 9/99, S. 7-11.

**Förderkreis für Mobilitätszentralen in Mitteldeutschland (MzM) (Hrsg.) (1997):** Pressemitteilung: Förderkreis für Mobilitätszentralen in Mitteldeutschland definiert Mindestanforderungen, 13.3.1997. Leipzig.

**Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV) (Hrsg.) (1995):** Öffentlicher Personennahverkehr: Mobilitätsmanagement – ein neuer Ansatz zur umweltschonenden Bewältigung der Verkehrsprobleme. FGSV-Arbeitspapier Nr. 38. Köln.

**Hesse, M. (1993):** Die Mobilitätszentrale. Fahrplanbüro oder Schnittstelle für einen ökologisch und sozial angepassten Personenverkehr? In: Verkehrszeichen 3/1993, S. 18-21.

- Hoffmann, P. (1997):** Verkehrsunternehmen als Mobilitätsdienstleister. Mit marktorientierten Angeboten zu mehr Kunden im öffentlichen Nahverkehr. In: Hans-Joachim Vonhoff (Hrsg.): Stadtverkehr 2001. Bausteine für eine siedlungsverträgliche Mobilität. IKU-Reihe „Kommune und Umwelt“ Band 6, S. 78-88.
- Hoppe R., Jutzler Ch. (2000):** Dezentrales Mobilitätsnetz statt einer Mobilitätszentrale – Konzept für den Ennepe-Ruhr-Kreis in: Der Nahverkehr 9/2000, S. 52 – 55.
- infas-Institut für angewandte Sozialwissenschaften GmbH (2000):** Akzeptanzstudie Mobilitätsberatung Lübeck – Abschlussbericht, Bonn.
- Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (Hrsg.) (2000a):** Maßnahmen zur Akzeptanzsteigerung von mobilé – Wahrnehmung und Bewertung der Mobilitätszentrale Münster. Endbericht für die Stadt Münster. Dortmund.
- Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW, Institut für Stadtbauwesen der RWTH Aachen (Hrsg.) (2000):** Mobilitätsmanagement Handbuch. Dortmund.
- Kalwitzki, K.-P. (1998):** Aufgabenschwerpunkte und Qualifizierung von Mobilitätsberatern. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Mobilitätsservice in Regie von Verkehrsunternehmen (ILS 107), S. 48-51.
- Kinder, U., Schäfer-Breede, K. (1998):** Aufbau eines Mobilitätsservice in Regie von Verkehrsunternehmen. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Mobilitätsservice in der Regie von Verkehrsunternehmen. ILS-Schrift 107. Dortmund, S. 25-47.
- Klewe, H. (1996):** Mobilitätsberatung - Mobilitätsservice. Stand und Perspektiven einer neuen Dienstleistung. In: Apel, D., Holzapfel, H., Kiepe, F., Lehmbrock, M., Müller, P. (Hrsg.). Handbuch der kommunalen Verkehrsplanung 13. Ergänzungslieferung 3/96, Kapitel 3.4.19.1, Bonn.
- Klewe, H. (1998):** Mobilitätsmanagement als Ansatz zur Lösung verkehrlicher Probleme. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Mobilitätsservice in Regie von Verkehrsunternehmen (ILS 107), S. 15-24.
- Klewe, H. (1998):** Mobilitätszentralen; Tagungsunterlagen Intelligente Mobilität – Ein Baustein der Lokalen Agenda 21 zur nachhaltigen Verkehrsentwicklung – Praxiserfahrungen und Umsetzungsbeispiele, Karlsruhe, S. 79 – 95.
- Löcker, G., Reinkober, N., Utech, K. (1998):** Mobilitätsdienstleistung - Aufgabe und Chance der Verkehrsbetriebe. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.). Mobilitätsservice in Regie von Verkehrsunternehmen (ILS 107), S. 55-62.
- MOMENTUM Konsortium (Hrsg.) (1997):** Blueprint for Mobility Centres. Second Project Deliverable, Rijswijk.
- Müller, G. (1993):** Mobilitätsberatung. Ziele, Modelle, Praxis. Arbeit im Auftrag des ILS - Institutes für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (unveröffentlicht). Dortmund.
- Müller, G. (2000):** Mobilitätszentralen als wichtige organisatorische Verankerung von Mobilitätsmanagement – ein Überblick; In: Zweckverband Großraum Braunschweig (Hrsg.): Dokumentation der Fachveranstaltung „Mobilitätszentralen“ am 10.7.2000.
- Reinkober, N. (1999):** Mobilitätszentralen und Mobilitätsberatung, in: Straßenverkehrstechnik 7/99 S. 318-321.

- Stadt Duisburg (Hrsg.) (1997):** MOVE! - Ziele, Erfahrungen und Ergebnisse eines Modellprojektes, Duisburg.
- Stadt Münster (Hrsg.) (2000):** Maßnahmen zur Akzeptanzsteigerung von mobilé – Wahrnehmung und Bewertung der Mobilitätszentrale Münster, Münster.
- S.T.E.R.N. Gesellschaft der behutsamen Stadterneuerung mbH (1998):** Leitfaden - Kommunales Mobilitätsmanagement; Konzepte - Strategien - Beispiele zur Förderung umwelt- und stadtverträglicher Mobilität; Berlin.
- Thiesies, M. (1997):** ÖPNV-Beschleunigung, Verkehrssystem- und Mobilitätsmanagement. In: Kolks, W., Fiedler, J. (Hrsg.). Verkehrswesen in der kommunalen Praxis. Band 1 Planung-Bau-Betrieb. Berlin, S. 295-304.
- Thiesies, M. (1998):** Mobilitätsmanagement - Handlungsstrategie zur Verwirklichung umweltschonender Verkehrskonzepte. In: Schriftenreihe Verkehr und Technik Nr. 86. Bielefeld. D9620.
- Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV)/Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungsunternehmen (BMVBW) (Hrsg.) (2001):** Die Mobilitätsberatung im ÖPNV – ein integraler Bestandteil des Mobilitätsmanagements. Köln.
- Zweckverband Großraum Braunschweig (2000):** Zuwendungen für Vorhaben des öffentlichen Personennahverkehrs – Förderrichtlinien für den Programmpunkt Mobilitätszentralen, Braunschweig.
- Weitere zitierte Literatur
- ADFC Landesverband NRW e.V. (Hrsg.) (1998):** Markenkonzept für Radstationen. Düsseldorf.
- Bihn, F. (2002):** Wirtschaftliches und effizientes Handeln im Unternehmen erfordert kompetentes Personal. In: Bus & Bahn 2/2002, S. 12-14.
- Bundesverband für Umweltberatung e.V. et al. (Hrsg.) (2000):** Erfolg durch Qualität. Leitfaden zur Einführung von Qualitätsmanagement in die Umweltberatung. Bremen.
- Forschungsinstitut für Rationalisierung an der RWTH Aachen (FIR) (Hrsg.) (2000):** Dienstleistungsstandards für globale Märkte. Zusammenfassung der Workshop-Ergebnisse vom 28.11.2000. Online im Internet: <http://www.dienstleistungs-standards.de> [Stand 30.1.2001].
- Dienstleistungszentrum Bildung der Deutschen Bahn (DZB)/Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (ILS) (Hrsg.) (2001):** Prozessorientierung in den Mobilitätszentralen. Protokoll des gleichnamigen Workshops vom 2.4.2001. Bad Homburg. (*unveröffentlicht*).
- European Foundation for Quality Management (EFQM) (1999):** The EFQM Excellence Model 1999. Public and Voluntary Sector. Brüssel.
- Ennepe-Ruhr-Kreis (Hrsg.) (2000):** EN mobil – Mobilitätsservice im Ennepe-Ruhr-Kreis. Machbarkeitsstudie.
- Fahle, H.W. (2001):** Zur Qualität von Dienstleistungen. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (Hrsg.): Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen. ILS-Schrift 178, S. 36-37.
- Gerull, P. (1999):** Qualitätsmanagement in sozialen Handlungsfeldern – Überblick und aktueller Diskussionsstand. In: Gemeinsam leben – Zeitschrift für integrative Erziehung 1/99.



- Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS) (Hrsg.) (2000b):** Forum 2: Qualitätsstandards für Mobilitätszentralen? In: Am neuen Standort. ILS-Schrift 162. Dortmund, S. 171-186.
- Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS) (Hrsg.) (2001):** Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen. ILS-Schrift 178, Dortmund.
- International Organization for Standardization (ISO) (2000):** ISO 9000:2000 Quality Management Systems – Fundamentals and Vocabulary.
- Kirstein, H. (2000):** Die Grundlagen des EFQM-Modells. Online im Internet: <http://www.deutsche-efqm.de> [Stand: 28.11.00].
- Ministerium für Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (MSKS) (Hrsg.) (1998):** Richtlinie zur Förderung der Verkehrsinfrastruktur im Straßenraum in den Städten und Gemeinden Nordrhein-Westfalens (Förderrichtlinien Stadtverkehr FöRi-Sta). Runderlass vom 7.1.1998. In: Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen Nr. 22 vom 3.4.1998, S. 342ff.
- Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (MWMEV) (Hrsg.) (2000):** Sicherheit und Service im öffentlichen Personennahverkehr. Fakten-Analysen-Perspektiven. Düsseldorf.
- Müller, G. (2001):** Zwischen dem Notwendigen und dem Machbaren: Standards für Mobilitätszentralen. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (Hrsg.): Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen. ILS-Schrift 178, S. 13-24.
- Norheim, B. (1999):** Quality in Urban Public Transport. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): New Mobility '99 Sustainable Mobility in Cities – New Strategies for Legal and Regulatory Measures, Dokumentation der Konferenz, S. 125-132.
- Umweltbundesamt (Hrsg.) (2001):** Mobilitätsmanagement zur Bewältigung kommunaler Verkehrsprobleme. Berlin.
- Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF) (Hrsg.) (1999):** Die „Verkehrinsel“ im Urteil ihrer Kunden 1999. Unveröffentlichter Bericht des Fachbereichs Marktforschung NK33 vom 19.8.99, Frankfurt.
- Wimmer, R. (2001):** Möglichkeiten der Qualitätssicherung von Dienstleistungen: Hinweise aus dem Qualitätsmanagement. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW (Hrsg.): Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen. ILS-Schrift 178, S. 33-35.

## Fragebogen: Standards von Mobilitätszentralen

### *Mobilitätszentralen, die an der Befragung im Sommer 2000 teilgenommen haben:*

#### Bestehende Mobilitätszentralen

- mobimax, Ahaus
- Mobilitätszentrale + Kundenzentrum, Alsfeld
- VCD-Mobilitäts Centrum, Bielefeld
- Service-Center, Bielefeld
- Bonn Mobil, Bonn
- Stadtbusbüro, Bünde
- Mobilitätszentrale, Dessau
- Mobilitätsberatung VGL, Detmold
- Servicecenter, Dippoldiswalde
- Mobilitätszentrale Reisezentrum, Frankfurt-Flughafen
- Verkehrsinsel, Frankfurt
- Fahrradstation und Mobilitätszentrale mobile GmbH, Freiburg
- Infozentrum am Marktplatz, Gießen
- RMV-Mobilitätszentrale, Groß-Gerau
- Information Stadtbus, Gütersloh
- HAVAG Info-Center, Halle
- Mobilitätszentrale Hameln-Pyrmont
- mobiz - Mobilitätszentrale Hannover
- mobil 2001 - Ihre Infothek am Bismarkplatz, Heidelberg
- S-Bahn-Kundenbüro + Stadtinformation Hennigsdorf + Infopunkt, Hennigsdorf
- ServiceZentrale Vincent VerkehrsInformationsCentrum, Ibbenbüren
- Mobilitätszentrale Friesland / Wittmund, Jever
- fahrtwind, Kamen
- Mobilitätszentrale Kamenz
- RMV-Mobilitätszentrale, Limburg
- ServiceCenter am ZOB, Lübeck
- frag+fahr, Lüdinghausen
- mobile Service-Zentrum für clevere Verkehrsnutzung, Münster
- Tourismus-Service und Informationszentrum "Bürger Bahnhof", Neuruppin
- Mobilitätszentrale der OVB, Offenbach
- Bahnland-ServiceStation Griebnitzsee, Potsdam
- mobil info, Soest
- Mobilitätsberatung Stuttgart m-punkt im i-punkt, Stuttgart
- traffiti, Ulm
- MobiCenter, Wuppertal

#### Geplante Mobilitätszentralen

- Mobilitätszentrale, Hamburg (MzH)
- Mobilitätszentrale, Konstanz
- Verkehrs Center, Mainz
- Mobilitätszentrale, Marburg
- Mobilitätszentrale, Oldenburg
- Service direkt (Mobilitätsberatung), Saarbrücken
- Mobilitätszentrale, Wetzlar



Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen

## Fragebogen

### **\*\*\* Standards von Mobilitätszentralen \*\*\***

Dieser Fragebogen dient dem Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung zur Erhebung von Grundlagendaten für ein Forschungsprojekt zum Thema „Standards von Mobilitätszentralen“. Er umfasst insgesamt 24 Fragen, die weitgehend standardisiert sind und durch Ankreuzen bzw. Einfüllen von einfachen Daten schnell zu beantworten sind. Das Ausfüllen wird etwa 20 Minuten in Anspruch nehmen.

Die angesprochenen Themenkomplexe beziehen sich unter anderem auf Standort, Ausstattung, Personal, Informationsmedien und Werbung. Ein längerer Abschnitt am Ende ist den zentralen Themen Standards und Vernetzung von Mobilitätszentralen gewidmet. Die Fragen zu Leistungsangebot, Trägerschaft und Kooperationen dienen uns dazu, bereits vorliegende Informationen aus früheren Arbeiten zu Mobilitätszentralen auf den neuesten Stand zu bringen.

Bitte beantworten Sie alle Fragen vollständig und nach bestem Wissen, da die Qualität des Projekts entscheidend von Ihrer Mitarbeit abhängt. Falls Ihre Mobilitätszentrale sich erst im Planungsstadium befindet, so beantworten Sie bitte alle Fragen, für die schon Informationen vorliegen. Wir bedanken uns dafür im Voraus und versprechen, Sie bald mit den Ergebnissen der Befragung zu versorgen.

Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen im beiliegenden Rückumschlag bis zum **8. September 2000** an folgende Anschrift zurück:

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
Guido Müller  
Postfach 10 17 64  
44017 Dortmund

Bei Rückfragen oder Anmerkungen wenden Sie sich bitte an  
Gregor Laumann, Tel. 0231/9051-267 bzw. [gregor.laumann@ils.nrw.de](mailto:gregor.laumann@ils.nrw.de).



Nach der sachlichen Ausstattung nun einige Fragen zum eingesetzten Personal und den Informationsmedien:

### 9. Mitarbeiter/-innen der Mobilitätszentrale:

- ① Bitte nennen Sie uns sowohl die derzeitige Gesamtzahl der Mitarbeiter/-innen der Mobilitätszentrale inklusive Vertretung, als auch die maximale Besetzung in Spitzenzeiten.

Gesamtzahl der **Mitarbeiter/-innen** inklusive Vertretung: \_\_\_\_\_

davon Teilzeit: \_\_\_\_\_

**Maximale Besetzung** in Spitzenzeiten: \_\_\_\_\_

### 10. Aus- oder Fortbildung:

Besitzen die Mitarbeiter/-innen der Mobilitätszentrale eine spezielle Aus- oder Fortbildung für ihre Tätigkeit?

Anzahl der Mitarbeiter/-innen mit:

- \_\_\_\_\_ interner Fortbildung bzw. Schulung  
 \_\_\_\_\_ externer Fortbildung bzw. Schulung, wo?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ Ausbildung zum Kaufmann/Kauffrau für Verkehrsservice  
 \_\_\_\_\_ sonstiger spezifischer Ausbildung, welche?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ keiner speziellen Fortbildung bzw. Schulung

### 11. Informationsmedien, welche die Mobilitätszentrale nutzt:

(Mehrfachantworten möglich)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Persönliche Beratung            | <input type="checkbox"/> Internet         |
| <input type="checkbox"/> Telefon                         | <input type="checkbox"/> E-Mail           |
| <input type="checkbox"/> Schriftliche Beratung per Brief | <input type="checkbox"/> CD-ROM           |
| <input type="checkbox"/> Fax, Fax-Abruf                  | <input type="checkbox"/> Touch-Screen     |
| <input type="checkbox"/> Printmedien                     | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ |

### 12. Daten- und Informationslieferanten der Mobilitätszentrale:

(Mehrfachantworten möglich)

Print medien	elektronische Medien		
	offline	online	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Lokale Verkehrsunternehmen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Verkehrsverbund/-gemeinschaft
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Andere Verkehrsverbände
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	DB AG
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Flugverkehr
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Schiffsverkehr
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Verkehrs- bzw. Parkleitzentrale
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Betriebsleitzentrale der Stadtwerke
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Weitere Leitzentralen (Feuerwehr, Polizei, etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tourist-/Stadtinformation
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Verbände, Clubs (ADAC, VCD, ADFC, etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Verlagsmedien (z. B. Routing-Software, Karten)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstige: _____

**13. Service-Angebot der Mobilitätszentrale:***(Mehrfachantworten möglich)*

- ① Bitte kreuzen Sie hier alle von Ihrer Mobilitätszentrale erbrachten Dienstleistungen an. Bitte berücksichtigen Sie in der Spalte „Geplant“ auch diejenigen Angebote, die Sie mittelfristig verwirklichen wollen. Dabei interessieren uns nur solche Angebote, die direkt durch die oder im Zusammenhang mit der Mobilitätszentrale erbracht werden und nicht durch eine andere Abteilung Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Verwaltung.

**Information und Beratung**

Ist	Geplant		Ist	Geplant	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrpläne und Tarife: lokaler ÖPNV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Car-Sharing
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrpläne und Tarife: Region bzw. Verbund	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrgemeinschaften, Mitfahrgelegenheiten
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrpläne und Tarife: weitere Verkehrsverbünde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Taxi/Mietwagen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Erstellung Persönlicher Fahrplan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parkmöglichkeiten, Parkhausbelegung
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrpläne und Tarife DB AG	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Straßenzustand, Staumeldungen, Umleitungen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Park+Ride-, Bike+Ride, Fahrradmitnahme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Routenplanung Pkw
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Flexible Bedienungsformen (z.B. Anruf-Sammel-Taxi, Rufbus), Sonderverkehre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Flugpläne und Erreichbarkeit Flughäfen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Betriebsstörungen, Verspätungen, Fahrplan-änderungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Stadtinformationen: Öffentliche Gebäude, Erreichbarkeiten, Öffnungszeiten
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrradrouten und Abstellmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tourismus-/Freizeit: Ausflugsziele, Rundfahrten, Stadtführungen, Kultur, Sport
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrradverleih	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Touristinformation: Unterkünfte, Gastgewerbe
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	zu Fuß gehen in der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Information und Beratung für Mobilitätsbehinderte
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____

**Verkauf und Reservierung**

Ist	Geplant		Ist	Geplant	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrkarten für den lokalen ÖPNV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Flugtickets
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrkarten für den regionalen Verkehrsverbund	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tickets für (Kultur-)Veranstaltungen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrkarten, Reservierungen DB AG	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tourismus: Rundfahrten, Besichtigungen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weitere Fahrkarten für den Öffentlichen Verkehr:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Tourismus: Unterkünfte
		_____			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrpläne, Stadtpläne, Fahrradkarten, Freizeitkarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Verkauf von Shop-Artikeln (Souvenirs, Reisebedarf, Accessoires, etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Parktickets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____

**Transportorganisation und -koordination**

Ist	Geplant		Ist	Geplant	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Disposition flexibler Bedienungsformen, z.B. AST	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Vermittlung von Fahrgemeinschaften, Mitfahrgelegenheiten
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fahrradverleih, City Bikes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Gepäckaufbewahrung
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Organisation von Car-Sharing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Zustellservice
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fundbüro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____

**Consulting**

Ist	Geplant		Ist	Geplant	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Beratung für Betriebe und Verwaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mobilitätsberatung für Haushalte
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Beratung für Schulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Individualisiertes Marketing
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Beratung von Verkehrserzeugern (Großveranstaltungen, Einkaufszentren, Krankenhäuser)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Erarbeitung von Mobilitätsplänen/-konzepten für Großkunden/Standorte
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Beratung für spezielle Zielgruppen, welche?: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____

**Öffentlichkeitsarbeit, Awareness und Bildung**

Ist	Geplant		Ist	Geplant	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ausstellungen, Vorträge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kontinuierliche Medienarbeit
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kampagnen, Aktionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mobilitätserziehung in Schulen/Weiterbildung
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Angebote für spezielle Zielgruppen, welche?: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ideen- und Beschwerdemanagement			

**14. Nutzung:**

**Kundenkontakte im Monat:** durchschnittlich ca. \_\_\_\_\_  nicht bekannt

davon ca.: \_\_\_\_\_ % persönlich

\_\_\_\_\_ % telefonisch

**Nutzung des eigenen Internetangebots:**

Die Website der Mobilitätszentrale erfährt ca. \_\_\_\_\_ Zugriffe im Monat  keine Website

**15. Ihre Werbemedien:**

(Mehrfachantworten möglich)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> eigene Printmedien (Flyer, Plakate, Broschüren) | <input type="checkbox"/> Zielgruppenbezogene Werbung      |
| <input type="checkbox"/> Zeitung, Zeitschriften                          | <input type="checkbox"/> für Berufs- u. Ausbildungswege   |
| <input type="checkbox"/> Radiowerbung                                    | <input type="checkbox"/> für Freizeitwege                 |
| <input type="checkbox"/> Kino- u. Fernsehwerbung                         | <input type="checkbox"/> für Einkaufs- u. Versorgungswege |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____                                | <input type="checkbox"/> Kinder u. Jugendliche            |
|  | <input type="checkbox"/> Sonstige: _____                  |

**16. Corporate Design:**

Verfolgen Sie derzeit ein Corporate Design (= einheitliches Erscheinungsbild) in Ihrer Mobilitätszentrale?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> <b>Ja</b> , es drückt sich folgendermaßen aus:<br>(Mehrfachantworten möglich)                       |  |
| <input type="checkbox"/> einheitliches Logo bzw. Symbole   | <input type="checkbox"/> wiederkehrende Elemente im Design der Innen- und Außeneinrichtung |
| <input type="checkbox"/> einheitliches Design von Drucksachen und Publikationen (z.B. Broschüren, Briefköpfe, Visitenkarten) | <input type="checkbox"/> einheitliche Kleidung der Mobilitätsberater/-innen                |
| <input type="checkbox"/> Verwendung des Designs für die Werbung  | <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____  |
| <input type="checkbox"/> <b>Nein</b> , derzeit nicht   |  |

Falls Sie **Ja** angekreuzt haben: Handelt es sich um ein eigenständiges Design der Mobilitätszentrale oder ist es in den Designauftritt einer der Trägerorganisationen eingebunden?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> eigenständiges Design | <input type="checkbox"/> Einbindung in Corporate Design eines Trägers der Mobilitätszentrale |
|--|--|

In den Fragen 17-19 wird nach Trägerschaft, Kooperationspartnern und Finanzierungsanteil gefragt. Diese Angaben dienen dazu, die uns derzeit vorliegenden Informationen zu aktualisieren und zu vervollständigen.

### 17. Trägerschaft:

(Mehrfachantworten möglich; bitte nennen Sie jeweils auch den/die betreffenden Namen)

- Verkehrsunternehmen: \_\_\_\_\_  Verband, Verein: \_\_\_\_\_
- Verkehrsverbund/-gemeinschaft: \_\_\_\_\_  Privater Träger: \_\_\_\_\_
- Kommune: \_\_\_\_\_  Sonstige: \_\_\_\_\_
- Sonstige Gebietskörperschaft: \_\_\_\_\_

### 18. Kooperationspartner:

(Mehrfachantworten möglich; bitte nennen Sie jeweils auch den/die betreffenden Namen)

- Verkehrsunternehmen: \_\_\_\_\_  Verbände, Vereine: \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- Verkehrsverbund/-gemeinschaft: \_\_\_\_\_  Private: \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- Kommune: \_\_\_\_\_  Land-/ Bund-/EU-Förderung: \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- Sonstige Gebietskörperschaft: \_\_\_\_\_  Sonstige: \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### 19. Finanzierung:

Gesamtbudget im Jahr 2000:

- < 50.000 DM
- 50.000 bis 100.000 DM
- 101.000 bis 300.000 DM
- 301.000 bis 500.000 DM
- > 500.000 DM
- keine Angabe

davon:

- \_\_\_\_\_ % Verkehrsunternehmen
- \_\_\_\_\_ % Verkehrsverbund
- \_\_\_\_\_ % Kommune
- \_\_\_\_\_ % Sonstige Gebietskörperschaften
- \_\_\_\_\_ % Land-/ Bund-/EU-Förderung
- \_\_\_\_\_ % Verbände, Vereine
- \_\_\_\_\_ % private Organisationen

Im abschließenden Teil möchten wir noch Ihre Meinung zu den Themen Standards und Vernetzung erfahren. Die hier mitgeteilten Informationen sind besonders wichtig für den Fortgang unseres Projekts und die Weiterentwicklung von Mobilitätszentralen.

### 20. Hier finden Sie einige Aussagen zu Standards und Vernetzung von Mobilitätszentralen.

① Bitte kreuzen Sie für jede Aussage an, inwieweit Sie dieser zustimmen. Dabei gibt es keine „richtigen“ oder „falschen“ Antworten, sondern nur Ihre persönliche Einschätzung.

	stimme ich völlig zu	stimme ich ziemlich zu	teils-teils	stimme ich wenig zu	stimme ich gar nicht zu
Eine Mobilitätszentrale startet mit einem Grundangebot, das schrittweise ausgebaut wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Kooperation von Mobilitätszentralen bringt mehr Vorteile als Aufwand mit sich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobilitätszentralen als lokales Produkt sind nur schwer einer Standardisierung zugänglich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein Kunden-Center des Öffentlichen Verkehrs ist ein guter Ansatzpunkt für eine Mobilitätszentrale.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	stimme ich	stimme ich	teils-teils	stimme ich	stimme ich



	völlig zu	ziemlich zu		wenig zu	gar nicht zu
Ein einheitliches Symbol, z. B. ein großes M, für alle Mobilitätszentralen in Deutschland wäre eine gute Idee.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die ungesteuerte Entwicklung von Mobilitätszentralen trägt dazu bei, die Vielfalt von Mobilitätszentralen zu bewahren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine gemeinsamer Verband der deutschen Mobilitätszentralen ist auch langfristig nicht denkbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Ausweitung des Angebots derzeitiger Mobilitätszentralen ist nicht zu erwarten, allein die Weiterführung bestehender Angebote.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein gewisses Maß an Qualitätsstandards für Mobilitätszentralen ist notwendig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Mobilitätszentrale beginnt mit einem möglichst umfangreichen Konzept, welches vielfältige Angebote beinhaltet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein herkömmliches Kunden-Center, dass sich mit dem Titel „Mobilitätszentrale“ schmückt betreibt Etikettenschwindel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Mobilitätszentrale ist ein zukunftsweisendes Konzept und die Entwicklung wird auch in Zukunft dynamisch verlaufen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**21. Was ist Ihrer Meinung nach der Hauptunterschied zwischen Ihrer Mobilitätszentrale und dem Kunden-Center eines Verkehrsunternehmens?**

.....

.....

.....

.....

**22. In welchem Bereich ist Ihnen ein Mindeststandard von Mobilitätszentralen (z.B. Angebot, Personal, Qualifikation, Informationsmedien, Ausstattung, Außendarstellung) derzeit am wichtigsten?**

.....

.....

.....

.....

**23. Kooperieren Sie gegenwärtig mit anderen Mobilitätszentralen?**

- Ja, in der Region bzw. im Verbund
- Ja, mit sonstigen, welche: \_\_\_\_\_
- Worin besteht die Kooperation? \_\_\_\_\_
- Nein, noch nicht

**24. Wie sieht die Zukunft Ihrer Mobilitätszentrale aus?**

*(Mehrfachantworten möglich)*

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Betrieb unverändert fortführen           | <input type="checkbox"/> Mobilitätszentrale nach Projektende nicht weiterführen |
| <input type="checkbox"/> Bestand der Mobilitätszentrale absichern | <input type="checkbox"/> Einsparungen realisieren                               |
| <input type="checkbox"/> Angebot ausweiten                        | <input type="checkbox"/> andere Modifikationen am Konzept vornehmen:            |
| <input type="checkbox"/> Trägerschaft/Finanzierung ändern         | _____   |

Legen Sie bitte dem ausgefüllten Fragebogen einen Prospekt oder eine Broschüre Ihrer Mobilitätszentrale bei.

Auch mit Werbematerial, einer aktuellen Veröffentlichung bzw. einem Presseartikel oder sonstigem Bericht über die Mobilitätszentrale würden Sie uns helfen, unseren Informationsstand noch zu erhöhen. Vielen Dank.

Bitte teilen Sie uns hier die vollständige Anschrift der Mobilitätszentrale mit:  
(falls nicht im Material angegeben)

Name der Mobilitätszentrale: .....

Adresse: .....

Telefon: .....

E-Mail: .....

Internet: .....

Wir bedanken uns herzlich für Ihre Angaben. Um Sie bald über die Ergebnisse der Befragung sowie den weiteren Verlauf des Projekts zu informieren, bitten wir Sie um Angabe Ihrer Kontaktadresse, sofern diese von der Anschrift unseres Briefes abweicht.

Institution: .....

Name: .....

Adresse: .....

Telefon: .....

E-Mail: .....

	Ja	Nein
Ich interessiere mich für eine Teilnahme am Projektworkshop am 8. Dezember 2000.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich interessiere mich für eine Teilnahme an der Veranstaltung „Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen“ am 7.12. 2000 in Dortmund.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anmerkungen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

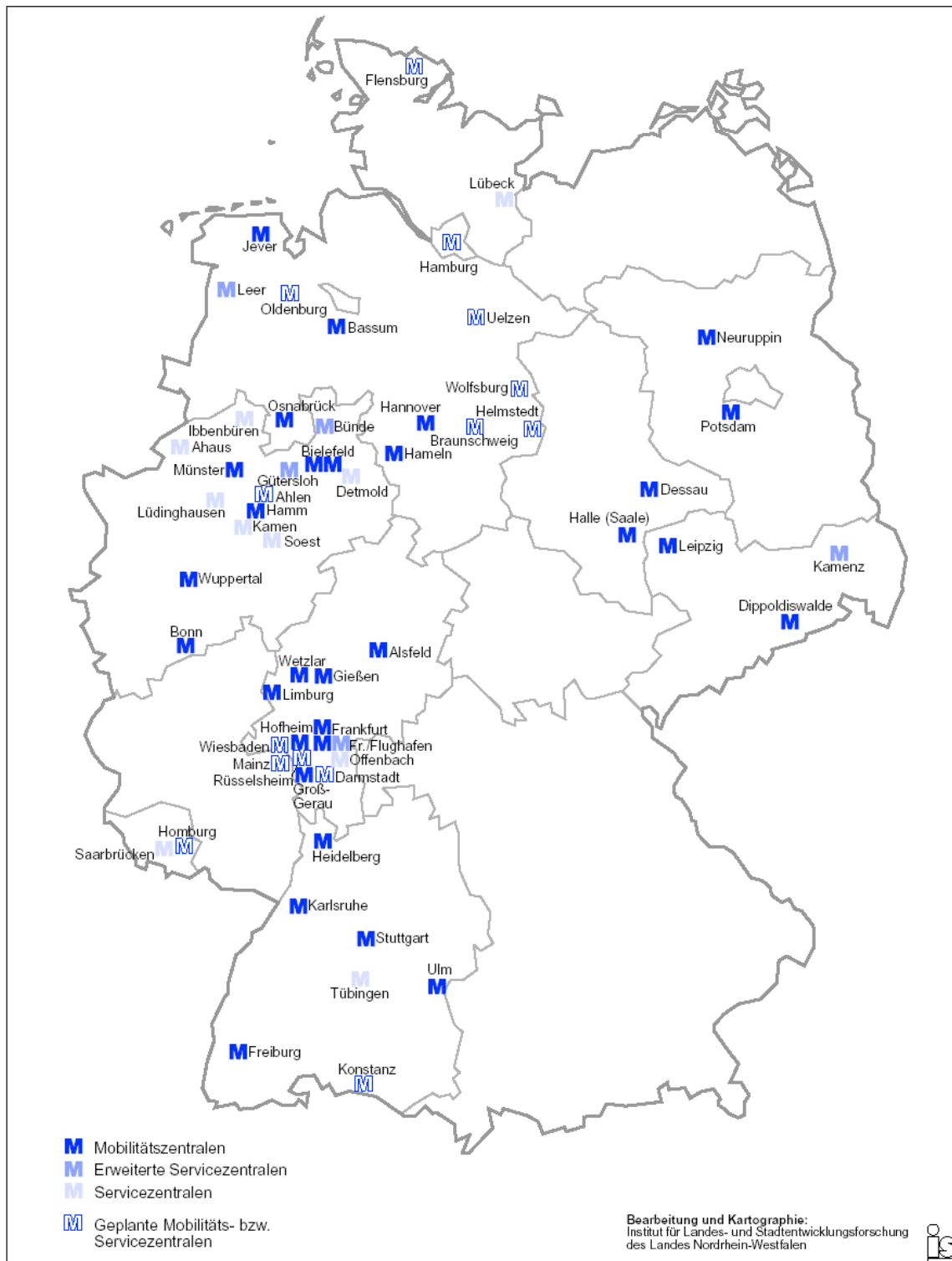
**Teilnehmer/-innen des Workshops "Standards von Mobilitätszentralen"**

am 8. Dezember 2000 in Dortmund

- **Doris Bäumer**  
Institut für Landes- und  
Stadtentwicklungsforschung des  
Landes NRW (ILS)
- **Günter Köhler**  
VRS Verkehrsverbund
- **Karl-Heinz Posch**  
Forschungsgesellschaft  
Mobilität, Graz
- **Walter Bien**  
Stadtwerke Verkehrsgesellschaft  
Frankfurt
- **Dr. Helga Kreft-Kettermann**  
Stadt Münster
- **Dirk Pützfeld**  
Bonn Mobil
- **Gerhard Braun**  
Rhein-Main-Verkehrsverbund
- **Gerhard Kutziowski**  
Stadtwerke Bielefeld
- **Sebastian Rabe**  
Büro Rabe, Essen
- **Ingrid Briesner**  
Mobil Zentral Graz
- **Gregor Laumann**  
Institut für Landes- und  
Stadtentwicklungsforschung des  
Landes NRW (ILS)
- **Merete Rasmussen**  
Stadt Konstanz
- **Ulrich Ernst**  
DB Reise & Touristik, Frankfurt
- **Matthias-Martin Lübke**  
mobile gGmbH Freiburg
- **Rosita Romero**  
Mobilitätszentrale Saarbrücken
- **Dr. Rainer Hamann**  
Kreis Borken
- **Regina Lüdert**  
Landeshauptstadt Stuttgart
- **Kirstin Schmidt**  
Westfälische Verkehrs-  
gesellschaft, Münster
- **Christian Holzer**  
mobilité, Köln
- **Jutta Marschall**  
Hallesche Verkehrs-AG
- **Matthias Schmitt**  
Büro 'Punkt im Raum',  
Oldenburg
- **Rolf Hoppe**  
Planungsgesellschaft Verkehr,  
Köln
- **Guido Müller**  
Institut für Landes- und  
Stadtentwicklungsforschung des  
Landes NRW (ILS)
- **Udo Sieverding**  
Verbraucher-Zentrale NRW
- **Maria Hosnedlová**  
DPP Prag
- **Karin Müller**  
Mobilitätszentrale Friesland /  
Wittmund
- **Bibiana Ugarte**  
Mobilitätszentrale Saarbrücken
- **Dr. Klaus-Peter Kalwitzki**  
Das Verkehrsbüro Mülheim
- **Michael Müller**  
DB Reise & Touristik, Frankfurt
- **Thilo Knoblich**  
Zweckverband Großraum  
Braunschweig
- **Stephan Müller**  
Agentur BahnStadt, Potsdam

**Karte: Mobilitätszentralen in Deutschland<sup>14</sup>**

Stand: Juli 2001



<sup>14</sup>Eine aktualisierte Übersicht der Mobilitätszentralen in Deutschland findet sich ab Herbst 2003 auf der Website der Transferstelle Mobilitätsmanagement unter [www.mobilitaetsmanagement.nrw.de](http://www.mobilitaetsmanagement.nrw.de).

**Tabelle: Mobilitätszentralen in Deutschland Stand: September 2001**

Ort	Name	seit ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
<b>Mobilitätszentralen</b>										
Alsfeld	Mobilitätszentrale + Kundenzentrum Alsfeld	5/99	Regionalverkehr Kurhessen, Vogelsberger Verkehrsgesellschaft,	RMV	◆	◆	◆	◆	◆	Am Bahnhof 36034 Alsfeld 06631/9633-22 www.rmv.de
Bassum	Mobilitätszentrale Bassum	4/01	Reisebüro im Bahnhof	Landesnahverkehrsgesellschaft Niedersachsen mbH, Verkehrsbetriebe Bremen/ Niedersachsen	◆	◆	◆			Am Bahnhof 1 27211 Bassum 04241/921506 www.mobil-in-bassum.de
Bielefeld	VCD-Mobilitäts-Centrum Ostwestfalen-Lippe	10/92	VCD Kreisverband OWL	City Mobil CarSharing Bielefeld	◆	◆	◆	◆	❖	Neustädter Str. 6 33602 Bielefeld 0521 / 6 39 61 http://move.to/vcd-owl vcd-owl@gmx.de
Bielefeld	moBiel Haus	10/01	moBiel (Stadtwerke Bielefeld)	MB reisen, Cambio Car Sharing	◆	◆	◆	◆	◆	Niederwall 9 33602 Bielefeld 0521/51-78 30 www.mobiel.de mobielhaus@mobiel.de
Bonn	Bonn Mobil	8/99	Stadt (Amt für Wirtschaftsförderung u. Tourismus), Stadtwerke Bonn	Verkehrsverbund Rhein-Sieg, ADFC, VCD	◆	◆		◆	◆	Windeckstraße 1 53111 Bonn 0228/775000 www.bonn.de
Dessau	Dessauer Mobilitätszentrale	4/99	Dessauer Verkehrsgesellschaft	Stadt Dessau, PGN Kassel	◆	◆	◆	◆	◆	Erich-Köckert-Str. 48 06842 Dessau 0340/213366 www.dvv-dessau.de
Dippoldiswalde	Servicecenter Dippoldiswalde	5/99	Regionalverkehr Dresden, Fremdenverkehrsverein Östliches Erzgebirge, Landkreis	Verkehrsverbund Oberelbe, Fremdenverkehrsamt Stadt Dippoldiswalde, Taxigenossenschaft	◆	◆	◆	◆	◆	Busbahnhof Altenberger Str. 01744 Dippoldiswalde 01802/ 443 443 03504/619428
Frankfurt	MoVe Mobilitäts- und Verkehrsberatung	3/95	Main-Taunus-Verkehrsgesellschaft	Rhein-Main-Verkehrsverbund, Umlandverband Frankfurt	◆	◆		◆		Am Hauptbahnhof 18 60329 Frankfurt/M. 01803/201213 www.mtv-web.de
Frankfurt	Verkehrinsel	9/97	Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF), Stadt Frankfurt	RMV, DB, Stadtmobil, ADFC, Flughafen, sonst. Dienstleister im Bereich Verkehr	◆	◆	◆		◆	An der Hauptwache 60311 Frankfurt a. M. 0180/2351451 www.rmv.de

Ort	Name	seit ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
Freiburg	mobile <i>Fahrradstation u. Mobilitäts-zentrale</i>	9/99	mobile GmbH (BUND, VCD, Car-Sharing Freiburg-Südbaden, Verein zur Beschäftigungsförderung), Gleis 8 Tickets für alle	Verkehrsunternehmen, RVF, Kommune	◆	◆	◆	◆	◆	Wentzingerstr. 15 79106 Freiburg 0761/29 27 600 www.mobile-freiburg.de
Gießen	Infozentrum am Marktplatz	9/99	Stadtwerke Gießen	RMV	◆	◆		◆	◆	Marktplatz 15 35390 Gießen 0641/ 708-1400 www.stadtwerke-giessen.de mobilitaetszentrale@ stadtwerke-giessen.de
Groß-Gerau	RMV- Mobilitätszentrale Groß-Gerau	11/99	Zweckverband Riedwerke Kreis Groß-Gerau	RMV	◆	◆	❖	◆	◆	Jahnstraße 1 64521 Groß-Gerau 06152/ 84777 www.riedwerke.de mobigg@riedwerke.de
Halle	HAVAG-Info- Center	11/99	Hallesche Verkehrs AG		◆	◆	❖	◆	◆	Marktplatz 11 06108 Halle 0345/58-5666 www.havag.com post@havag.com
Hamel	Mobilitätszentrale Hamel-Pyrmont	1/92	KVG Hameln	DB, Verkehrsgesellschaft Hamel-Pyrmont, Stadtwerke Bad Pyrmont, BUND	◆		◆	◆	◆	Bahnhofstr. 18-20 31785 Hameln 05151/811111
Hamm	Insel <i>Verkehr &amp; Touristik</i>	8/00	Verkehrsbetrieb der Stadtwerke Hamm, Verkehrsverein Hamm		◆	◆	◆			Willy-Brandt-Platz 59065 Hamm Tel.: 02381/ 274-2499 www.swhamm.de info@insel-hamm.de
Hannover	mobiz <i>Mobilitätszentrale Hannover</i>	5/00	üstra	ADAC, STATTREISEN, Stadt, ADFC, Bürgerinitiative Umweltschutz e.V., VCD, move, Taxi2000 GmbH, DB, Deutsche Verkehrswacht, teilAuto, Stadtwerke Hannover, Tourismusservice Hannover/ Region, VZN	◆	◆	◆	◆	◆	Rundestr.4 30159 Hannover Tel.: 0511/1668-2020 www.uestra.de mobiz@uestra.de

Ort	Name	seit ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
Heidelberg	mobil 2001 <i>Ihre Infothek am Bismarckplatz</i>	6/98	Heidelberger Straßen- und Bergbahn AG (HSB)	Stadt Heidelberg, Forschungszentrum Informatik der Uni Karlsruhe (FZI)	◆	◆	◆	◆	◆	Bismarckplatz 69115 Heidelberg 06221/513-2001 www.mobil2001-heidelberg.de mobil2001@hvv-heidelberg.de
Hofheim <i>Main-Taunus-Kreis</i>	Mobilitätszentrale Hofheim	6/99	Main-Taunus-Verkehrsgesellschaft	Rhein-Main-Verkehrsverbund, DB	◆	◆		◆		Bahnhof Hattersheimer Str.6 65719 Hofheim/Taunus 06192/902959 www.mtv.de
Homburg/ Saar	mobil..x	8/01	Regionalbus Saar-Westpfalz GmbH, Saarpfalz Kreis	Pfalz-Touristik (Kreis)	◆	◆	◆	❖	❖	Bahnhofplatz 6 66424 Homburg 06841/920333
Jever <i>Kreis Friesland/Wittmund</i>	Mobilitätszentrale Friesland/Wittmund	5/99	Verkehrsgemeinschaft Friesland/Wittmund	Landkreis Friesland/ Wittmund	◆	◆	◆	◆	◆	Schlosserstr. 45 26441 Jever 04461/9490-0 01805/19449 (regional)
Karlsruhe	KA-mobil	4/01	Karlsruher Verkehrsverbund	Stadtinformation Karlsruhe, Stadt Karlsruhe, stadtmobil karlsruhe, ADFC, VCD, Pro Bahn	◆	◆	◆	◆	◆	Weinbrennerhaus am Marktplatz 76133 Karlsruhe 0721/6107-5790 www.ka-mobil.de
Leipzig	Mobilitätszentrum der LVB	4/01	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	DB AG, Lufthansa, mobility (Carsharing)	◆	◆	◆			Willi-Brandt-Platz 04109 Leipzig 0341/19449
Limburg	RMV-Mobilitätszentrale Limburg	10/99	Stadtlinienverkehr Limburg	RMV, Lokale Nahverkehrsgesellschaft des Kreises Limburg-Weilburg	◆	◆			◆	Hospitalstraße 2 65549 Limburg a.d.Lahn 06431/203-248 www.rmv.de mobil.zentrale@limburg.de
Münster	mobile Servicezentrum für clevere Verkehrsnutzung	3/98	Stadt Münster, Stadtwerke Münster	Regionalverkehr Münsterland, Westfalen Bus, VCD	◆	◆			◆	Stadthaus I Heinrich-Brüning-Str.9 48143 Münster 0251/5105200 01803/504030 www.muenster.de/mobile mobile1@muenster.de

Ort	Name	seit ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
Neuruppin	Tourismus-Service & Informationszentrum „Bürgerbahnhof“	6/97	Stadtwerke Neuruppin GmbH	DB, Prignitzer Eisenbahn, Stadtverwaltung, Verkehrsverein	◆	◆	◆	◆	◆	Karl-Marx-Str. 1 16816 Neuruppin (03391) 4546-0 www.ruppiner-land.de nsg@bkg-neuruppin.de
Osnabrück	OSCAR & Co.	12/99	Stadtwerke Osnabrück	Verkehrsgemeinschaft OS, VCD, ADFC, Pro Bahn, StadtTeilAuto	◆	◆		◆		Neumarkt 6-9 49074 Osnabrück 0541/344-724
Potsdam	BAHNLAND ServiceStation Griebnitzsee	10/99	BahnLand GmbH	S-Bahn Berlin, DB, Verkehrsbetrieb Potsdam, VBB, VCD, Bahnkunden-Verband Potsdam, , potsdam per pedales	◆	◆	◆	❖	◆	Rudolf-Breitscheid-Str. 201 14482 Potsdam 0331/740 88 18 www.bahnland-online.de mail@bahnland-online.de
Stuttgart	mpunkt im i-punkt Mobilitäts-Beratung Stuttgart	7/98	Stadt Stuttgart (Amt für Umweltschutz)	Verkehrsverbund Stuttgart, Stuttgarter Straßenbahnen, DB, Umweltministerium BW, Berufsverbände, ADFC, carsharing, MCC smart, Touristik-Information	◆	◆	◆	◆	◆	Königstr. 1A 70173 Stuttgart 0711/216-9000 www.stuttgart.de/umwelt/mobil
Ulm	traffiti das Reise- und ServiceCenter	5/00	SWU Verkehr, DB Reise & Touristik		◆	◆	❖	❖	◆	Ulmer Stadthaus Pfaugasse 8 89073 Ulm 0731/166-2121(22/23/24) www.traffiti.de traffiti@swv.de
Wetzlar	Mobilitätszentrale Wetzlar	12/00	Verkehrsverbund Lahn-Dill	RMV, Wetzlarer Verkehrsbetriebe,	❖	❖	❖		❖	Karl-Kellner-Ring 49 35576 Wetzlar 06441/407 1877 verkehrsverbund-lahn-dill@t-online.de
Wuppertal	MobiCenter	3/95	Wuppertaler Stadtwerke	DB, ADFC, Verbraucherzentrale, Regen e.V.	◆	◆	◆	◆	◆	Turmhof 6 42103 Wuppertal 0202/19449 www.wsw-online.de



Ort	Name	seit ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
<b>Erweiterte Servicezentralen</b>										
Bünde	Stadtbüro Bünde	8/98	Stadtverkehrsgesellschaft Bünde, Minden-Herforder- Verkehrsgesellschaft	Stadt Bünde	◆	◆	◆	❖	◆	Museumsplatz 9 32257 Bünde 05223/188122
Frankfurt- Flughafen	Mobilitätszentrale Reisezentrum Frankfurt- Flughafen	3/98	DB Reise + Touristik	RMV	◆	◆				Hugo-Eckener-Ring 1 Terminal 1 60549 Frankfurt a.M. 069/265-15522 www.rmv.de vl.ffm.flughafen@t-online.de
Gütersloh	Information Stadtbüro Gütersloh	7/00	Stadtwerke, Nahverkehrsgesellschaft Kreis Gütersloh GmbH, Kreis Gütersloh	Verkehrsunternehmen, VV- OWL	◆	◆	❖	❖	◆	Am Grubenhof 2 33330 Gütersloh 05241/222410 www.nvg.de auskunft@nvg.de
Kamenz	Mobilitätszentrale Kamenz	1/99	DB Reise + Touristik, Regionalbus Oberlausitz	Verkehrsverbund Oberelbe	◆	◆				Robert-Koch-Platz 1 01917 Kamenz 03578/308703
Leer	Mobilitätszentrale des Landkreises Leer	8/00	Verkehrsbetriebe des Landkreises Leer (VLL)	Landkreis Leer	◆	◆	❖			Geschäftsgebäude am ZOB Norderstr. 32 26603 Aurich 04941/93377 www.vla.de

Ort	Name	seit ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
<b>Servicezentralen</b>										
Ahaus <i>Kreis Borken</i>	mobimax	11/98	Kreis Borken, Regionalverkehr Münsterland (RVM)	DB, Westfalen Bus, Zweckverband Schienenpersonennahverkehr Münsterland Stadt Ahaus, Land NRW	◆	◆	◆	❖	◆	Bahnhofstr. 9 48683 Ahaus 01803/504030 www.mobimax.de info@mobimax.de
Ahlen <i>Kreis Warendorf</i>	kreis.verkehr	11/01	Kreis Warendorf, RVM	DB Regionalbahn Westfalen, Westfalen Bus, Zweckverband Schienenpersonennahverkehr Münsterland, Land NRW	◆	◆	◆		◆	Bahnhofplatz 2 59227 Ahlen 01803 50 40 30 www.kreis.verkehr-service.de
Detmold	infoThek <i>Mobilitätsberatung für Lippe</i>	10/98	VGL Verkehrsgesellschaft Lippe, SVD Stadtverkehr Detmold, VerkehrsVerbund OWL		◆	◆	◆	◆	◆	Lange Str. 77 32756 Detmold 0180-1339933
Ibbenbüren <i>Kreis Steinfurt</i>	Service-Zentrale Vincent <i>Verkehrsinformation sCentrum</i>	4/00	Regionalverkehr Münsterland, Kreis Steinfurt	DB Reise & Touristik, Westfalen Bus, Zweckverband SPNV Münsterland, Land NRW	◆	◆	◆	❖	◆	Wilhelmstr. 11 49477 Ibbenbüren 01803/504030 www.vincent-online.de post@vincent-online.de
Kamen <i>Kreis Unna</i>	fahrtwind	11/98	Verkehrsgesellschaft Kreis Unna (VKU), Kreis Unna	DB AG, Märkische Verkehrsgesellschaft, Westfalenbus, Land NRW	◆	◆	◆	◆	◆	Lünener Str. 13 59174 Kamen 01803/504030 02307/209-88 www.fahrtwind-online.de
Lübeck	Servicecenter am ZOB	4/99	Stadtverkehr Lübeck	Stadt, DB, StattAuto, Autokraft, Verkehrsgemeinschaft Ost-Holstein	◆	◆	◆		◆	Servicecenter am ZOB 0451/888-2828
Lüdinghausen <i>Kreis Coesfeld</i>	frag+fahr	10/98	Kreis Coesfeld, Regionalverkehr Münsterland (RVM)	DB, Westfalen Bus, Zweckverband Schienenpersonennahverkehr Münsterland, Land NRW	◆	◆	◆	❖	◆	Borg 11 59348 Lüdinghausen 01803/504030 Fax: 02591/939-166 www.rvm-online.de
Offenbach	Mobilitätszentrale der OVB	10/99	Offenbacher Verkehrsbetriebe	RMV, Stadt-Info der Stadt Offenbach	◆	◆	◆		◆	Salzgäßchen 1 63065 Offenbach 069/ 80058-360/361 www.rmv.de
Saarbrücken	Service direkt (Mobilitätsberatung)	11/00	gabb Gemeinnützige Gesellschaft für Arbeitslosenberatung und Beschäftigung Burbach	Stadt Saarbrücken, GIU, GSE, Verkehrsunternehmen, Car-Sharing	◆				◆	Ernst-Abbe-Str.6 66115 Saarbrücken 0681/76177947

Ort	Name	seit ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
Soest <i>Kreis Soest</i>	mobil info	12/98	Kreis Soest, Regionalverkehr Ruhr-Lippe	DB, Westfalen Bus	◆	◆	◆		◆	Am Bahnhof 10 59494 Soest 01803/504030 www.mobilinfo-online.de info@mobilinfo-online.de
Tübingen	fahr + plan	12/96	Landkreis Tübingen	Stadtverkehr Tübingen, Verkehrsunternehmen im Landkreis	◆	◆				Europaplatz 17 72072 Tübingen 07071/19449

Ort	Name	ab ...	Träger	Kooperationspartner	Angebote					Adresse
					IB	VR	TO	CO	AB	
<b>Konkret geplante Mobilitätszentralen</b>										
Braunschweig	M.punkt Braunschweig	1.Qua. 2002	Braunschweiger Verkehrs-AG	DB						
Darmstadt	RMV-Mobilitätszentrale	2002/2003	Darmstadt-Dieburger Nahverkehrsorganisation, Verkehrsverein TourCongress, Verkehrsgesellschaft Untermain, HEAG Medianet	RMV	❖	❖	❖			
Flensburg	<i>Mobilitätszentrale</i>	2002	Stadt Flensburg, Verkehrsbetriebe	Verkehrsbetriebe Kreis, Kreis Schleswig-Flensburg, Verkehrsverein bzw. Stadtmarketing GmbH						
Hamburg	Mobilitätszentrale Hamburg (MzH)	2001/2002	MzH-GmbH (Verkehrsunternehmen, HVV), Stadt Hamburg		❖	❖	❖	❖		
Helmstedt	M.punkt Helmstedt	2002	KVG	DB, Stadt/Landkreis ?						
Konstanz	<i>Mobilitätszentrale Konstanz</i>	?	Stadtwerke, Stadt Konstanz							
Mainz	Verkehrs Center Mainz	2002	Stadtwerke Mainz, ORN, RNN, Touristenzentrale Mainz	RMV, Stadt Mainz, Stadt Wiesbaden	❖	❖	❖	❖	❖	Bonifaziusstr. 2 55118 Mainz 06131/127777 www.stadtwerke-mainz.de verkehrscenter@stadtwerke-mainz.de
Oldenburg	<i>Mobilitätszentrale Oldenburg</i>	2002	evtl.: V.W.G., Weser-Ems-Bus, Verkehrsverbund Bremen-Niedersachsen (VBN), Stadt Oldenburg, City-Management GmbH		❖	❖	❖	❖	❖	
Rüsselsheim	RMV-Mobilitätszentrale	?	Stadt Rüsselsheim	Opel AG, DB						
Uelzen	<i>Mobilitätszentrale</i>	2002	Bahnhof 2000 Uelzen e.V.							Bahnhof Uelzen 29525 Uelzen www.bahnhof2000-uelzen.de
Wiesbaden	RMV-Mobilitätszentrale	2001	Stadtwerke Wiesbaden	RMV, Stadt Wiesbaden	❖	❖				
Wolfsburg	M.punkt Wolfsburg	Mitte 2002	Wolfsburger Verkehrsgesellschaft	Stadt Wolfsburg, CMT						

**Weitere Planungen bzw. Diskussion** z.B. in Aurich, Bergisch-Gladbach, Chemnitz, Cottbus, Donaueschingen, Dortmund, Düsseldorf, Fulda, Gera, Gifhorn, Göttingen, Goslar, Hanau, Heidenheim, Herford, Hochsauerlandkreis, Jena, Kaiserslautern, Leipzig, Marburg, Mettmann, Michelstadt, Minden, Mülheim, München, Neckarsulm, Nürnberg, Peine, Ravensburg, Rostock, Salzgitter, Siegburg, Wernigerode, Wolfenbüttel

### Unterscheidungskriterien der Aufbaustufen von Mobilitätszentralen

	Zugang	Lage	Angebot		Medien
<b>Mobilitätszentrale</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	multimodale (d. h. verkehrsmittelübergreifende) Information und Beratung	mindestens Angebote in zwei weiteren Kategorien (Verkauf und Reservierung; Transportorganisation und -koordination; Consulting; Öffentlichkeitsarbeit, Awareness und Bildung), insbesondere - nach außen gerichtet (Öffentlichkeitsarbeit/Awareness, bzw. Aufbau von Consulting) - Verkauf/Vermittlung/Verleih bzw. Aufbau von Transportorganisation	differenzierte Mediennutzung (Face-to-Face, Telefon, Online, Touch-Screen, Printmedien, etc.)
<b>Erweiterte Servicezentrale</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	multimodale Information und Beratung konkret geplant bzw. im Aufbau	über den ÖV hinausgehende Angebote geplant bzw. im Aufbau	Hauptmedium, Ausbau anvisiert
<b>Servicezentrale</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	Information und Beratung insbesondere zum ÖV, aber verkehrsträgerübergreifend (Bus und Bahn, Nah- und Fernverkehr)	Verkauf, Disposition bedarfsgesteuerter Verkehre bzw. auf den ÖV bezogene Dienstleistungen (Beschwerdemanagement, Fundbüro)	Hauptmedium (Face-to-Face, Telefon), plus ggf. weitere
<b>Kundencenter</b>	öffentlich	örtlich verschieden	Information vorwiegend zum Angebot eines Verkehrsunternehmens des Öffentlichen Verkehrs	insbesondere Verkauf bzw. auf den ÖV bezogene Dienstleistungen (Beschwerdemanagement, Fundbüro)	vorwiegend persönlich oder telefonisch

## Impressum

**Stand der vorliegenden Arbeit:**

April 2002

**Autoren:**

Guido Müller, Sebastian Rabe und Philipp Stierand unter Mitarbeit von Jörg Kochmann

**Herausgeber:**

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS)  
Forschungsbereich Verkehr  
Deutsche Straße 5  
D-44339 Dortmund

Telefon: +49 (0)2 31 / 90 51-0  
Telefax: +49 (0)2 31 / 90 51-1 55  
E-Mail: [ils@ils.nrw.de](mailto:ils@ils.nrw.de)  
URL: [www.ils.nrw.de](http://www.ils.nrw.de)

**Kontakt:**

Guido Müller  
Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS)  
Forschungsbereich Verkehr  
Deutsche Straße 5  
D-44339 Dortmund

Telefon: +49 (0)2 31 / 90 51-2 68  
Telefax: +49 (0)2 31 / 90 51-2 80  
E-Mail: [guido.mueller@ils.nrw.de](mailto:guido.mueller@ils.nrw.de)

**© ILS, 2003. Alle Rechte vorbehalten.**

Diese Veröffentlichung darf – auch auszugsweise und in welcher Form auch immer – nur mit schriftlicher Genehmigung des ILS vervielfältigt werden.

Es ist ausdrücklich untersagt, ohne schriftliche Zustimmung des ILS, Kopien dieser Veröffentlichung oder von Teilen daraus an anderer Stelle öffentlich zu präsentieren (z. B. durch "Spiegeln" dieser Datei auf anderen WWW-Servern) oder diese inhaltlich zu verändern.

Dortmund, April 2003