Sondervorhaben des
Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Forschungskennzahl Z6 – 90 381 / 728
UBA-FB-00 [trägt die UBA-Bibliothek ein]

Regionalisierung von Carsharing –
Förderung eines umweltfreundlicheren Verkehrs in Klein- und Mittelstädten durch kooperatives Engagement

von

Dr. Torsten Bähr, Paul Reschke
Verkehrswende in Kleinen Städten e.V., Leipzig

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Abschlussdatum September 2015

Kurzbeschreibung

Soziodemographische und raumstrukturelle Entwicklungen in Klein- und Mittelstädten erschweren es zunehmend, eine effektive Verkehrsverlagerung vom Motorisierten Individualverkehr auf den Umweltverbund zu erreichen. Eine Hauptursache sind unzureichende ÖPNV-Angebote um die Mobilitätsbedürfnisse der Bewohner zu befriedigen.

Das Projekt *engagiert mobil* verfolgt das inhaltliche Konzept, den ÖPNV durch einen systemexternen Ansatz zu stärken, indem es ergänzende Verkehrsangebote in Form gemeinschaftlicher Autonutzung in Klein- und Mittelstädten fördert. Ein Lösungsansatz hierfür ist Carsharing, das sich in Großstädten zu einer dynamischen Mobilitätsdienstleistung entwickelt hat. In Klein- und Mittelstädten hat es Carsharing aufgrund einer eingeschränkten Verfügbarkeit und der Schwierigkeit, zu Beginn eine notwendige kritische Nutzermasse zu erreichen, schwierig, eigenwirtschaftlich betrieben zu werden.

Engagiert mobil verfolgt daher den methodischen Ansatz, kooperatives Engagement lokaler und regionale Akteure zu fördern, um die investive Entwicklungsphase von Carsharing in Klein- und Mittelstädten zu verkürzen und damit die Verbreitung von Carsharing-Angeboten zu beschleunigen.

Hierfür entwickelt das Projekt ein universell anwendbares Beratungspaket für lokale und regionale Akteure und wendet es in Markteinführungsprojekten in zwei Modellkommunen beispielhaft an.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 5
Abbildungsverzeichnis 8
Tabellenverzeichnis 9
Abkürzungsverzeichnis 10
1 Einleitung 11
1.1 Ausgangssituation 11
1.2 Ziele der Arbeit 12
1.3 Projektansätze 13
1.4 Kommunikationsansätze 14
1.5 Umsetzungsstruktur 14
1.6 Struktur des Berichts 15
2 Carsharing, Regionalisierungsinitiativen und kooperative Prozesse 16
2.1 Verbindung von Carsharing und ÖPNV 16
2.2 Hemmnisse für Carsharing in Klein- und Mittelstädten 17
2.2.1 Soziodemographische und sozioökonomische Merkmale 18
2.2.2 Verkehrsverhalten 18
2.2.3 Nutzungsmotive 18
2.3 Aktuelle Ansätze für Carsharing in Klein- und Mittelstädten 19
2.3.1 Der Verein 19
2.3.2 Die Genossenschaft 20
2.3.3 Neuer Geschäftszweig für Unternehmen aus mobilitätsfernem Geschäftsbereich 20
2.3.4 Neuer Geschäftszweig für Unternehmen aus dem Geschäftsbereich Mobilität und Verkehr 21
2.3.5 Filialmodell einer bestehenden CSO mit eigenem Engagement vor Ort 21
2.3.6 Filial- / Ortsgruppenmodell mit Verein vor Ort als Erfüllungsgehilfe 22
2.3.7 Filial- / Ortsgruppenmodell mit Freiwilligen vor Ort als Erfüllungsgehilfe 22
2.3.8 Beurteilung der Organisationsformen 23
2.4 Regional-Initiativen in anderen Wirtschaftsbereichen 24
2.5 Ansätze einer kooperativen Regionalentwicklung 25
3 Allgemeines Beratungspaket für den Aufbau eines Carsharing-Angebots 28
3.1 Prinzipien und Struktur des Beratungspakets 28
3.2 Akteursbezogene Maßnahmenpakete 30
3.2.1 Bürgerschaft 30

3.2.2 Bestehende Carsharing-Organisationen 31
3.2.3 Akteure im ÖPNV 33
3.2.4 Kommunalverwaltungen 36
3.2.5 Kommunale Volksvertretung 45
3.2.6 Lokale Agenda 21 45
3.2.7 Akteure in der Wohnungswirtschaft 46
3.2.8 Unternehmen 48
3.2.9 Landes- und Bundesbehörden 49
3.2.10 Akteure im Bereich Tourismus 50
3.2.11 Kirchen und kirchennahe Institutionen 51
3.2.12 Vereine 52
4 Markteinführungsprojekte in zwei Modellkommunen 55
4.1 Allgemeines Vorgehen in den Modellkommunen 55
4.1.1 Anwendungsplanung der Beratungspakete 55
4.1.2 Konzeptionsphase – Aufbau und Gestaltung eines Projektworkshops 56
4.1.3 Umsetzungsphase – Vorgehen nach dem Workshop 56
4.2 Modellkommune Gotha 56
4.2.1 Kurzvorstellung der Stadt 56
4.2.2 Akteurskonstellation vor Ort 58
4.2.3 Konzeptionsphase 58
4.2.4 Umsetzungsphase 60
4.2.5 Lokale Öffentlichkeitsarbeit 61
4.2.6 Ergebnisse und Ausblick 61
4.3 Modellkommune Gera 62
4.3.1 Kurzvorstellung der Stadt 62
4.3.2 Akteurskonstellation vor Ort 63
4.3.3 Konzeptionsphase 64
4.3.4 Umsetzungsphase 66
4.3.5 Lokale Öffentlichkeitsarbeit 66
4.3.6 Ergebnisse und Ausblick 67
4.4 Überregionale Öffentlichkeitsarbeit 67
5 Schlussbetrachtung 68
5.1 Vorgehen 68
5.2 Erkenntnisse und Schlussfolgerungen 68
5.3 Kritische Reflexion 69

5.3.1 Methodischer Ansatz 69
5.3.2 Praktisches Vorgehen in den Modellkommunen 70
5.4 Überregionale Bedeutung und Übertragbarkeit 72
5.5 Fazit und Ausblick 72
6 Quellenverzeichnis 74
Anhang 1 - Informationsbroschüre 76
Anhang 2 - Teilnehmerliste der Projektworkshop 80

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersichtskarte mit Carsharing-Standorten in Deutschland, Stand Juni 2015 17

Abbildung 2: Blick auf Gera von Schloss Friedenstein 57

Abbildung 3: Ergebnisse des Workshops in Gotha an den Pinnwänden 60

Abbildung 4: Eröffnung des Gothaer Carsharing-Angebots am 10.09.2015 62

Abbildung 5: Blick von Gera-Untermhaus auf Gera und Teile des ehemaligen Buga-Geländes 63

Abbildung 6: Ergebnisse des Workshops in Gera an den Pinnwänden 65

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht über die Auswirkungen von Carsharing auf den ÖPNV ... 16
Tabelle 2: Maßnahmenpaket für die Bürgerschaft ... 31
Tabelle 3: Maßnahmenpaket I für bestehende CSO ... 32
Tabelle 4: Maßnahmenpaket II für bestehende CSO ... 32
Tabelle 5: Maßnahmenpaket für Aufgabenträger des ÖPNV ... 34
Tabelle 6: Maßnahmenpaket für Aufgabenträger des ÖPNV ... 35
Tabelle 7: Maßnahmenpaket für Betreiber des ÖPNV ... 36
Tabelle 8: Maßnahmenpaket I für Gemeindeverwaltungen ... 37
Tabelle 9: Maßnahmenpaket II für Gemeindeverwaltungen ... 40
Tabelle 10: Maßnahmenpaket III für Gemeindeverwaltungen ... 41
Tabelle 11: Maßnahmenpaket I für Landkreisverwaltungen ... 42
Tabelle 12: Maßnahmenpaket II für Landkreisverwaltungen ... 44
Tabelle 13: Maßnahmenpaket III für Landkreisverwaltungen ... 44
Tabelle 14: Maßnahmenpaket für Lokale Agenda 21 ... 45
Tabelle 15: Maßnahmenpaket I für Unternehmen der Wohnungswirtschaft ... 46
Tabelle 16: Maßnahmenpaket II für Unternehmen der Wohnungswirtschaft ... 47
Tabelle 17: Maßnahmenpaket I für Unternehmen ... 48
Tabelle 18: Maßnahmenpaket II für Unternehmen ... 49
Tabelle 19: Maßnahmenpaket für Landes- und Bundesbehörden ... 50
Tabelle 20: Maßnahmenpaket für Akteure im Tourismussektor ... 50
Tabelle 21: Maßnahmenpaket I für Kirchen und kirchennahe Institutionen ... 51
Tabelle 22: Maßnahmenpaket I für Kirche und kirchennahe Institutionen ... 52
Tabelle 23: Maßnahmenpaket I für Vereine ... 53
Tabelle 24: Maßnahmenpaket II für Vereine ... 53
Tabelle 25: Maßnahmenpaket III für Vereine ... 53

Abkürzungsverzeichnis

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club
BCS	Bundesverband CarSharing
CSO	Carsharing-Organisation
FB	Fachbereich
MiD	Mobilität in Deutschland
MIV	Motorisierter Individualverkehr
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PV	Personenverkehr
SrV	System repräsentativer Verkehrsbefragungen
VCD	Verkehrsclub Deutschland
VMT	Verkehrsverbund Mittelthüringen
VTW	Verband Thüringer Wohnungs- und Immobilienwirtschaft e.V.

1 Einleitung

1.1 Ausgangssituation

Die Verkehrswissenschaft ist sich einig, dass der Motorisierte Individualverkehr (MIV) in seiner heutigen Form einen bedeutenden Anteil der Umwelt- und Klimabelastung des Personenverkehrs trägt.[1] Sie verbindet mit ihm eine Vielzahl schwerwiegender ökologischer Probleme, bspw. Luftverschmutzung, Flächenverbrauch und Lärmbelastung. Als wesentlicher Faktor für die überproportional große Nutzung des MIV und den daraus resultierenden großen Anteil am Modal Split wird der Fahrzeugbesitz angesehen.[2]

Die Triade einer umwelt- und klimaschonenden, an Nachhaltigkeitsidealen ausgerichteten Verkehrsplanung beinhaltet daher neben der Vermeidung unnötigen Verkehrs v.a. auch die Verlagerung des MIV auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel sowie die effizientere und ressourcenschonendere Gestaltung des MIV. Den Hauptanteil des Personenverkehrs soll den einstimmigen Expertisen zufolge der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) tragen.

Etwa 70% der deutschen Bevölkerung wohnt außerhalb der Großstädte.[3] Deren Anteil an der Verkehrsleistung ist aufgrund längerer täglicher Wege aber deutlich höher einzuschätzen – nur ein Viertel der gesamten Personenverkehrsleistung entfällt auf die Großstädte.[4] Hier liegen somit sehr große Möglichkeiten, den Personenverkehr umwelt- und klimafreundlicher zu gestalten. Dieses Potential ist noch nicht annähernd ausgeschöpft.

Der häufig vertretenen Meinung, auf eine Änderung der Verkehrsnachfrage im MIV aufgrund steigender Energiepreise zu warten, muss aufgrund der damit verbundenen, nicht abschätzbaren Folgen für die Verkehrsteilnehmer ausdrücklich widersprochen werden. Vielmehr ist rechtzeitiges Handeln notwendig.

Das Problem

In großstädtischen Gebieten hat es der ÖPNV aufgrund der Bau- und Bevölkerungsstruktur vergleichbar einfach, ein zeitlich und räumlich attraktives Angebot vorzuhalten. Deshalb nutzen ihn hier auch verhältnismäßig viele Menschen, der Autobesitz und in dessen Folge der Anteil des MIV am Modal Split sind deutlich geringer als im bundesdeutschen Durchschnitt.[5]

Dagegen sind es in Klein- und Mittelstädten die gleichen Faktoren, die unter den aktuellen Rahmenbedingungen ein attraktives Angebot des ÖPNV und damit eine effektive Verlagerung zunehmend erschweren. Deshalb bleiben der Besitz und die Nutzung des Automobils häufig eine notwendige Bedingung, um zeitlichen und räumlichen Restriktionen des ÖPNV zu begegnen. Der Autobesitz und das subjektive Gefühl, dass der ÖPNV die eigenen Mobilitätsbedürfnisse nicht befriedigen kann, haben auch zur Folge, dass der ÖPNV gar nicht genutzt wird und durch stagnierende Angebote weiter an Attraktivität verliert.

---

1 Vgl. Becker et al. 2009

2 Vgl. Scheiner 2005, Lanzendorf & Scheiner 2004

3 Vgl. Böhler & Wanner 2004, S. 108., Statistisches Bundesamt: www.destatis.de

4 Dies verdeutlicht bspw. die Studie Mobilität in Deutschland 2008 (Follmer et. al 2010): durchschnittliche tägliche Wegelänge in Kernstädten nach BBR-Klassifizierung etwa 4-6 km kürzer als in verdichteten oder ländlichen Kreisen; Kernstädte: 820 Mio Pers.km/d; verdichtete Kreise: 1.553 Mio Pers.km/d; ländliche Kreise: 841 Mio Pers.km/d

5 Vgl. Follmer et. al 2010

Ein möglicher Ausweg

Neben dem Ansatz, die Attraktivität des ÖPNV systemimmanent zu steigern, zeigen gerade die Großstädte, dass es darüber hinaus zusätzliche, eminent wichtige Voraussetzung für die ÖPNV-Nutzung gibt: ergänzende Verkehrsangebote, die den ÖPNV erst als eine mögliche Alternative zum eigenen Auto „sichtbar“ werden lässt.

Aufgrund der Notwendigkeit der partiellen Autonutzung sollte neben der Förderung von Rad- und Fußverkehr daher ein Schwerpunkt verantwortungsvoller Verkehrsplanung in Klein- und Mittelstädten auf der Etablierung alternativer Autonutzungskonzepte liegen. Dadurch wird der Autobesitz als entscheidender Faktor des hohen MIV-Anteils am Modal Split verringert. Und damit kann auch ein höherer Anteil des Umweltverbundes im Allgemeinen und des ÖPNV im Speziellen erzielt werden.

Lösungsansatz

Im großstädtischen Kontext entwickelte sich neben dem Rad- und Fußverkehr im vergangenen Jahrzehnt Carsharing zu einem wichtigen ergänzenden Baustein multimodaler Mobilität. Carsharing ist ein von Wissenschaft und Politik anerkanntes, umweltfreundliches Konzept der organisierten gemeinschaftlichen Autonutzungen, das die Elemente eines verkehrspolitischen Dreiklangs beinhaltet.[6]

Ende der 80er Jahre entstand Carsharing als Mischform aus Bürgerengagement und Marktdienstleistung. Mittlerweile ist es in vielen Großstädten aufgrund des aktivierten Nutzerpotentials und des vielerorts nutzerfreundlichen Angebots „marktgetrieben“ und eine zunehmend professionalisierte Dienstleistung.

In kleinen und mittelgroßen Städten hingegen stellt sich die Situation noch anders dar: Einer grundlegend positiven Grundeinstellung der Bewohner zu Carsharing steht eine bisher eingeschränkte Verfügbarkeit gegenüber. Die Aussichten auf einen eigenwirtschaftlichen Betrieb sind für kleine, lokale CSO sehr gering, die Zeitspanne für eine Amortisierung der Investitionen äußerst lang. Die für den erfolgreichen Start des Carsharing nötige kritische Masse an Nutzern ist in Klein- und Mittelstädten zu Beginn nicht alleine durch den Markt zu generieren, um eine wirtschaftliche Tragfähigkeit der CSO zu gewährleisten.[7]

Aufgrund der Bedeutung von Carsharing für einen klimaschonenderen Personenverkehr gilt es, breite gesellschaftliche Gruppen zu aktivieren und bestehende Hemmnisse zu beseitigen, um Carsharing flächendeckend auch in Klein- und Mittelstädten zu ermöglichen. Davon profitiert v.a. der ÖPNV langfristig.

1.2 Ziele der Arbeit

Das Projekt *engagiert mobil* hat als **erstes das übergeordnete Ziel**, ein innovatives Konzept, mit dem Carsharing in Klein- und Mittelstädten langfristig und erfolgreich etabliert werden kann, weiterzuentwickeln, modellhaft durch die Initiierung regionaler Markteinführungsprojekte umzusetzen sowie die Ergebnisse möglichst breit zu veröffentlichen. Dieses übergeordnete Ziel bilden eine Reihe konkreter Teilziele:

6 Vgl. Umweltbundesamt 2010

7 Vgl. Loose 2010

1. die Verbesserung des Wissenstandes zu Carsharing bei relevanten Akteursgruppen in kleineren Kommunen
2. die Ansprache und Vernetzung dieser Akteursgruppen als Grundstein der Aktivierung außermarktlicher Unterstützung
3. die Initiierung neuer bzw. Unterstützung existierender Carsharing-Initiativen in kleineren Gemeinden.
4. Erarbeitung von Best-Practise-Beispielen um das erarbeitete Konzept überregional anwenden zu können

Das mit der Regionalisierung des Carsharing langfristig verfolgte **zweite übergeordnete Ziel** ist eine stärkere Nutzung des ÖPNV in Klein- und Mittelstädten, die perspektivisch weitere Angebotskürzungen verhindert und im Gegenteil eher zu einer Ausweitung der ÖPNV-Angebote führen soll.

Zielgruppen für diesen Projektansatz sind nicht in erster Linie Verbraucher, sondern lokale und regionale Akteure sowie Entscheidungsträger, die in einem Markteinführungsprojekt mitwirken können.

1.3 Projektansätze

Um das volle Nutzungspotential von ÖPNV-Leistungen in Klein- und Mittelstädten zu wecken und dadurch das Angebot zu stärken, wählt dieses Projekt einen **systemexternen Ansatz**: Auch ein hochflexibler, moderner ÖPNV kann nicht alle Mobilitätsbedürfnisse der Bewohner kleinerer Kommunen allein befriedigen. Daher sind ergänzende Verkehrsdienstleistungen notwendig. Eine zentrale Rolle kann dabei Carsharing spielen.

Inhaltlicher Ansatz

Inhaltlich verfolgt das Projekt den zentralen Ansatz, dass Carsharing-Angebote in Klein- und Mittelstädten vor allem in der Planungs- und Frühphase **außermarktliche Kooperationen** benötigen, um die notwendige kritische Masse für einen erfolgreichen Projektverlauf zu erreichen. Diese kooperativen Ansätze erfordern neben dem **hohen Engagement** seitens der **CSO** die **Aktivierung** von **gesellschaftlichen Gruppen** und **Bürgern**, **Kommunalverwaltungen** sowie **ÖPNV-Anbietern**. Beispielhafte Erfahrungen zeigen, dass die Vorteile und der Innovationsgrad von Carsharing groß genug sind, um in Klein- und Mittelstädten eine ähnliche Entwicklung wie in Großstädten anzustoßen.[8] Damit können sich Carsharing-Angebote kurz- bis mittelfristig zu einer attraktiven und wirtschaftlich tragfähigen Alternative zum eigenen Auto entwickeln und etablieren.

Das Projekt *engagiert mobil* baut auf ein bestehendes Konzept des *Verkehrswende in Kleinen Städten e.V.* auf, das 2013 mit dem Umweltpreis der Stiftung Umwelt, Natur- und Klimaschutz Sachsen-Anhalt prämiert wurde.[9] Es erweitert dieses Ortsgruppen-Konzept um die strategische Komponente **kooperatives Engagement lokaler und regionale Akteure**. Das so erweiterte Konzept soll es vereinfachen, die investive Entwicklungsphase von Carsharing in Klein- und Mittelstädten zu verkürzen und damit die Verbreitung von Carsharing-Angeboten zu beschleunigen.

8 Als erfolgreiches Beispiel ist hier der Vaterstettener Autoteiler VAT e.V. zu nennen.

9 Vgl. http://www.sunk-lsa.de/preistrgerarchiv20.html, aufgerufen am 04.05.2015

Methodischer Ansatz

Hierzu wird eine **akteursbasierte Methode** angewendet, die sowohl öffentliche, privatwirtschaftliche als auch private Akteure anspricht und einbindet. Damit fördert und stärkt ein solches Projekt lokales sowie regionales Engagement und forciert mit dem konkreten Ziel eines Carsharing-Angebots die Netzwerkbildung und kooperative Zusammenarbeit.

1.4 Kommunikationsansätze

Die im Projekt *engagiert mobil* erarbeiteten allgemeingültigen und regionalspezifischen Informationen und Ergebnisse sollen einer möglichst breiten Masse an Interessenten zugänglich gemacht werden. Aus diesem Grund findet eine Kommunikationsstrategie Anwendung, die durch eine dem Thema und den Zielgruppen angemessene Medien-Diversität geprägt ist.

Das zentrale Medium der Kommunikation der Projektinhalte und -ergebnisse ist die Projektwebseite.[10] Sie erläutert Hintergrund und Ansätze, die im Projekt Anwendung finden und gibt weiterführende Hinweise und Links. Sie veröffentlicht regelmäßig die Projektneuigkeiten sowie wichtige Meilensteine des Projektes. Neben den Aktivitäten in den Modellkommunen stellt die Webseite auch den überregionalen und nationalen Bezug des Vorhabens dar.

Als zweites Medium dient eine Informationsbroschüre, die bei öffentlichen Veranstaltungen bzw. bei Treffen mit (potentiellen) Projekt-Kooperationspartnern genutzt wird. [11]

Die einzelnen im Rahmen des Projekts durchgeführten Aktionen und Veranstaltungen sowie die darin erzielten Ergebnisse werden durch eine angemessene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Allgemeinheit zugänglich gemacht. Die Projektergebnisse sollen in überregionalen und nationalen Medienkanälen verbreitet werden. Dabei sollen auch Kooperationspartner mitwirken. Im Anschluss an das Projekt ist die Herausgabe eines Handbuchs geplant.

Darüber hinaus sorgen die Teilnahme an mobilitätsbezogenen Veranstaltungen während und nach der Projektbearbeitung sowie die Vernetzung mit anderen bundesweiten Mobilitäts- und Carsharing-Initiativen dafür, dass die modellhaft gewonnenen Erkenntnisse überregional Bekanntheit und Anwendungen finden.

1.5 Umsetzungsstruktur

Projektträger

Der Verkehrswende in Kleinen Städten e.V. engagiert sich seit 2011 aktiv dafür, Verkehr in Klein- und Mittelstädten umweltfreundlicher zu gestalten. Er ist für Projektkonzeption und -organisation verantwortlich. Der Verein fungierte im Rahmen des Projekts als aktives Organ in den Modellkommunen und als Vermittler zwischen den Interessenten sowie relevanten lokalen und regionalen Akteursgruppen.

Projektteam im Workshop

Mit der Organisation, Moderation sowie der fachlichen Vor- und Nachbereitung des Workshopverfahrens wurde das Planungsbüro StadtLabor Leipzig beauftragt, welches über umfangreiche Erfahrungen bei der integrierten Stadt- und Verkehrsplanung sowie bei Beteiligungs- und Moderationsprozes-

10 Vgl. http://engagiert-mobil.verkehrswende-ev.de/

11 Vgl. Anhang 1

sen verfügt. Für die Sicherstellung der fachlichen Qualität der Workshops wurden für die Eingangsreferate und die Begleitung der Diskussion der Bundesverband Carsharing sowie das ÖPNV-Beratungsbüro Probst & Consorten beauftragt.

1.6 Struktur des Berichts

Dieser Bericht beschreibt in **Kapitel zwei** den aktuellen Wissenstand zu den Zusammenhängen von Carsharing und ÖPNV sowie die grundlegenden Hemmnisse für Carsharing-Angebote in Klein- und Mittelstädten. Es benennt bereits bestehende erfolgreiche Ansätze und Organisationsstrukturen für Carsharing-Angebote in verschiedenen Klein- und Mittelstädten. Zudem zieht es einen Bezug auf andere Regionalisierungsinitiativen sowie Konzepte der kooperativen Regionalplanung, um deren Ansätze, Maßnahmen und Vorgehensweisen zur Anwendung in Carsharing-Projekten abzuleiten.

Kapitel drei beschreibt die Entwicklung eines allgemeinen Beratungspakets für Aufbau und Unterstützung von Carsharing-Angeboten. Dabei stehen die entscheidenden Akteure, deren Motivation und Möglichkeiten der Unterstützung mit den konkreten Maßnahmen und umsetzbaren Aktionen im Vordergrund.

Im Anschluss stellt **Kapitel vier** die Übertragung des allgemeinen Beratungspakets auf zwei Modellkommunen dar. Nach Beschreibung der beteiligten Kommunen skizziert es die Akteurskonstellationen vor Ort. Es schildert den Verlauf von Konzeptions- und Umsetzungsphase, benennt die erzielten Ergebnisse und zeigt aufgetretene Hindernisse und Schwierigkeiten.

Das abschließende **fünfte Kapitel** fasst das Vorgehen im Projekt zusammen, benennt die daraus erzielten Erkenntnisse und die Schlussfolgerung und diskutiert die Übertragbarkeit des Projektansatzes auf andere Städte. Es folgte eine kritischen Reflexion des methodischen Ansatzes und des Vorgehens sowie ein Fazit und Ausblick.

2 Carsharing, Regionalisierungsinitiativen und kooperative Prozesse

2.1 Verbindung von Carsharing und ÖPNV

Die auslösenden Momente einer Carsharing-Nutzung sind häufig veränderte Mobilitätsbedürfnisse, die ein mehr oder ein weniger an Auto-Mobilität erfordern. Nicht selten ist damit die Absicht eines Autokaufs oder einer Autoabschaffung verbunden, mit weitreichenden Folgen für die weitere Nutzung anderer Verkehrsmittel. Neben soziodemographischen und raumstrukturellen Faktoren, Werteeinstellungen oder dem Lebensstil ist der Verkehrsmittelbesitz eine sehr wichtige Einflussgröße auf die Verkehrsmittelnutzung: wird ein Auto erst einmal angeschafft, mit dem hohe Fixkosten verbunden sind, fallen andere kostenpflichtige Verkehrsmittel, wie z.B. der ÖPNV, aus der Verkehrsmittelwahl heraus.[12] Andersherum führt die Abschaffung bzw. die Nicht-Anschaffung eines eigenen Autos dazu, dass mehr Geld für die Nutzung anderer Verkehrsmittel vorhanden ist und diese entsprechend häufiger genutzt werden.

Die Veränderung des Fahrzeugbesitzes durch Abschaffung bzw. Nicht-Anschaffung eines eigenen Fahrzeugs in direktem Zusammenhang mit der Teilnahme an einem Carsharing wurde sowohl vom Bundesverband Carsharing (BCS) als auch von einer Reihe von CSO durch direkte Nutzerbefragung mehrfach belegt.[13]

Tabelle 1: Übersicht über die Auswirkungen von Carsharing auf den ÖPNV

Effekte durch Carsharing	Vorteile für den ÖPNV
Abschaffung und Nicht-Anschaffung eines Pkw	Neukunden-Gewinnung und Kundenbindung
Steigerung der ÖV-Nutzung durch Verlagerung von Freizeit- und Einkaufswegen	Zusätzliche ÖPNV-Nachfrage außerhalb der Spitzenstunden
Schließen von Mobilitätslücken	Mobilitätsgarantie
Integration des Autos zur Feinerschließung der Ziele in die Reisekette	Ausbau Intermodalität
Angebot eines Autos für bestimmte und besondere Gelegenheiten	Angebot Multimodalität
Charme und Spaß des Angebotes	Emotionalität der Autobranche übernehmen
Mehrwert der ÖPNV-Karte durch umfassende Service-Leistungen	Image eines modernen Mobilitätsdienstleisters

Quelle: Huwer 2002, S. 35

Die Verkehrswissenschaft ermittelte bereits vor geraumer Zeit die Wirkungen und Vorteile, die der ÖPNV aufgrund eines Carsharing-Angebots hat. So zeigen HAEFELI ET. AL in mehreren aufeinanderfolgenden Studien eine höhere Nutzung des ÖPNV für Nutzer des Carsharing-Angebots der Schweizer Mobility im Vergleich mit dem Schweizer Durchschnitt bzw. dem Fall, dass es kein Carsharing-Angebot gäbe.[14] Einen überdurchschnittlichen hohen Besitz einer ÖPNV-Abokarte sowie eine damit verbundene höhere Nutzung von Bus und Bahn zeigte KRIETEMEYER sowohl für Münchner Carsharing-

12 Vgl. Huwer 2002, S. 35f.

13 Vgl. BCS 2011, Glotz-Richter 2014, Mobility Center GmbH 2011, 2013

14 Vgl. Haefeli et al. 2006, Interface 2015

Nutzer als auch für solche im Münchner Umland.[15] HUWER trägt die Effekte von Carsharing mit Auswirkungen für den ÖPNV umfassend zusammen (vgl. Tabelle 1).

2.2 Hemmnisse für Carsharing in Klein- und Mittelstädten

Ein Blick auf eine Karte des Bundesverbandes Carsharing, die die deutschen Städte und Kommunen mit einem Carsharing-Angebot darstellt, zeigt, dass es in allen deutschen Städten mit mehr als 200.000 Einwohnern ein Carsharing gibt. Sie zeigt auch, dass die Zahl der Klein- und Mittelstädte mit einem Carsharing-Angebot in einigen Regionen vergleichsweise hoch ist, vor allem in Großraum München, Großraum Stuttgart sowie im Rheintal. Dennoch gibt es deutschlandweit bislang nur in ca. 24% der Gemeinden mit 20.000-50.000 Einwohnern, in 9% der Kommunen mit 10.000 bis 20.000 und gar nur in 2% der Gemeinden mit 5.000-10.000 Einwohnern ein Carsharing-Angebot. In Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern liegt der Anteil gar bei nur 0,3%.[16]

Abbildung 1: Übersichtskarte mit Carsharing-Standorten in Deutschland, Stand Juni 2015

Quelle: www.carsharing.de; Zugriff am 23.06.2015

Der wichtig(st)e Grund für diese vergleichsweise geringen Anzahlen wurde bereits eingangs genannt: die fehlende kritische Nutzermasse für einen zumindest eigenwirtschaftlich Betrieb. BERGMANN benennt drei Kategorien von Faktoren, weshalb sich hier vergleichsweise wenige, bislang anscheinend zu wenige, Menschen für die Nutzung von Carsharing begeistern lassen:

- soziodemographische und sozioökonomische Merkmale
- Verkehrsverhalten
- Bewusstsein für Umweltaspekte / Nutzungsmotive[17]

15 Vgl. für das Stadtgebiet München: MVV & Krietemeyer 2003, für das erweiterte Umland: Krietemeyer 2012

16 Vgl. Loose 2014

17 Vgl. Bergmann 2014

2.2.1 Soziodemographische und sozioökonomische Merkmale

Eine Vielzahl von Untersuchungen zeigt, dass Carsharing ein sozialstrukturell homogenes Milieu anspricht. Die Nutzerklientel im Carsharing ist eher männlich, zwischen 25 und 45 Jahre alt, weißt ein hohes Bildungsniveau mit Abitur oder/und Fach-/Hochschulabschluss auf, verfügt über ein mittleres bis hohes Einkommen und wohnt in einem Ein- bis Dreipersonen-Haushalt. Die Mehrzahl der Carsharing-Nutzer ist berufstätig und arbeitet vorwiegend im Dienstleistungs- und Bildungssektor. Dagegen sind Arbeiter, Rentner sowie Erwerbslose bislang eher unterrepräsentiert.[18]

Abgesehen von kleineren Gemeinden in Ballungsräumen weisen demographische Indikatoren in Klein- und Mittelstädten darauf hin, dass diese Carsharing-affinen Bevölkerungsgruppen absolut und relativ kleiner sind als in Großstädten. Damit ist das Nutzungspotential für ein Carsharing bereits eingeschränkt.[19]

2.2.2 Verkehrsverhalten

Carsharing-Kunden nutzten einen PKW bereits vor der aktiven Teilnahme am Carsharing vergleichsweise wenig und verringern die PKW-Nutzung in Folge der Carsharing-Nutzung weiter.[20] Diesen Rückgang der PKW-Nutzung zeigen auch die Studien „Drei Monate autolos“[21] und „Parken in Schleußig“.[22] Sie belegen exemplarisch, dass die Projektteilnehmer, die in einem begrenzten Zeitraum auf ihr Fahrzeug verzichten, ihren Alltag anstatt mit einem eigenen Auto nun mit ÖPNV, Rad, zu Fuß gehen und Carsharing organisieren.

In vielen Klein- und Mittelstädten gibt es im Vergleich zu Großstädten andere raumstrukturelle Gegebenheiten. Dadurch bilden sich tägliche Wegebeziehungen, die häufig durch längere Wegestrecken zwischen unterschiedlichen Gemeinden geprägt sind. Die zeitlichen und räumlichen Anforderungen der täglichen Wege sind damit sehr hoch. Abseits der Ballungsräume führen sie zu einem verstärkt monomodalen Verkehrsverhalten, bei dem der eigene PKW dem Umweltverbund im Allgemeinen und der ÖPNV im Speziellen das Nachsehen gibt.

Ein höherer PKW-Besitz als im bundesdeutschen Durchschnitt hat einen höheren Anteil des MIV im Modal Split und die geringere Nutzung des ÖPNV auch auf solche Relationen zur Folge, die eigentlich mit dem ÖPNV zu bewältigen sind.

2.2.3 Nutzungsmotive

Als ein wichtiges Nutzungsmotiv in den früheren Jahren des Carsharing gelten Umweltaspekte. Frühe Carsharing-Nutzer waren sich der Umwelt- und sozialen Probleme, die mit ihrem Verkehrsverhalten verbunden sind, bewusst und versuchten durch aktive Verhaltensänderung im Rahmen ihrer Möglichkeiten etwas dagegenzusetzen. Mit der Entwicklung zu einer modernen Mobilitätsdienstleistung treten diese Aspekte immer mehr in den Hintergrund, zugunsten rationaler Beweggründe wie Bequemlichkeit, Kostenersparnis oder Flexibilität.[23]

Diese rationalen Motive sind bei einem umfangreichen und nahezu flächendeckenden Angebot in einer Großstadt mit einer Flotte von 200 Fahrzeugen eher anzusprechen als bei einem Angebot mit einem oder zwei Autos. An dieser Stelle werden zwei Nachteile des Carsharing sichtbar: es gibt keine

18 Vgl. Bergmann 2014, Harms 2003, Franke 2001, Sakhdari 2005, Mobility Center GmbH 2011, 2013
19 Vgl. Breindl 2014
20 Sakhdari 2005
21 Keller 2000
22 Harms et al. 2009
23 Vgl. Gossen 2012

hundertprozentige Nutzungsverfügbarkeit und an Standorten mit einem beschränkten Angebot gibt es vergleichsweise lange Zugangszeiten zum PKW.

2.3 Aktuelle Ansätze für Carsharing in Klein- und Mittelstädten

Dennoch zeigen Beispiele, dass auf ganz unterschiedlichen Wegen Carsharing-Angebote in kleinen und mittelgroßen Städten aufgebaut werden und sich (unterschiedlich) gut entwickeln. Die folgende Aufstellung trägt Beispiele mit unterschiedlichen Organisationsstrukturen zusammen.

2.3.1 Der Verein

Vereinsorganisiertes Carsharing stellte eine der ersten Angebote in Deutschland dar, auch in den Großstädten, aus denen sich im Laufe der Jahre meist die heute tätigen Kapitalgesellschaften entwickelt haben. Häufig in der Umweltbewegung verankert, wurden Vereine mit dem Ziel gegründet, aktiv eine Verringerung des Autobestands herbeizuführen, indem Vereinsmitglieder eine gemeinschaftliche Autonutzung organisieren.

Diese Organisationsform basiert auf einem notwendigen ehrenamtlichen Engagement vor Ort. Ihr Carsharing-Know-How entwickeln die Vereine meist selbstständig oder durch Beratung anderer Vereine. Große Vorteile dieses Modells sind, dass hier ein größtmögliches Entscheidungs- und Mitspracherecht der Nutzer/Vereinsmitglieder besteht, dass es viel lokales Know-How gibt und Vereine lokal häufig gut vernetzt sind. Dem gegenüber stehen als vermeintliche Nachteile, dass ein Verein den Fuhrpark aus Mitteln/Einlagen der Mitglieder selbstständig finanzieren muss und damit der Verein und letztlich die Nutzer ein hohes wirtschaftliches Risiko tragen.

Darüber hinaus kann die eher unverständlich erscheinende Situation eintreten, dass ein operativer Erfolg die organisatorische Struktur dieses Modells gefährdet: mit zunehmender Nutzung und steigender Flottengröße steigt auch der zeitliche Aufwand, den die ehrenamtlich Tätigen aufbringen müssen. Zusätzlich kann der Fall eintreten, dass operativ die Schwelle zwischen erstem und zweitem Fahrzeug problematisch wird: aus Nutzersicht ist ein Fahrzeug nicht mehr ausreichend, sodass der Absprung von Nutzern aufgrund fehlender Verfügbarkeiten möglich ist. Gleichzeitig bieten die wirtschaftlichen Rahmendaten (Auslastung, Umsatz) noch nicht die Voraussetzungen, um ein zweites Fahrzeug anzuschaffen. Diese beiden Effekte können letztendlich auch zum Scheitern eines eigentlich erfolgreichen Carsharing-Vereins führen.[24] Doch zeigen eine Vielzahl von Beispielen, dass viele Vereine Carsharing erfolgreich organisieren.

In Vaterstetten, einer östlich von München gelegenen Kleinstadt, organisiert der *Vaterstettener Autoteiler VAT e.V.* Carsharing seit 1992 mit großem Erfolg, der sich in steigenden Nutzer- und Fahrzeugzahlen widerspiegelt. Die Vereinsmitglieder haben dabei mit großem Ehrgeiz ein eigenes Buchungs- und Abrechnungssystem sowie ein Schlüsselzugangssystem entwickelt, das sie auch anderen Vereinen zur Verfügung stellen.

In Halberstadt gibt es seit Anfang der 1990er Jahre den *Autoteilen in Halberstadt e.V.*, der sowohl in Halberstadt als auch in Thale mit insgesamt zwei Fahrzeugen Carsharing organisiert.

Der *Zweitäler-Land Car-Sharing e.V.* aus Waldkirch ist ebenfalls eine langjährige CSO, die im gleichnamigen Gebiet um Waldkirch Carsharing organisiert. Dabei ist der Verein für den operativen Betrieb des Angebots und dessen Wirtschaftlichkeit verantwortlich, nutzt dafür aber die Zugangstechnik und Buchungssoftware der stadtmobil Südbaden AG, mit der er eine Quernutzungsvereinbarung hält. Hervorzuheben ist die Kooperation mit dem ansässigen Tourismusverband, sodass Urlauber, die die

24 Vgl. Schweig et al. 2004

regionale Touristenkarte erwerben, Carsharing nutzen können. Der Verein unterhält auch eine Kooperation mit dem regionalen Verkehrsverbund.

2.3.2 Die Genossenschaft

Genossenschaftlich organisiertes Carsharing hat grundsätzlich das gleiche Ziel wie vereinsbasierte Angebote: Genossenschaften fördern ihre Mitglieder wirtschaftlich und sozial durch eine gemeinschaftliche Autonutzung. Sie verfolgen vorrangig ökonomische Zwecke, wobei neben der Selbstverantwortung und Selbstverwaltung das Identitätsprinzip wichtige Wesensmerkmale einer Genossenschaft bilden. Das unterscheidet sie von einem Verein (der nicht vorrangig ökonomische Zwecke verfolgt) sowie von Kapitalgesellschaften, denn in einer Genossenschaft sind Miteigentümer zugleich Geschäftspartner, d.h. Abnehmer der Dienstleistung, sowie Eigenkapitalgeber. In dieser Dreifachbeziehung liegt für ein Carsharing-Projekt ein Vorteil, denn jede Entscheidung wird im Sinne des Nutzers als auch des Kapitalgebers bzw. Miteigentümers abgewogen.

In Abhängigkeit der finanziellen Stärke benötigen auch Genossenschaften zum Angebotsstart ein hohes Maß an Engagement und freiwilliger Arbeit, um startbedingte geringe Umsätze durch eine schlanke Kostenstruktur auszugleichen.

Es gibt aktuell nur zwei Carsharing-Genossenschaften in Deutschland. Eine ist die neugegründete *n-mobil Neiße-Nysa-Nisa eG* mit Sitz in der Europastadt Görlitz-Zgorzelec, die das Ziel eines länderübergreifenden Angebots in der Euroregion Neiße verfolgt. Im Frühling 2015 startete sie mit einem Angebot im Raum Görlitz, das auf andere Städte und Gemeinden in der Region Oberlausitz ausgedehnt werden soll. In einem weiteren Schritt will n-mobil mit Anbietern in Tschechien und Polen zusammenarbeiten.

2.3.3 Neuer Geschäftszweig für Unternehmen aus mobilitätsfernem Geschäftsbereich

Ein zusätzliches Carsharing-Angebot dient für solche Unternehmen als Maßnahme der Kundenbindung oder Kundengewinnung und um sich von Wettbewerbern abzuheben. Es ergänzt eigene Dienstleistungen oder Produkte. Das Carsharing wird als eigenständiger Geschäftszweig unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten entwickelt, Nutzer sind Kunden des Unternehmens. Bislang handelt es sich dabei häufig um Unternehmen der Wohnungswirtschaft.

Für ein Carsharing-Projekt liegt in dieser Konstellation ein Vorteil darin, dass ein Unternehmen im Vergleich zu einem Verein eher in der Lage ist, die notwendigen Kosten für den Betriebsstart bzw. eine Erweiterung zu tragen. Ein weiterer Vorteil ist, dass das Unternehmen lokale Kenntnisse hat und gut vernetzt ist. Ein Nachteil für die Entwicklung des Angebots ist aber, dass es sich nicht um ein Hauptgeschäftsfeld handelt und damit ggf. nicht die notwendigen Ressourcen bereitgestellt werden, um das Angebot nutzer- und bedarfsgerecht zu entwickeln. So ist zu hinterfragen, ob das Unternehmen die notwendige Leidenschaft und Ausdauer hat, um gerade den schwierigen Beginn des Angebots zu überstehen. Dazu stellt sich die Frage, wie viel Zeit das Unternehmen in dieses zusätzliche Geschäftsfeld investiert, um die vorgegebenen Ziele zu erreichen. Der möglicherweise fehlende Einfluss von Nutzern und Interessenten vor Ort auf die Entwicklung ist ebenso ein Nachteil.

In der Lutherstadt Wittenberg bietet die *Wohnungsbaugenossenschaft Wittenberg* bspw. ihren Genossenschaftlern die Möglichkeit der Carsharing-Nutzung als zusätzliche Dienstleistung an, indem an zwei Standorten mehrere Fahrzeuge für tageweise Buchungen bereitstehen. In Meiningen organisiert eine private Hausverwaltung Carsharing, das sowohl eigene Mieter als auch andere Einwohner Meiningens nutzen können

2.3.4 Neuer Geschäftszweig für Unternehmen aus dem Geschäftsbereich Mobilität und Verkehr

Mit der Kundenbindung und Kundengewinnung haben Unternehmen in mobilitätsbezogenen Geschäftsfeldern vergleichbare Motivationen, Carsharing anzubieten. Dabei kann das Angebot von Carsharing vordergründig der Ergänzung der eigentlichen Produkte und Dienstleistungen dienen. In diesen Fällen beschränkt sich das Engagement häufig auf den operativen Betrieb, sodass in der Regel Technik und Ressourcen bestehender Anbieter genutzt werden. Andere Unternehmen wiederum, die in Carsharing ein eigenständiges zusätzliches Geschäftsfeld sehen, entwickeln mit vergleichsweise hohem Aufwand nicht nur andere Carsharing-Angebotsmodelle sondern auch eigene Software- und Zugangstechniken. Die Vor- und Nachteile dieser Angebotsformen sind mit denen der vorgenannten Organisationsform in etwa vergleichbar.

Ein Beispiel für die konsequente Entwicklung von Carsharing-Angeboten in Klein- und Mittelstädten stellt das deutschlandweite, aber dennoch lokal verantwortete *Ford Carsharing* dar. Die Ford-Werke GmbH entwickelte ein einheitliches Produkt, das von den einzelnen Ford-Händlern eigenverantwortlich angeboten werden kann. Dabei erhalten sie Beratung und Unterstützung der Ford Werke GmbH. Exemplarisch sind an dieser Stelle die Carsharing-Angebote in Wernigerode, Vechta und Gräfelfing zu nennen.

Beim Carsharing in Ansbach agiert der *CarSharing und intelligente Mobilitätskonzepte in Ansbach e.V.* als Initiator und unterstützt das Carsharing ideell als Teil seiner Gesamtstrategie, ebenso wie Stadtverwaltung und Stadtwerke. Das Angebot selbst organisiert und betreibt eine lokale Autovermietung.

Eine deutschlandweit tätige Autovermietung betrachtet Carsharing abseits der Großstädte als eigenständiges, neues Geschäftsfeld, wie die eigenen Entwicklungen im Bereich Software, Zugangstechnik sowie ein eigenständiges Geschäftsmodell vermuten lassen. So eröffnete *App2Drive* eine vergleichsweise große Anzahl von v.a. peripheren Standorten im ersten Jahr. Das Unternehmen arbeitet bei Vertrieb und operativen Betrieb an den Standorten mit lokalen Kooperationspartnern zusammen.

2.3.5 Filialmodell einer bestehenden CSO mit eigenem Engagement vor Ort

Auch etablierte CSO des stationsbasierten Carsharing bieten Carsharing in Klein- und Mittelstädten an und nutzen vor Ort dabei unterschiedliche Organisationsformen. Ausschlaggebend für die gewählte Form scheint die Form der „Beauftragung“ zu sein. So kann bspw. eine Kommunalverwaltung, ein lokales Agenda-Büro oder eine vergleichbare lokale Organisation eine CSO beauftragen bzw. dessen Engagement vor Ort anstoßen. In diesem Fall agieren die CSO meist komplett selbstständig bzw. mit lokalen Dienstleistern, die sich um Vertrieb und operative Belange kümmern.

Der große Vorteil dieses Ansatzes ist das Know-How im Carsharing, das die CSO mitbringt. Falsche Erwartungen oder Fehlentwicklungen (Standorte, Fahrzeugeinsatz) können so bereits zu Beginn vermieden werden. Für lokale Akteure entsteht in diesem Modell, abseits von einem ggf. vereinbarten Mindestumsatz, kein wirtschaftliches Risiko. Dem steht allerdings der Nachteil entgegen, dass häufig vereinbarte Mindestumsätze bzw. das Angebot selbst einer zeitlichen Befristung unterliegen, nach der eine Neubewertung erfolgt und das Carsharing ggf. wieder eingestellt wird. Ein zusätzlicher Nachteil besteht darin, dass die CSO vor Ort oft kaum vernetzt ist, ihr damit lokales Know-How fehlt und sie sich dieses erst aneignen muss.

In Pinneberg bei Hamburg engagiert sich die CSO *Greenwheels* nach Forderung der Lokalen Agenda 21. Die Kreisverwaltung nutzt seit 2009 zu einem erheblichen Teil die aufgestellten Fahrzeuge. Aktuell steht das Angebot jedoch zur Debatte, da sich bislang abgesehen von der Verwaltung nicht ausreichend Nutzer der Fahrzeuge gefunden haben.

Das Carsharing der Deutschen Bahn, *flinkster*, betreibt in Panketal seit 2013 auf Anfrage des dortigen Bürgermeisters ein Carsharing mit einem Elektrofahrzeug. Ankerkunde in diesem Projekt, das mit

einer zeitlichen Befristung von einem Jahr startete, ist die Gemeindeverwaltung. Über eine ausreichende komplementäre Nutzung gibt es keine zuverlässigen Informationen.

Die Klimaallianz Flensburg konnte 2014 eine Reihe kommunaler und privater Unternehmen in der Stadt dafür gewinnen, sich zeitlich befristet auf eine festgelegte Carsharing-Nutzung zu vereinbaren. Mit diesen wirtschaftlichen Rahmendaten erfolgte eine Carsharing-Ausschreibung, die der Bremer Anbieter *Cambio* gewann. Im März 2015 startete das Carsharing-Angebot mit fünf Stationen und neun Fahrzeugen. Eine erste Zwischenevaluierung im Juni 2015 ergab, dass die Erwartungen übertroffen wurden.

2.3.6 Filial- / Ortsgruppenmodell mit Verein vor Ort als Erfüllungsgehilfe

Ein weiterer Ansatz, die eine CSO in einer Klein- und Mittelstadt verfolgen kann, ist die Zusammenarbeit mit einem lokalen oder regionalen Verein als Kooperationspartner vor Ort, der sich um Vertrieb, Öffentlichkeitsarbeit sowie operative Aufgaben kümmert.

Dieser Ansatz verbindet den Vorteil des Carsharing-Know-Hows der CSO mit dem lokalen Know-How sowie einer lokalen Vernetzung durch den Verein vor Ort. Für ihn ist es ein Vorteil, dass er keine wirtschaftlichen Risiken eingehen muss. Nachteile dieser Organisationsform können die beschränkte Einflussnahme der lokalen Akteure und die Wirtschaftlichkeitsvorgaben durch die CSO sein.

Im Stuttgarter Umland gibt es eine Zusammenarbeit zwischen der *stadtmobil Carsharing Stuttgart AG* und dem *stadtmobil Stuttgart e.V.*. Während der stadtmobil e.V. sich in einem Filialkonzept um die Vorbereitung, den Vertrieb und die operativen Belange sowie die Entwicklungsplanungen kümmert, stellt die stadtmobil AG die Fahrzeuge, die Buchungstechnik sowie die Back-Office-Dienstleistungen.

In Esslingen liegt mittlerweile ein besonderer Fall vor: hier entwickelte und betrieb der *VCD-Gemeinschaftsauto Esslingen e.V.* zwischen 1994 und 2012 operativ und eigenwirtschaftlich das Carsharing-Angebot, bevor der Betrieb an die stadtmobil Stuttgart AG übergeben wurde. Seitdem übernimmt der Verein ehrenamtlich die operativen Aufgaben vor Ort. Auch in Alsfeld in Hessen initiiert und unterstützt die *VCD-Ortsgruppe* operativ das Carsharing-Angebot, das in diesem Fall von *stadtmobil Rhein-Main* betrieben wird.

In Südbaden schlossen sich in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von eigenständigen Carsharing-Vereinen zuerst zu einem Buchungsverbund zusammen. Ab 2011 übernahm die neugegründete *stadtmobil Südbaden AG* den Betrieb der meisten dieser Vereine, die sich seitdem auf die operativen Aufgaben vor Ort konzentrieren.

Der *teilAuto Dessau e.V.* betrieb von 1999 bis 2004 das Carsharing in Dessau, bevor er den wirtschaftlichen Betrieb an die Mobility Center GmbH abgab und seitdem als Kooperationspartner vor Ort die operativen Aufgaben übernimmt.

2.3.7 Filial- / Ortsgruppenmodell mit Freiwilligen vor Ort als Erfüllungsgehilfe

Im Gegensatz zum zuvor beschriebenen Modell übernimmt in dieser Organisationsform eine informell zusammengeschlossene Gruppe Freiwilliger wesentliche operative Aufgaben des Carsharings vor Ort. Diese Form kann vor allem dann Anwendung finden, wenn das Interesse an Carsharing in einer Gemeinde von einer oder mehreren Personen ausgeht und es kein Verein für die Übernahme der operativen Aufgaben gibt.

Ansonsten sind Vor- und Nachteile mit denen dem zuvor beschriebenen Ansatz vergleichbar. Die Erfahrungen zeigen aber eine gewisse Fragilität der lokalen Organisationsstruktur, da der Erfolg v.a. von einer oder von wenigen Personen (**Kümmerer**) abhängt. Fallen diese weg, fällt ggf. auch die lokale Organisationsstruktur zusammen.

Dieser Ansatz findet z.B. in Freiberg Anwendung. Dort bietet die CSO *teilAuto Mitteldeutschland*, unterstützt von vier Freiwilligen, seit 2011 Carsharing an. Durch die aktive und erfolgreiche Mitarbeit der Freiwilligen konnte das Angebot vor Ort fest verankert werden, sodass sich innerhalb von vier Jahren die Nutzerzahl verfünffachte und die Fahrzeugflotte mehr als verdoppelte. Einen vergleichbaren Ansatz verfolgt *teilAuto* in Pirna, Tharandt, Markkleeberg und Wittenberg.

2.3.8 Beurteilung der Organisationsformen

Durch eine verstärkte mediale Berichterstattung über Carsharing sind die mit diesem Verkehrsangebot verbunden Erwartungen in Sachen Komfort, Bequemlichkeit und Nutzerfreundlichkeit gestiegen. So sind Buchungen via Internet oder Smartphone, Fahrzeugzugang mittels Chipkarten und elektronische Fahrdatenerfassung mittlerweile fast eine Grundvoraussetzung dafür, dass ein Carsharing angenommen wird. Daher haben es Neugründungen, die auf Schlüsseltresore oder manuelle Fahrtenbücher und -abrechnung setzen (müssen), eher schwer, eine ausreichende Akzeptanz zu erzielen. Regional unterschiedlich scheint die Bereitschaft in der Bevölkerung zu sein, sich freiwillig/ehrenamtlich für ein Carsharing zu engagieren, insbesondere dann, wenn eine kommerzielle CSO das Fahrzeugangebot stellt.

Entscheidet sich eine lokale Organisationsstruktur für eine Anfangsinvestition in die notwendige Technik und den Anschluss an ein vorhandenes Buchungssystem (z.B. der DB Rent, cambio, stadtmobil), können einerseits solche technischen Nachteile beseitigt, der Arbeitsaufwand für die Engagierten vor Ort begrenzt und eine Insellösung vermieden werden. Damit steigen aber gleichzeitig die anfänglichen und laufenden Kosten des Angebots, die durch eine entsprechend höhere Nutzung kompensiert werden müssen und eine lokale Struktur teilweise überfordern können.

Die genannten Beispiele von Carsharing-Angeboten zeigen, dass jede der beschriebenen Organisationsformen trotz ihrer Vor- und Nachteile funktionieren kann. Der Verkehrswende in Kleinen Städten e.V. sieht, in Abhängigkeit von den lokalen Gegebenheiten, daher drei wichtig Punkte als Entscheidungskriterium für die Wahl einer Organisationsform:

- die Nutzerfreundlichkeit und Einfachheit: viele Nutzer werden nur dann überzeugt, wenn die Umstellung von einem eigenen Auto so gering wie möglich ist, also nicht mehr Handgriffe als notwendige zu leisten sind (kaum mehr als Reservierung und Fahrzeug öffnen mit Karte…)
- die Gewährleistung einer Dauerhaftigkeit des Angebots in Abhängigkeit vom nutzungsabhängigen Erfolg des Carsharing
- Vermeidung von Insellösungen: um eine zusätzliche Nutzung der Fahrzeuge für Auswärtige sowie ein größeres (regionales, nationales) Netz an verfügbaren Fahrzeugen für eigene Kunden zu gewährleisten und so einen eigenen PKW noch weniger notwendig zu machen

Grundsätzlich können alle der genannten Organisationsformen diese Punkte erfüllen, jedoch mit unterschiedlich großer Wahrscheinlichkeit. Dennoch hängt die Form, die für ein konkretes Projekt gewählt werden soll, von den konkreten Gegebenheiten vor Ort ab:

- wer ist Initiator des Interesses an einem Carsharing-Angebot
- wie ist die Struktur des bürgerlichen Engagements vor Ort – können Vereine/Verbände für ein **dauerhaftes** Engagement gewonnen werden, stehen interessierte Bürger für ein Engagement bereit
- wie hoch ist das Interesse der Kommunalverwaltung, ein Carsharing-Angebot ideell, materiell oder finanziell zu unterstützen
- steht eine (regionale) CSO zur Verfügung, um das Angebot aufzubauen und zu betreiben

Letztendlich begrenzen diese lokalen Rahmenbedingungen die Auswahlmöglichkeit bereits. Der Verkehrswende in Kleinen Städten e.V. präferiert ein Ortsgruppenkonzept, das heißt die generelle Ver-

bindung einer regionalen CSO mit einer lokalen Struktur als Erfüllungsgehilfen. Dabei kann ein Verein als Struktur vor Ort von Vorteil sein, dem aber auch hochmotivierte Einzelpersonen in Sachen Zuverlässigkeit und Kontinuität in nichts nachstehen müssen.

2.4 Regional-Initiativen in anderen Wirtschaftsbereichen

Da es die Philosophie von *engagiert mobil* ist, über den begrenzten Horizont des Carsharing hinauszublicken, wird ebenfalls geprüft, ob die Regionalisierung von Carsharing durch Strategien und Ansätze von Regional-Initiativen anderer Wirtschaftsbereiche u.U. erfolgreicher umsetzbar ist. Letztlich gibt es zwei wesentliche Wirtschaftsbereiche, in denen Regional-Initiativen ein wichtige Rolle spielen: die Lebensmittel- und die Energiewirtschaft. Dabei verbinden diese Regional-Initiativen die beiden Faktoren, dass sie eine **regionale Marke** einem großen Markennamen und **einen persönlichen Service**, verbunden mit einen „Wir-Gedanken“, einer anonymen Dienstleistung bzw. einem anonymen Produkt entgegenstellen wollen.

Beide Bereiche von Regionalinitiative sowie deren grundsätzliche Vorgehensweisen werden im Folgenden kurz vorgestellt und deren Übertragbarkeit für Carsharing-Projekte diskutiert.

Regional-Initiativen im Bereich Lebensmittelwirtschaft

Im Bereich der Lebensmittelwirtschaft zeichnen sich Regional-Initiativen inhaltlich dadurch aus, dass sie bestrebt sind, regional angebaute Rohstoffe in regionalen Produktkreisläufen zu verarbeiten und letztendlich unter einer regionalen Marke v.a. auf dem regionalen Markt zu vertreiben. Hierzu schließen sich Produzenten, Vermarkter und teilweise der Einzelhandel zusammen.

Generell ordnen sie ihr Streben den Zielen der nachhaltigen Entwicklung, der Sicherung der Schöpfung sowie aus ökonomischer Perspektive einer regionalen Wertschöpfungskette unter, die mit einer Steigerung des Gemeinwohls verbunden sind. Sie verknüpfen den Gemeinwohl-Nutzen mit den individuellen Nutzen.[25]

Prominente Beispiel sind hierfür die bayrische Regional-Initiative *Unser Land*, die Initiative *Hi-Land*, die im Kreis Hildesheim aktiv ist sowie die Initiative *Spreewald*, die in der gleichnamigen Wirtschaftsregion arbeitet.

Regional-Initiativen im Bereich Energiewirtschaft

Regional-Initiativen der Energiewirtschaft verfolgen insbesondere das Ziel, eine dezentrale Energieversorgung zu ermöglichen. Dabei nutzen sie regionale Finanzierungswege, versuchen regionale Hersteller bzw. Dienstleister und Handwerker einzubinden und den erzeugten Strom möglichst an regionale Endverbraucher zu vertreiben. Auch das Motiv der Einbindung bürgerlichen Engagements, bspw. in Form von Bürgersolaranlagen, spielt eine wichtige Rolle.

Eine regionale Marke ist für das Produkt der meist in Genossenschaftsform organisierten regionalen Energieinitiativen weniger wichtig als in der Lebensmittelbranche. Die eingesetzten Werkzeuge, Geräte/Materialien haben selten ihren Ursprung in der Region, sodass die regionale Wertschöpfungskette vielmehr bei der Finanzierung und dem Aufbau einer Energieanlage beginnt und bei der Nutzung des erzeugten Stroms endet.

Mit einer zunehmenden erzeugten Energieleistung bei gleichzeitig sinkender Einspeisevergütung spielt der Bereich der regionalen Nutzung des erzeugten Stroms eine zunehmend wichtigere Rolle,

25 Vgl. Ganzert et. al 2004

sodass vermehrt Projekte initiiert werden, die eine Speicherung oder breitere Nutzungsmöglichkeiten der Energie – Stichwort Elektromobilität – zum Ziel haben.

Beispiele für regionale Energieinitiativen sind die Energiegenossenschaft Ostthüringen *ENGO* in Altenburg oder die *Solar-Bürger-Genossenschaft Freiburg*.

Vergleich und Übertragbarkeit beider Ansätze auf Carsharing-Initiativen

Die Lebensmittel- und Energiewirtschaft sind typische Wirtschaftsbereiche von Regionalinitiativen, denen das Ziel gemein ist, regionale Wertschöpfungsketten zu erhalten oder wiederzubeleben. Auch wenn das Ziel vieler Carsharing-Initiativen nicht mit denen der Vorgenannten identisch ist, so können Mobilitätsinitiativen am ehesten mit regionalen Energieinitiativen verglichen werden. Beiden ist gemein, dass die Hauptmaterialien selten ihren Ursprung in der Region haben und dennoch dazu beitragen können, im Weiteren eine regionale Wertschöpfungskette zu etablieren. Das gilt besonders dann, wenn die CSO einen regionalen Ursprung hat.

Beim Aufbau einer eigenen lokalen CSO ist die Regionalität bereits gegeben. Für den Fall dass eine Organisationsform mit einer etablierten CSO gewählt wird, ist die Einbindung eines regional agierenden Anbieters eine erste Maßnahme zur Darstellung einer Regionalität. Dabei kann eine positiv besetzte Marke einer regionalen CSO eine größere Akzeptanz und damit eine höhere Durchdringung des Angebots zur Folge haben und zu einer effektiveren Nutzung regionaler Netzwerke führen.

Eine regionale Wertschöpfungskette ist nur bedingt und in Teile umsetzbar: eingesetzte Fahrzeuge und Technik stammen, analog zu regionalen Energieinitiativen, selten aus der Region des Angebots. Erst beim Fahrzeugkauf bzw. bei deren Finanzierung kann auf regionale Akteure zurückgegriffen werden. Eine wichtige Rolle spielt die Einbeziehung lokaler bzw. regionaler Dienstleister, bspw. im Bereich der Fahrzeugwartung und -pflege, der Nutzerberatung oder in der Öffentlichkeitsarbeit, auch um eine höhere Durchdringung und eine höhere Akzeptanz des Carsharing in der Region zu erzielen.

Des Weiteren erscheinen weiterführende Kooperationen bspw. in Form eines lokalen bzw. regionalen Unterstützernetzwerks sinnvoll. So können bspw. Synergien mit regionalen Energieinitiativen beim Aufbau eines Carsharing mit Elektrofahrzeugen entstehen, wenn notwendige Infrastrukturen installiert werden müssen.

2.5 Ansätze einer kooperativen Regionalentwicklung

Kooperative Prozesse, die im *engagiert-mobil*-Konzept Anwendung finden, sind auch in anderen planerischen Bereichen zu beobachten, bspw. in der Regionalplanung. Hier hat sich im vergangen Jahrzehnt die Einsicht durchgesetzt, dass eine Zusammenarbeit verschiedener Akteure und Institutionen einer Region Vorteile für geplante Einzelprojekte und letztendlich für die gesamte Region mit sich bringt.

SCHMIDT ET. AL führen drei erfolgsrelevante Faktoren an, die im Rahmen einer kooperativen Regionalentwicklung eine wesentliche Rolle spielen:

1. Die **Menschen**, die sich als Einzelperson oder Mitglied einer Institution für die regionale Entwicklung engagieren und über die dafür erforderliche Umsetzungskompetenz verfügen.
2. Das **Konzept**, das auf die regionale Situation zugeschnitten ist und von den regionalen Akteuren auch mit getragen und umgesetzt wird.

3. Der **Prozess**, d.h. die im Rahmen der Kooperation entwickelten Strukturen, Abläufe und Verfahren.[26]

Diese drei Faktoren haben erfahrungsgemäß auch eine große Bedeutung für den erfolgreichen Aufbau und die positive Entwicklung eines Carsharing. Daher werden sie im Folgenden auf ein Carsharing-Angebot mit kooperativem Engagement übertragen.

Menschen

Neben den Initiatoren eines Carsharing-Projektes und einer möglicherweise beteiligten bestehenden CSO sind eine Reihe weiterer Akteure und deren Kompetenz und Wille für den Projekterfolg verantwortlich. So hängt der Erfolg eines Carsharing-Projektes auch davon ab,

- ob sich Personen bzw. Institutionen vor Ort finden, die ein Carsharing mittragen,
- ob sich die Personen bzw. Institutionen auf der Entscheidungs- und der Arbeitsebene aktiv für ein Carsharing einsetzen und dieser Aufgabe auch gewachsen sind,
- ob es gelingt, Entscheidungsträger aus Politik und Verwaltung einzubinden,
- ob sich Unternehmen oder der Wirtschaft nahestehende Einrichtungen einbringen,
- ob sich Vertreter von Vereinen, Verbänden und Kirchen einbringen,
- ob weitere Promotoren bzw. Multiplikatoren gewonnen werden können,
- ob es gelingt, Argumente von Opponenten aufzunehmen und sie zu entkräften,
- ob Bürgerinnen und Bürger als Nutzer und Multiplikatoren eine möglichst aktive Rolle einnehmen.[27]

Diese Zusammenstellung zeigt die Bedeutung, eine ausreichende große Zahl von Mitstreitern für das Projekt zu gewinnen und in einem Netzwerk zusammenzuführen. Neben zweckdienlichen Eigenschaften wie sozialen und möglichst fachlichen Kompetenzen bringen sie die persönliche Grundvoraussetzung mit, über eine positive Einstellung gegenüber Veränderung zu verfügen (also nicht *„Das haben wir so noch nie gehabt!“*) sowie die Motivation und den Willen haben, an diesen Änderungen mitzuwirken. Idealerweise besitzen Sie zudem entsprechenden Einfluss, um die Umsetzung von Maßnahmen aktiv voranzutreiben.

Konzept

Grundsätzlich sind die Eckpfeiler, die das System und das Konzept Carsharing gestalten, vorgegeben. Dennoch ist anzustreben, ein regionalspezifisches Konzept für die Entwicklung eines Carsharing-Angebots zu erstellen. Das bedeutet vor allem,

- richtige, also auf die Region/Gemeinde zugeschnittene, mit den regionalen Akteuren abgestimmte und v.a. auch umsetzbare Ziele, Strategien und Maßnahmen zu formulieren,
- die regionalen Akteure frühzeitig bei der Ziel-, Strategie- und Maßnahmendiskussion aktiv einzubinden,
- die formulierten Ziele und Strategien konsequent zu verfolgen und Maßnahmen umzusetzen ,
- integriert und auf eine längere Perspektive ausgerichtet zu handeln, dieses Handeln zu reflektieren,

26 Vgl. Schmidt et. al 2002 S.5

27 Vgl. ebd., S. 9

- nicht in hektischen Aktionismus zu verfallen, d.h. ohne ein Ziel vor Augen zu haben zu handeln oder das Ziel aus den Augen zu verlieren.[28]

In der Konzeptionsphase eines Carsharing-Projektes sollten sich daher alle Akteure darüber einig werden, welche Zielgruppen das Carsharing besonders ansprechen soll und wo und in welchem Umfang ein Start zielführend ist. Je konkreter die Vorstellungen und Strategien darüber sind, das Startangebot erfolgreich zu etablieren, desto weniger Probleme und Reibungspunkte gibt es im Folgenden.

So ist es besonders wichtig sich bereits zu Planungsbeginn abzustimmen, welche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit die Zielgruppen ansprechen sollen, welche Möglichkeiten vor Ort grundsätzlich bestehen, um Stellplätze in den gemeinsam festgelegten Gemeindebereichen zu erhalten und welche Fahrzeugklassen dort stationiert werden sollen.

Prozess

Die im Verlauf des kooperativen Engagements für den Aufbau des Carsharing entwickelten lokalen Strukturen, Abläufe und Verfahren sowie das Prozessmanagement sind weitere wichtige Einflussgrößen. Erfolgsvoraussetzungen sind dabei,

- organisatorische Strukturen einzurichten, der den Prozess aktiv unterstützt, bspw. in Form eines lokalen Carsharing-Beirats
- den zeitlichen Ablauf für den Aufbau eines Carsharing-Angebots realistisch einzuschätzen und stetig zu evaluieren
- dass die beteiligten Akteure miteinander kommunizieren, um Wissen und Informationen weiterzugeben und eine angemessene Öffentlichkeitsarbeit zu leisten
- die notwendigen Finanzmittel für einen Carsharing-Start realistisch zu planen und bereitzustellen
- den gesamten Projektprozess regelmäßig zu reflektieren und zu evaluieren.[29]

Das heißt auch für ein Carsharing-Projekt, das richtige und passende Maß an Organisation zu finden. Dabei ist es wichtig eine klare Abgrenzungen zwischen der Entscheider- und der Arbeitsebene zu erreichen, sodass nur ein bestimmter Personenkreis über Ziele, Strategien und Maßnahmen entscheidet. Hinzu kann eine Beratungsebene kommen, um lokalspezifische Fragen zielorientiert zu beantworten: wo kann ein Stellplatz eingerichtet werden, welche Haushalte sind gezielt anzusprechen, welche Akteure sind ggf. noch einzubinden.

Die wichtigste Basis für eine erfolgreiche Projektumsetzung ist ein umfassender Wissensstand der beteiligten Akteure zum Thema Carsharing. Allen Akteuren muss klar sein, dass sich ein Carsharing-Angebot in Klein- und Mittelstädten in der Regel nur langsam entwickelt, da die persönliche Entscheidung eines Jeden, das Angebot tatsächlich auch zu nutzen, sehr lange dauern kann. So können Zeiträume von zwei, drei Jahren notwendig sein, um ein Carsharing-Projekt in die Realität umzusetzen bzw. nach dem Angebotsstart ausreichend Personen zu begeistern, es zu nutzen. Diese Gegebenheiten müssen sowohl in eine realistische zeitliche als auch finanzielle Planung einfließen. An ihnen müssen sich auch die Öffentlichkeitsarbeit und die darin festgelegten Maßnahmen orientieren.

28 Vgl. ebd. S. 29
29 Vgl. ebd. S. 45

3 Allgemeines Beratungspaket für den Aufbau eines Carsharing-Angebots

Das vorangegangene Kapitel 2 thematisierte bisher erkannte Hemmnisse für Carsharing-Angebote in Klein- und Mittelstädten, beschreibt organisatorische Ansätze für Carsharing in diesen Städten und prüft mögliche Ansätze anderer gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Bereiche, um solche Hemmnisse zu überwinden. Dieses Kapitel wird die gewonnenen Erkenntnisse mit den vorhandenen Erfahrungen verbinden und ein allgemeines Beratungspaket zur Unterstützung eines Carsharing-Projektes entwickeln.

3.1 Prinzipien und Struktur des Beratungspakets

Die Erfahrungen führen zu der Ausgangslage, dass der Aufbau und die wirtschaftlich erfolgreiche Entwicklung eines Carsharing-Angebots in einer Klein- oder Mittelstadt insbesondere in der Vorbereitungs- sowie Anlaufphase ohne Kooperationen und Unterstützung maßgeblicher Akteure nur sehr schwer umsetzbar sind. Neben den genannten Schwierigkeiten der Generierung einer kritischen Nutzermasse zeigt sich eine Herausforderung bereits darin, dass entweder ehrenamtlich Engagierte in ihrer Freizeit oder Mitarbeiter des Carsharing anbietenden Unternehmens nur vergleichsweise wenig Arbeitszeit für solch ein Projekt aufbringen können. Dem steht aber ein Arbeitsaufwand gegenüber, der mit dem Aufwand in einer Großstadt vergleichbar ist, Carsharing zu entwickeln.

Eine Möglichkeit besteht in der Einbindung möglichst interessierter und engagierter Akteure vor Ort. Das vorliegende Beratungspaket benennt die wesentlichen Akteure und folgt einer leicht nachvollziehbaren Logik: ein Akteur bzw. eine Akteursgruppe hat aufgrund ihrer Funktionen und Ziele eine eigene Motivation, dass es in der Gemeinde Carsharing gibt. In ihrer Arbeit bzw. zur Zielerreichung können die Akteure Carsharing fördern und dabei unterschiedliche Maßnahmen und Aktionen umsetzen.

Diese Maßnahmen sind drei Zielkomplexen zuzuordnen:

1. Schaffung von Rahmenbedingungen, die CSO in die Lage versetzen, ein Carsharing-Angebot erfolgreich aufzubauen (z.B. Stellplatzangebote, Nutzerberatung und -aufnahme)
2. Erhöhung der Bekanntheit des Carsharing-Angebots, um möglichst rasch eine kritische Masse an Nutzern zu begeistern
3. Schaffung von tatsächlicher Nutzung des Angebots

Je nach Projektphase liegen die Schwerpunkte auf unterschiedlichen Maßnahmenbereichen.

Vorbereitungsphase

In der **Vorbereitungsphase** stehen die Zielkomplexe eins und zwei im Vordergrund. An erster Stelle steht der Aufbau einer lokalen Organisationsstruktur, die im Ortsgruppenkonzept entweder durch Institution oder natürliche Personen gebildet werden kann (vgl. Kapitel 2.3.6 und 2.3.7). Im Aufbau dieser Struktur liegt ein wesentlicher Erfolgsschlüssel für ein Carsharing-Projekt. Lokale Akteure können es dabei unterstützen, indem sie selbst Teil der lokalen Struktur werden bzw. sich aktiv für die Gewinnung von Mitgliedern für die lokale Struktur einsetzen.

Anhand der räumlichen und soziodemographischen Struktur der Gemeinde ist abzuschätzen, wo eine Nutzung eines Carsharing am ehesten bzw. am stärksten zu erwarten ist. Dementsprechend sind die Standorte für die ersten Fahrzeuge zu wählen. Dem Ort und der Ausstattung der Stellplätze kommt eine hohe Bedeutung zu, da über deren Lage und Sichtbarkeit potentielle Nutzer erreicht werden. Ein idealer Stellplatz liegt nah am Nutzer, damit dieser einen möglichst kurzen Weg zum Fahrzeug hat. Er ist gut für die Öffentlichkeit sichtbar, als Carsharing-Station deutlich gekennzeich-

net, ist barrierefrei zugänglich und verfügt über möglichst wenige Hindernisse im Einfahrt- und Stellplatzbereich. Für einen gründlichen Schadenabgleich sollte er auch im Dunkeln beleuchtet sein und über ausreichende Platzverhältnisse verfügen, um gelegentlichen Autofahrer ein angstfreies Ein- und Ausparken zu ermöglichen. Bei einem Startangebot mit mehreren Fahrzeugen empfiehlt sich die Einrichtung mehrerer getrennter Standorte.

Stellplätze im stationsbasierten Carsharing entstehen bislang vor allem auf privaten Flächen. Lokale Akteure können dabei unterstützen, Stellplätze auf eigenen Flächen selbst zur Verfügung zu stellen bzw. durch vielfältige Ansätze, z.B. öffentliche Aufrufe oder Flächenbörsen, bei der Suche nach einem Stellplatz behilflich sein.

Darüber hinaus stehen Kommunalverwaltungen bislang mindestens drei rechtliche Wege offen, auf öffentlich gewidmeten Flächen Stellplätze zur Verfügung zu stellen.[30] Mit diesen Ansätzen sind jedoch Verwaltungsvorgänge und ggf. ein höherer zeitlicher Aufwand verbunden.

- **Sondernutzung** für das bevorzugte Abstellen von Carsharing-Fahrzeugen: in der kommunalen Sondernutzungssatzung kann die zeitlich befristete Nutzung des öffentlichen Verkehrsraums durch Carsharing als Sondernutzungstatbestand geregelt werden.
- **Teileinziehung**: die ursprüngliche Widmung einer öffentlichen Fläche wird (nachträglich) auf bestimmte Nutzungsarten, Benutzungszwecke oder Benutzerkreise beschränkt, aber es handelt sich noch um öffentliche Flächen. Bis zu einer neuerlichen Widmung stellt dieser Weg eine dauerhafte Lösung dar.
- **Einziehung/Entwidmung**: Mit der Einziehung verliert eine öffentlich gewidmete Fläche die Eigenschaft, öffentlich zu sein und befindet sich dann wieder im privaten Eigentum der Kommune. Es handelt sich bis zu einer neuerlichen Widmung um eine dauerhafte Lösung.

Einen weiteren Weg stellt die Bereitstellung eines Anwohner-Parkausweises für einen Carsharing-Nutzer dar, der diesen für ein Carsharing-Fahrzeug ausstellen lässt. Bislang besteht der Nachteil jedoch darin, dass die Nutzung dieses Rechtswegs nicht die Zuweisung fester Stellplätze ermöglicht und damit eher in kleineren Anwohnerparkzonen praktikabel umsetzbar ist.

Eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit durch direkte Ansprache in eigenen Netzwerken, beständige Öffentlichkeits- und Medienarbeit sowie das Angebot spezieller Informationsveranstaltungen kann die Einwohner über das in Vorbereitung befindliche Angebot informieren und Interessenten gewinnen. Auch die direkte Ansprache möglicher Ankerkunden sollte bereits im Vorfeld erfolgen. Dazu können bspw. Vereine, Unternehmen oder Verwaltungen gehören, die durch eine regelmäßige Nutzung v.a. in den Vor- und frühen Nachmittagsstunden eine gewisse Grundauslastung der Fahrzeuge garantieren und den vorrangigen Bedarf der privaten Nutzer am späten Nachmittag bzw. am Wochenende ideal ergänzen.

Angebotsfrühphase

In der frühen Phase des eigentlichen Carsharing-Betriebs rücken der eigentliche Ablauf der Carsharing-Prozesse, die Zusammenarbeit von lokaler Struktur und CSO und damit Ziele zwei und drei in den Vordergrund der Unterstützung.

Von einer kompetenten Beratung der Interessenten, einer problemlosen Nutzeraufnahme vor Ort sowie regelmäßigen Checks und einem damit verbundenen ordentlichen Fahrzeugzustand hängen positive Erfahrungen der Carsharing-Nutzer ab. Diese haben Einfluss auf die Zufriedenheit und auf

30 Die rechtlichen Hintergründe dieser drei Wege sind z.B. in Reutter et. al 2012 sowie Reutter et. al 2014 beschrieben.

eine positive Mund-zu-Mund Werbung unter Freunden und Bekannten. Durch eine aktive Öffentlichkeitsarbeit bleibt Carsharing allgemein sowie das spezielle Projekt vor Ort einer breiten Öffentlichkeit im Gedächtnis und führt zu einer weiteren Vernetzung. Diese Aufgaben werden vornehmlich von der lokalen Struktur erbracht, sodass deren Engagement und der Einsatz sehr großen Einfluss auf den Erfolg des Carsharing-Projekts haben.

Zunehmende Bedeutung haben nun auch solche Maßnahmen, die zu einer Nutzung sowie zu weiteren Nutzern des Angebots führen. Infolge eines guten Starts kann das Angebot durch eine Erweiterung des Stationsnetzes, der Fahrzeuganzahl und -auswahl rasch ausgebaut werden, womit positive Wirkungen auf weitere Nutzergruppen verbunden sind.

Carsharing ist aufgrund von Um- oder Wegzug bzw. einer Änderung der Mobilitätsbedürfnisse durch eine Fluktuation von Nutzern gekennzeichnet. Hinzu kommt bei vielen Carsharing-Nutzern eine sogenannte Lernkurve.[31] Bei einem konstanten Nutzerstamm führen diese Entwicklungen in Summe zu einer kontinuierlichen Abnahme der Fahrzeugnutzung und der Fahrtumsätze, die ggf. mittel- und langfristig finanzielle Schwierigkeiten verursachen können. Aus diesem Grund ist es im gesamten Projektverlauf wichtig, weitere Carsharing-Nutzer zu gewinnen.

Weitere Angebotsphasen

Die weiteren Angebotsphasen sind in Bezug auf die Maßnahmenbereiche vergleichbar, wobei der wichtige Unterschied darin liegt, dass nun ein Carsharing-Angebot erweitert werden sollte, sofern es möglich ist. Damit rücken neben Maßnahmen zur Steigerung der Nutzung und Nutzerzahlen wieder solche in den Fokus, die eine Bereitstellung von Stellplätzen fördern.

3.2 Akteursbezogene Maßnahmenpakete

Im Rahmen von *engagiert mobil* werden zwölf Gruppen wesentlicher Akteure definiert. Dazu gehören neben den Bürgerschaft selbst und der CSO die Mehrheit der kommunalen Institutionen. Das im Folgenden beschriebene Beratungspaket beschreibt im Einzelnen, welche Akteure vor Ort bzw. in der Region Interesse an einem Carsharing-Angebot haben (sollten) und daher eine Motivation besitzen, entsprechende Projekte zu fördern. Ihnen werden konkrete Maßnahmen und Aktionen für eine Unterstützung zugeordnet.

3.2.1 Bürgerschaft

Die zentrale Rolle in einem dauerhaft erfolgreichen Carsharing-Projekt[32] muss die Bürgerschaft spielen. Das gilt sowohl für das initiierende Grundinteresse als auch für die Bereitschaft, den Aufbau eines Carsharing-Angebots aktiv zu unterstützen. Aufgrund der Besonderheiten klein- und mittelstädtischer Milieus erscheint es hier wichtig, neue Ideen und Angebote in einem Bottom-up-Approach vor Ort zu entwickeln als diese nur mit einem Top-down-Ansatz von außen in die Gemeinde einzubringen. Dies spiegelt sich im Ortsgruppen-Konzept wider, in dem sich eine lokale Struktur für operative Aufgaben des Carsharing-Betriebs engagiert. Dieses Engagement kann nur auf freiwilliger Basis eingeworben werden, damit es langfristig geleistet wird.

Doch auch die Einwohner einer Gemeinde haben Absichten und Bedürfnisse, die ggf. durch ein vorhandenes Carsharing-Angebot schneller und leichter befriedigt werden können.

---

31 Nach einer anfänglichen Nutzungseuphorie folgt aufgrund der Gewöhnung an die Dienstleistung sowie den sichtbaren monatlichen Kosten eine rationalere und bedachtere Nutzung.

32 Damit sind sowohl die verkehrlichen Effekte für den Umweltverbund als auch der wirtschaftlich erfolgreiche Betrieb gemeint.

1. Ziel: eine motorisierte Verkehrsalternative zum eigenen Auto

Die wesentliche Motivation der Bürgerschaft, sich für Carsharing zu engagieren, ist die Schaffung eines alternativen motorisierten Mobilitätsangebots, um existierende Mobilitätseinschränkungen zu überwinden oder ein eigenes Auto abzuschaffen bzw. nicht anzuschaffen. Ein solcher Wunsch kann pragmatische Gründe haben, bspw. hohe Kosten eines eigenen PKW, der hohe Zeitaufwand für dessen Wartung und Pflege, gesundheitliche Aspekte oder geänderte Mobilitätsbedürfnisse infolge eines Lebensumbruchs. Aber auch ideelle Gründe können Anlass sein, sich bewusst für oder gegen ein Verkehrsmittel zu entscheiden.

2. Ziel: Erhöhung der Lebensqualität durch Reduzierung negativer Folgen des Verkehrs

Eine andere Motivation stellen auch in Klein- und Mittelstädten die Folgen einer hohen Verkehrsbelastung infolge des steigenden Anteils des MIV dar, die sich in Lärm, zugeparkten Innenstädten und einer erhöhten Unfallgefahr ausdrücken. Durch einen geeigneteren Verkehrsmix, eine Verringerung des Fahrzeugbestands sowie geringere Verkehrsleistung im MIV trägt Carsharing aktiv zur Verringerung dieser Belastungen bei und erhöht damit die Wohn- und Lebensqualität der Einwohner kleinerer Gemeinden.

Tabelle 2: Maßnahmenpaket für die Bürgerschaft

Ziele: Alternatives Verkehrsangebot; Senkung negativer Folgen des Verkehrs			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Verstärkte Nutzung des Umweltverbundes	Anpassung des eigenen Verkehrsverhaltens	Häufigere Nutzung von ÖPNV und Rad sowie häufigeres zu Fuß gehen	Bürger
		Nutzung von Carsharing	Bürger
2. Bereitstellung gemeinschaftlich genutzter Fahrzeuge	Ehrenamtliches Engagement	Mitarbeit bei Aufbau eines Carsharing-Angebots	Bürger
	Politisches Engagement	Aufforderung lokaler Entscheidungsträger zur Unterstützung von Carsharing	Bürger
		Bei politischer Willensbekundung Einbeziehung des Faktors Carsharing	Bürger
		Aufforderung an Parlamentarier, auf der jeweiligen administrativen Ebene Carsharing zu fördern	Bürger
	Öffentlichkeitsarbeit	in persönlichen Netzwerken über Carsharing informieren	Bürger

3.2.2 Bestehende Carsharing-Organisationen

In Abhängigkeit davon, welche Organisationsstruktur (vgl. Kapitel 2.3) in einem Carsharing-Projekt angewendet wird, kann eine bereits bestehende, idealerweise regionale CSO eine wichtige Rolle spielen. Deren Engagement und Wille, einen neuen Standort zu erschließen, hat wesentlichen Einfluss darauf, ob und wie das neue Angebot angenommen wird. Dabei verfolgt die CSO beim Aufbau eines neuen Standorts in einer Klein- oder Mittelstadt v.a. zwei Ziele.

1. Ziel: Erhöhung der Nutzerzahlen

Das Ziel einer jeden CSO ist es, sein Angebot zumindest eigenwirtschaftlich betreiben zu können und wenn möglich nachfrageorientiert auszubauen. Aufgrund der zuvor genannten Systemeigenheiten

von Carsharing ist ein stetiger Zuwachs an Nutzern für ein wirtschaftlich tragfähiges Angebot einer CSO wichtig, zumindest bis zu einer gewissen Marktsättigung und Durchschnittsnutzung. Eine bestehende CSO, die einen neuen Standort erschließt, kann daher darauf setzen, dass die Nutzer am neuen Standort auch die eigenen Fahrzeuge an anderen Standorten nutzen.

Tabelle 3: Maßnahmenpaket I für bestehende CSO

Ziel: Erhöhung der Nutzerzahlen			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Bereitstellung eines eigenen Carsharing-Angebots	Aufbau eines neuen Standortes	Organisation der Vor-Ort-Struktur	FB[33] Vertrieb
		Bereitstellung von Fahrzeugen	FB Fuhrpark
		Stationsaufbau	FB Vertrieb
		Öffentlichkeitsarbeit	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit

2. Ziel: Erweiterung des Standort- und Stationsnetzes

Carsharing-Angebote gibt es bereits in vielen Städten und Gemeinden, sodass idealerweise ein Optionsnutzen für Carsharing-Nutzer darin liegt, Fahrzeuge nicht nur an einem Ort sondern möglichst flächendeckend nutzen zu können. Neben Kooperationen mit anderen CSO in sogenannten Buchungs- bzw. Quernutzungsverbünden bieten eine Reihe von CSO eigene Fahrzeuge in mehreren Städten und Gemeinden an. Insofern haben einige regionale CSO zur Erhöhung der Kundenzufrieden bzw. des Kundennutzens das Ziel, das Standort- und Stationsnetz beständig zu erweitern. Dies kann durch neue Kooperationen oder ein eigenes Angebot erfolgen.

Tabelle 4: Maßnahmenpaket II für bestehende CSO

Ziel: Erweiterung des Standort- und Stationsnetzes			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Unterstützung einer lokalen CSO	Ideelle Unterstützung	Beratung zu Technik, Stationsaufbau, operativen Aufgaben	Leitung FB Vertrieb FB Fuhrpark
		Durchführung von gemeinsamen Informationsveranstaltungen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
	Praktische Unterstützung	Bereitstellung von Buchungs-/ Abrechnungssoftware	FB IT
		Bereitstellung von Carsharing-Fahrzeugtechnik (Bordcomputer etc.)	FB Fuhrpark
		Unterstützung bei Flottenmanagement	FB Fuhrpark
		Bereitstellung eigener Fahrzeuge	FB Fuhrpark

[33] Bei den aufgeführten Akteuren sind Arbeitsbereiche mit vergleichbaren Aufgaben angesiedelt, die jedoch unterschiedlich benannt sein können (z.B. Amt, Fachdienst, Bereich, Fachbereich). Vereinfachend werden diese für alle Akteure im Folgenden als Fachbereich (FB) bezeichnet.

Ziel: Erweiterung des Standort- und Stationsnetzes			
2. Bereitstellung eines eigenen Carsharing-Angebots	Aufbau eines neuen Standortes	Organisation der Vor-Ort-Struktur	FB Vertrieb
		Bereitstellung von Fahrzeugen	FB Fuhrpark
		Stationsaufbau	FB Vertrieb
		Öffentlichkeitsarbeit	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit

3.2.3 Akteure im ÖPNV

Aufgrund der beschriebenen Zusammenhänge zwischen KfZ-Besitz, KfZ-Nutzung und der damit verbundenen Nutzung des ÖPNV liegt der Schluss nahe, dass alle Akteure, die an der Erbringung von Leistungen im ÖPNV beteiligt sind, ein Interesse daran haben müssen, den privaten KfZ-Besitz langfristig deutlich zu senken. Durch die gelegentliche Nutzung eines Carsharing in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln ist es sehr wahrscheinlich, eine höhere Nachfrage nach ÖPNV-Leistungen zu erzeugen.

Es bilden sich drei wesentliche Akteursgruppen auf der Angebotsseite heraus, die unterschiedliche Ziele und Aufgaben im Prozess der ÖPNV-Bereitstellung haben und demnach mit unterschiedlichen Maßnahmen und Aktionen Carsharing fördern können.

Aufgabenträger

Aufgabenträger des ÖPNV sind in Deutschland Organisationen, die gemäß Regionalisierungsgesetz den öffentlichen Personennahverkehr in staatlichem Auftrag planen und in Auftrag geben. Sie unterscheiden sich danach, ob es sich um Schienengebundenen oder Straßengebundenen ÖPNV handelt. Die bundesweit wesentlichen Aufgabenträger sind die Länder (bzw. in Form einer Landesgesellschaft), die Landkreise und kreisfreien Städte sowie Zweckverbände.

Sie folgen dem raumplanerischen Vorsatz, die Teilhabe der Menschen an der öffentlichen Daseinsvorsorge und vergleichbare Lebensbedingungen den Bewohnern aller Räume zu gewährleisten. Dabei verfolgen die Aufgabenträger des ÖPNV das politische Ziel, die verkehrspolitischen Vorgaben von EU, Bund und Ländern umzusetzen. Die Spielräume der öffentlichen Haushalte stellen bei der Erfüllung dieser Aufgabe die wesentlichen Beschränkungen dar.

Die Aufgabenträger haben mehrere Bereiche, in denen sie ansetzen können und in denen Carsharing ein unterstützender Baustein sein kann:

1. Flächendichte öffentliche Verkehrsangebote bereitstellen: Carsharing kann Anschlussmobilität in die Räume gewährleisten, in denen kein Bus/Bahn fährt
2. Hohe Angebotsqualität erzielen, d.h. auch in Randzeiten ein Verkehrsangebot ermöglichen: Carsharing kann Mobilität in den Randzeiten gewährleisten, in denen es kein ÖPNV-Angebot gibt
3. Bedürfnisse aller Zielgruppen des ÖPNV befriedigen: Carsharing kann der Zielgruppe, die hauptsächlich, aber nicht immer und für alle Anlässe den ÖPNV nutzen möchte, eine Alternative zu eigenem Auto bieten
4. Effizienz des öffentlichen Verkehrsangebots gewährleisten: mittel- und langfristige Steigerung der Fahrgastzahlen durch ergänzendes Carsharing-Angebot, da Carsharing-Nutzer häufig ein eigenes Auto abschaffen und andere Verkehrsmittel (v.a. ÖPNV) erstmalig oder wieder verstärkt nutzen

Tabelle 5: Maßnahmenpaket für Aufgabenträger des ÖPNV

Ziel: Umsetzung verkehrspolitischer Vorgaben unter Berücksichtigung der jeweiligen Haushaltssituation			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Flächendichte öffentliche Verkehrsangebote bereitstellen 2. Hohe Angebotsqualität planen 3. Bedürfnisse aller Zielgruppen des ÖPNV befriedigen 4. Effizienz des öffentlichen Verkehrsangebots	Aufnahme von Carsharing in Nahverkehrsplan fördernswerte Mobilitätsdienstleistung	Stellplätze auf eigenen Flächen zur Verfügung stellen	FB Liegenschaften
		aktive Unterstützung bei Anmietung von Stellplätzen	Leitung FB Wirtschaftsförderung
		Bestellung von Carsharing mit Garantie eines Mindestumsatzes bzw. einer Ausgleichszahlung	FB ÖPNV-Planung FB Finanzen
		Nutzung des eigenen Einflusses in Verkehrsverbund zur dortigen Förderung von Carsharing	Leitung FB ÖPNV-Planung
	Positive Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit: Funktion und Vorteile des Carsharing für ÖV-Nutzer herausstellen	Durchführung von Pressetermin-nen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Erstellung und Verbreitung von Online-Infomaterial (Webseite des Aufgabenträgers)	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Erstellung von Print-Infomaterial	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Einflussnahme auf Informationspolitik von Verbund und Betreiber	Leitung FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit

Verbünde

Die zweite Akteursgruppe im Bereich des ÖPNV sind die Verbünde, die sich in aufgabenträgerorientierte Verbünde (bspw. der Mitteldeutsche Verkehrsverbund MDV) und betreiberorientierte Verbünde (z.B. der Verkehrsverbund Mittelthüringen VMT) einteilen lassen.

Das Ziel der Verbünde ist es, durch eine geeignete Vermarktung des ÖPNV-Angebots die Nutzerzahlen zu erhöhen, z.B. mit ergänzenden Mobilitätsdienstleistungen. Hierfür kann er in zwei wesentlichen Bereichen agieren und Carsharing als ergänzenden Baustein nutzen:

1. Tarifgestaltung: durch tarifliche Kombination von ÖPNV und Carsharing ÖPNV-Nutzer halten bzw. gewinnen
2. Kommunikation: multimodales Verkehrsverhalten mit ÖPNV als wesentlichen und Carsharing als ergänzenden Baustein überzeugend kommunizieren

Die Entwicklung gemeinsamer Tarifangebote hat trotz zahlreicher Ansätze bislang noch nicht flächendeckend den Erfolg gehabt. Die Ursache mag darin liegen, dass man im Falle eines ÖPNV-Abos über eine Art Mobilitäts-Flatrate verfügt und im Carsharing die konkreten Nutzungen nach Zeit und Entfernung abgerechnet werden. Damit besteht für den Verbund die Schwierigkeit ein Angebot zu entwickeln, das dem ÖPNV-Nutzer den Mehrwert der Kooperation mit der CSO verdeutlichen kann.

Tabelle 6: Maßnahmenpaket für Aufgabenträger des ÖPNV

Ziel: Erhöhung der Nutzerzahlen durch geeignete Vermarktung			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Tarifgestaltung	Gestaltung eines **Tarif PLUS**, der „optischen" Mehrwert für gemeinsame Nutzung von ÖPNV und Carsharing bietet	Gestaltung eines dauerhaften Tarif Plus im Rahmen eines Abos	FB Tarifgestaltung FB Kooperationen FB Marketing
		Gestaltung einer zusätzlichen, monatsweise hinzubuchbaren Tarifergänzung, (teurer als in dauerhaftem Tarif)	FB Tarifgestaltung FB Kooperationen FB Marketing
2. Kommunikation der Möglichkeiten eines multimodalen Verkehrsverhaltens	Entwicklung einer **Kampagne** mit: 1. redaktionellen Pressebeiträgen in regelmäßigen - den Systemwechsel beschreiben und Ängste nehmen - organisatorische und finanzielle Vorteile herausstellen 2.lebensnahen Beispielen	Durchführung von Pressetermi-nen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing
		Erstellung und Verbreitung von Online-Infomaterial (Webseite des Verbundes, Webseite der Betreiber)	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing
		Erstellung und Verbreitung von Infomaterial in den Fahrzeugen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing
		redaktionelle Beiträge und Informationen in Fahrgastzeitungen, Tagespresse	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing

Bisherige Ansätze gemeinsamer Tarifangebote sind z.B. die gegenseitige Kostensenkung monatlicher Kosten oder die Senkung monetärer Zugangshürden im Carsharing, sodass geringere oder keine zusätzlichen regelmäßigen Kosten für einen Carsharing-Vertrag entstehen bzw. keine oder geringere Startgebühren und Kautionen anfallen. Eine andere Möglichkeit besteht darin, dem ÖPNV-Nutzer eine Art Carsharing-Mobilitätsguthaben in Form einer regelmäßigen Fahrtgutschrift einzuräumen, das er im Bedarfsfall nutzen kann.

Betreiber

Relevante Betreiberunternehmen des straßengebundenen Personennahverkehrs sind kommunale Unternehmen, Unternehmen mit öffentlicher Beteiligung (der Kommune, des Landkreises, des Bundes) sowie private Unternehmen. Im schienengebundenen Personennahverkehr sind Unternehmen aktiv, die in privatem bzw. in öffentlichem Eigentum sind.

Die Betreibergesellschaften verfolgen v.a. wirtschaftliche Ziele. Sie streben nach einer Erhöhung der Fahrterlöse im bestehenden Angebot bzw. nach einer Steigerung der sonstigen Einnahmen im bestehenden Serviceangebot.

Um diese Ziele zu erreichen können auch die Betreiber in verschiedenen Bereichen aktiv werden und dabei Carsharing als ergänzenden Baustein fördern.

1. eine eigene, die Arbeit des Verbundes ergänzende Kommunikation: Erläuterung der Vorteile einer kombinierten Nutzung von ÖPNV und Carsharing zur Erhöhung der Nutzerzahlen
2. Kundenbindungsmaßnahmen: Carsharing als Bestandteil solcher Maßnahmen, um Nutzer an den Anbieter zu binden
3. Gemeinsamer Vertrieb von eigenen ÖPNV- und Carsharing-Produkten: Angebote aus einer Hand und Generierung zusätzlicher Service-Einnahmen

Tabelle 7: Maßnahmenpaket für Betreiber des ÖPNV

Ziel: Erhöhung der Fahrterlöse und sonstiger Einnahmen			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Eigene Kommunikation, die die Verbundkommunikation ergänzt	Direkte Kundenansprache zur Erläuterung der Vorteile einer Kombination des eigenen ÖPNV-Angebots mit Carsharing	Stammkunden anschreiben	FB Kundenservice
		Artikel, Information zu ÖPNV und Carsharing in Fahrgastzeitung	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing
		Bewerbung beider Angebote in Fahrgastzeitung, auf eigenen Fahrzeugen	FB Marketing
2. Kundenbindungsmaßnahmen	Carsharing-Angebot als Element einer Kundenbetreuungsroutine	Freistunden / Freikilometer / Fahrtgutschriften	FB Kundenservice FB Marketing
		Erstattung von CS-Monatsbeiträgen (Freimonate analog ABO: 12 fahren, 10 zahlen)	FB Kundenservice FB Marketing
		mit zunehmender Abo-Dauer steigende Incentives (nur bei Nicht-Kündigung)	FB Kundenservice FB Marketing
3. Gemeinsamer Vertriebs von ÖPNV-Angebot und Carsharing	Carsharing-Beratung und Nutzeranmeldung	Beratung und Freischaltung durch eigene Mitarbeiter	FB Kundenservice FB Marketing
		Bereitstellung eines Arbeitsplatzes zur Beratung und Freischaltung für Dritte	FB Vertrieb
	Informationsbereitstellung zu Kombination von ÖPNV und Carsharing	Infomaterial auslegen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing FB Vertrieb

3.2.4 Kommunalverwaltungen

Die Kommunalverwaltungen gliedern sich in zwei administrative Ebenen: die Verwaltung einer Kommune sowie die Verwaltung eines Landkreises. Beide Ebenen erfüllen unterschiedliche administrative Aufgaben und haben demnach auch unterschiedliche Möglichkeiten, Carsharing vor Ort zu fördern.

Stadt-/Gemeindeverwaltung

Die Gemeindeverwaltung hat eine Vielzahl von Aufgaben, die in irgendeiner Weise mit dem Thema Verkehr und Verkehrsverhalten verbunden sind. Dementsprechend kann Carsharing ein Baustein sein, eigene Ziele leichter zu erreichen. Eine Zusammenfassung des Mehrwerts und der Effekte von Carsharing für eine Kommune bieten REUTTER ET AL. 2014.[34]

1. Ziel: Nachhaltige kommunale Raum- und Verkehrsentwicklung

Ein planerisches Hauptziel der Gemeindeverwaltung ist die lebenswerte und zukunftssichere Gestaltung von Städten und Gemeinden. Dabei sollten die Grundsätze und Ziele einer nachhaltigen Ent-

34 Vgl. Reutter et al. 2014, S. 1 ff.

wicklung Grundlage jeden Handelns im Bereich der Raum- und Verkehrsplanung sein. Beide Planungen sind eng miteinander verbunden, d.h. die Verkehrsplanung hat Einfluss und Auswirkungen auf die Raumplanung und andersherum. Für die, dieses Themenspektrum maßgeblich verantwortenden Fachbereiche wie Stadtentwicklung, Umweltschutz, Bauplanung und Verkehrsplanung kann Carsharing als ein Baustein in mehreren Bereichen maßgeblich dabei helfen, diese Anforderungen zu erfüllen.

1. Verringerung der kommunalen Emissionen von klima- und umweltschädlichen Gasen: durch die Teilnahme am Carsharing verringert sich die individuelle Verkehrsleistung im MIV, es wird verstärkt der Umweltverbund genutzt; im Carsharing werden moderne, verbrauchs- und emissionsarme Fahrzeuge eingesetzt
2. Verringerung der kommunalen Emissionen von Lärm: durch die Teilnahme am Carsharing verringert sich die individuelle Verkehrsleistung im MIV, es wird verstärkt der Umweltverbund genutzt
3. Verringerung der Flächenversiegelung: die Nutzer von Carsharing weisen einen geringeren PKW-Besitzstand auf und fahren weniger Auto, weshalb weniger versiegelte Fläche für ruhenden und fließenden Verkehrs benötigt wird
4. Verringerung der sozialen Ungleichheiten: die Abhängigkeit vom Autobesitz verringert sich durch ein Carsharing-Angebot und vereinfacht ein Leben ohne eigenes Auto
5. Flächendichte Verkehrsangebote des Umweltverbundes: Carsharing ergänzt den ÖPNV, um Mobilität auch zu Schwachlastzeiten und in Randgebieten zu gewährleisten.

Die Maßnahmen, die Gemeindeverwaltungen zur Förderung von Carsharing umsetzen können, unterteilen sich in solche das Angebot unterstützende, sogenannte push-Maßnahmen, und solche für das Carsharing eher hinderliche Entwicklungstendenzen einschränkende, sogenannte pull-Maßnahmen.

Tabelle 8: Maßnahmenpaket I für Gemeindeverwaltungen

Ziel: Nachhaltige kommunale Raum- und Verkehrsentwicklung			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Verringerung der kommunalen Emissionen klima- und umweltschädlicher Gase	Aufstellung eines kommunalen Klimaschutzkonzeptes und Einbeziehung von Carsharing als fördernswerten Baustein	Gemeinderat-Verwaltungsvorlage zur Carsharingförderung im Rahmen des Klimaschutzkonzepts	Leitung
		Carsharing-Stellplätze zur Verfügung stellen - auf kommunalen Flächen - per Sondernutzung auf öffentlichen Verkehrsflächen - durch (Teil)Einziehung öffentlicher Verkehrsflächen	FB Liegenschaften FB Ordnung FB Straßenverkehr
		aktive Unterstützung bei Anmietung privater Stellplätze	FB Wirtschaftsförderung
		Vereinfachung der gut sichtbaren Beschilderung von Carsharing-Stellplätzen	FB Bauaufsicht
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke der Gemeinde - Abdeckung der Nachfragespitze	FB innere Dienste FB Beschaffung

Ziel: Nachhaltige kommunale Raum- und Verkehrsentwicklung			
		- Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke kommunaler Eigenbetriebe	Leitung Leitung der Eigenbetriebe
		Bestellung von Carsharing, Garantie eines Mindestumsatzes / einer Ausgleichszahlung	FB innere Dienste FB Wirtschaftsförderung
		(Neu)Bürgermarketing: Information sowie einfacher Einstieg in Carsharingnutzung	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing
		Einführung eines Ökobonus für Einwohner, die Carsharing nutzen (z.B. in Form der Übernahme von Monatsgrundpreisen, Startpreis)	FB Umweltschutz FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Kämmerei
		Nutzung des eigenen Einflusses in Verkehrsverbund zur dortigen Förderung von Carsharing	Leitung FB ÖPNV-Planung
	Aufstellung eines Verkehrsentwicklungsplans und Festschreibung der Förderung eines multimodalen Verkehrs - Einbeziehung von Carsharing als fördernswerten Baustein - Einschränkung von Carsharing behindernden Entwicklungstendenzen	Carsharing-Stellplätze zur Verfügung stellen	FB Liegenschaften FB Ordnung FB Straßenverkehr
		aktive Unterstützung bei Anmietung privater Stellplätze	FB Wirtschaftsförderung
		Einrichtung von multimodalen Verkehrspunkten	FB Verkehrsplanung
		Berücksichtigung von Carsharing in der Bauleitplanung durch Festlegung des perspektivischen Bedarfs an Carsharing-Stellplätzen	FB Hochbau FB Bauordnung
		Änderung der kommunalen Stellplatzordnung zum Erlass einer Stellplatzablöse bei Einrichtung von Carsharing-Stellplätzen	FB Verkehrsplanung FB Tiefbau FB Bauordnung
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke	FB innere Dienste FB Beschaffung
		Nutzung des eigenen Einflusses in Verkehrsverbund zur dortigen Förderung von Carsharing	Leitung FB ÖPNV-Planung
		Konsequente Parkraumbewirtschaftung und -bestreifung	FB Verkehrsplanung FB Ordnung FB Straßenverkehr
		Einrichtung autofreier Innenstädte und Beschränkung des öffentlichen Parkraums	Leitung FB Verkehrsplanung FB Straßenverkehr
	Förderung eines klima- und umweltschonenden Tourismus: (Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Cars-	Nutzeraufnahme in kommunalen Tourismusbüros	FB Wirtschaftsförderung FB Tourismus
		Erstellung / Verteilung von Online-	FB Presse-/ Öffent-

Ziel: Nachhaltige kommunale Raum- und Verkehrsentwicklung			
	haring ergänzt lokalen Umweltverbund)	und Print-Infomaterial zur umweltfreundlichen Urlaubs-Anreise und Fortbewegung vor Ort	lichkeitsarbeit FB Marketing
	Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit - Funktion des Carsharing und Darstellung dessen umwelt- /klimaentlastenden Effekte - Darstellung der Vorteile für Kommune und Bürger	Durchführung von Pressetermin-en	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Erstellung und Verbreitung von Online-/Print Infomaterial über eigenes Netzwerk	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		eigene redaktionelle Beiträge und Informationen in Gemeindezeitungen, Tagespresse	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
2. Verringerung der kommunalen Lärm-Emissionen	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1
3. Verringerung der kommunalen Flächenversiegelung	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1
4. Verringerung sozialer Ungleichheiten	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1
5. flächendichte Verkehrsangebote und Angebote in Randzeiten anbieten	Rad- und Fußverkehr fördern	Verkehrsinfrastrukturen für Rad- und Fußverkehr zielorientiert anpassen	FB Verkehrsplanung FB Tiefbau
		Kampagnenarbeit zur Schärfung des Öffentlichen Bewusstseins für Rad- und Fußverkehr	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Vereinfachte Fahrradmitnahme im ÖPNV bei Verkehrsunternehmen durchsetzen	Leitung VB Verkehrsplanung
5.1 Ist Gemeinde Aufgabenträger des ÖPNV?	Vgl. Kapitel 3.3.1	Vgl. Kapitel 3.3.1	Vgl. Kapitel 3.3.1
5.2 Ist Gemeinde in einem Verkehrsverbund organisiert?	Vgl. Kapitel 3.3.2	Vgl. Kapitel 3.3.2	Vgl. Kapitel 3.3.2
5.3 Ist Gemeinde Anteilseigner eines ÖPNV-Betreibers?	Vgl. Kapitel 3.3.3	Vgl. Kapitel 3.3.3	Vgl. Kapitel 3.3.3

2. Ziel: Erzielung nachhaltiger Finanzen

Grundsätzlich arbeiten Kommunalverwaltungen unter der Prämisse, dass sich kommunale Einnahmen- und Ausgaben die Waage halten. Das heißt, ihr Ziel ist eine nachhaltige Finanzstruktur unter Beachtung der Bedürfnisse der heutigen als auch der zukünftigen Einwohner. Auch für diese Aufgabe kann Carsharing als ein Baustein wertvolle Beiträge liefern, damit die Verwaltung ihr Ziel erreichen kann:

1. Optimierung eines kommunalen Fuhrparks und dessen Kosten: gezielter Ersatz-bzw. Ergänzung von schwach ausgelasteten Teilen des kommunalen Fuhrparks durch Carsharing und damit Senkung der Verwaltungskosten

2. Optimierung der Personalpolitik einer Verwaltung: durch Nutzung von Carsharing ist kein eigenes Fuhrpark-Personal notwendig, sodass diese Mitarbeiter andere, notwendigere Aufgaben übernehmen können
3. Steigerung der Effizienz des ÖPNV-Angebots: eine Steigerung der Nutzung des ÖPNV infolge eines Carsharing-Angebots verringert die notwendigen Zuschüsse für den ÖPNV-Betrieb durch eine Kommune, sofern sie Aufgabenträger ist
4. Geringere Kosten für Straßen-/Parkplatzbau: durch Senkung des PKW-Bestands infolge eines Carsharing-Angebots sinkt der finanzielle Aufwand einer Gemeinde für Bau und Unterhalt von Straßen sowie Parkplätzen

Tabelle 9: Maßnahmenpaket II für Gemeindeverwaltungen

Ziel: Nachhaltige kommunale Finanzen			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Fuhrpark-optimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von Dienstwagen	Nutzung von Carsharing für dienstliche Zwecke - Abdeckung der Nachfragespitze - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Vergabe
2. Personalplanung	Ersatz des eigenen Fuhrparkmanagements, anderweitiger Einsatz der Mitarbeiter	Eigenverantwortliche Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke durch Mitarbeiter - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Vergabe FB Personal
3. Effizienzsteigerung des ÖPNV-Angebots	Vgl. Kapitel 3.3.1, Bereich 4	Vgl. Kapitel 3.3.1, Bereich 4	Vgl. Kapitel 3.3.1, Bereich 4
4. Senkung der Infrastrukturkosten	Vgl. Ziel 1, Bereich 1	Vgl. Ziel 1, Bereich 1	Vgl. Ziel 1, Bereich 1
	Stellplatznachfrage eigener Mitarbeiter aktiv mit Alternativen begegnen	Aktiver Einsatz für arbeitnehmerfreundliche Anbindung der Standorte mit dem ÖPNV	FB Personal
		Einführung von Jobtickets	FB Personal
		Einrichtung von Fahrradabstellanlagen und weiterer Infrastruktur (Umkleide, Duschen, kleine Werkstatt)	FB Personal

3. Ziel: Arbeitnehmerfreundlicher Arbeitgeber

Trotz gleichbleibender Aufgaben nimmt in vielen kleineren Gemeinden die Anzahl der Fahrzeuge im kommunalen Fuhrpark aus Kostengründen bereits ab. Häufig tritt an die Stelle eines Dienstfahrzeugs ein eigenes Auto des Mitarbeiters, für dessen Nutzung die Mitarbeiter eine Entschädigung erhalten. Objektiv gesehen benachteiligt der Arbeitgeber jedoch den Arbeitnehmer, da die gezahlten Kilometerpauschalen nur selten die Vollkosten der Fahrzeugnutzung abdecken und höhere Versicherungskosten infolge eines Schadenfalls während der dienstlichen Nutzung vom Mitarbeiter zu tragen sind.

Um diesen Nachteil für den Arbeitnehmer zu beseitigen, kann der Arbeitgeber für den Fall, dass nicht ausreichend Dienstwagen zur Verfügung stehen, dem Mitarbeiter die Carsharing-Nutzung als Alternative anbieten.

Tabelle 10: Maßnahmenpaket III für Gemeindeverwaltungen

Ziel: Arbeitnehmerfreundlicher Arbeitgeber			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Fuhrparkoptimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von Dienstwagen	Nutzung von Carsharing für dienstliche Zwecke - Abdeckung der Nachfragespitze	FB Innere Dienste FB Vergabe

4. Ziel: Stärkung des lokalen Einzelhandels und Gewerbes

Die Förderung der lokalen Wirtschaft, konkret des lokalen Einzelhandels und lokaler Dienstleister, ist ein weiterer zentraler Aufgabenbereich der Kommunalverwaltungen. Besonders der Einzelhandel hat in Klein- und Mittelstädten aufgrund der Branchenentwicklung der vergangenen Jahrzehnte, v.a. der Entwicklung von peripheren Handels- und Gewerbegebieten, mit Problemen zu kämpfen.

Aktuelle Forschungsergebnisse zu den Zusammenhängen von Verkehrs- und Konsumverhalten sollten in die Arbeit und Entscheidungen in Gemeindeverwaltungen stärker einfließen. Hier greifen die mit einem Carsharing verbunden verkehrsverhaltensverändernden Effekte als Argument dafür, weshalb Carsharing in nützlicher Baustein ist. Denn mehrere Untersuchungen zeigen, dass Personen die v.a zu Fuß oder mit dem Rad unterwegs sind eher häufiger und lokal einkaufen und damit den lokalen, innerstädtischen Einzelhandel unterstützen. [35] Damit hat ein Carsharing-Angebot indirekt positiven Einfluss auf den lokalen Einzelhandel.

Landkreisverwaltung

Die Verwaltung des Landkreises hat Aufgaben und Ziele, die mit denen der Gemeindeverwaltung vergleichbar sind. Aus diesem Grund kann Carsharing als Baustein auch eine Landkreisverwaltung dabei unterstützen, ihre Aufgaben zu bewältigen. Aufgrund der administrativen Ebene, auf der eine Landkreisverwaltung arbeitet, unterscheiden sich die Maßnahmen und konkreten Aktionen in einigen Bereichen jedoch von denen einer Gemeindeverwaltung.

1. Ziel: Nachhaltige Raum- und Verkehrsentwicklung des Landkreises

Grundlage jedes Handelns im Bereich der Raum- und Verkehrsplanung sollten auch im Landkreis die Grundsätze und Ziele einer nachhaltigen Entwicklung sein. Carsharing kann den maßgeblich in diesem Themenspektrum aktiven Fachbereichen Kreisentwicklung, Umweltschutz, Bauplanung und Verkehrsplanung in verschiedenen Bereichen dabei helfen, ihre Ziele zu erreichen:

1. Verringerung der Emissionen von klima- und umweltschädlichen Gasen im Landkreis: durch die Teilnahme am Carsharing verringert sich die individuelle Verkehrsleistung im MIV, es wird verstärkt der Umweltverbund genutzt
2. Verringerung der Emissionen von Lärm im Landkreis: durch die Teilnahme am Carsharing verringert sich die individuelle Verkehrsleistung im MIV, es wird verstärkt der Umweltverbund genutzt
3. Verringerung der Flächenversiegelung: die Nutzer von Carsharing weisen einen geringeren PKW-Besitzstand auf und fahren weniger Auto, weshalb weniger versiegelte Fläche für ruhenden und fließenden Verkehrs benötigt wird

[35] Vgl. Bauer et. al 2011, BMVBS 2011

4. Verringerung der sozialen Ungleichheiten: die Abhängigkeit vom Autobesitz verringert sich durch ein Carsharing-Angebot und vereinfacht ein Leben ohne eigenes Auto
5. Flächendichte Verkehrsangebote des Umweltverbundes: Carsharing ergänzt den ÖPNV, um Mobilität auch zu Schwachlastzeiten und in Randgebieten zu gewährleisten.

Die Maßnahmen, die Landkreisverwaltungen zur Förderung von Carsharing umsetzen können, unterteilen sich in solche das Angebot unterstützende, sogenannte push-Maßnahmen, und solche für das Carsharing eher hinderliche Entwicklungstendenzen einschränkende, sogenannte pull-Maßnahmen.

Tabelle 11: Maßnahmenpaket I für Landkreisverwaltungen

Ziel: Nachhaltige Raum- und Verkehrsentwicklung des Landkreises			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Verringerung der kreisweiten Emissionen klima- und umweltschädlicher Gase	Aufstellung eines Klimaschutzkonzeptes für den Landkreis; Einbeziehung von Carsharing als fördernswerten Baustein	Verwaltungsvorlage für Kreisrat zur Carsharingförderung im Rahmen des Klimaschutzkonzepts	Leitung
		Carsharing-Stellplätze auf Flächen des Landkreises zur Verfügung stellen	FB innere Dienste FB Liegenschaften
		aktive Unterstützung bei Anmietung privater Stellplätze	FB Wirtschaftsförderung
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke der Landkreisverwaltung - Abdeckung der Nachfragespitze - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB innere Dienste FB Beschaffung
		Nutzung von Carsharing für dienstliche Zwecke der Eigenbetriebe des Landkreises	Leitung Leitung der Eigenbetriebe
		Bestellung von Carsharing, Garantie eines Mindestumsatzes / einer Ausgleichszahlung	FB innere Dienste FB Wirtschaftsförderung
		(Neu)Bürgermarketing: Information über Carsharing bzw. Nutzungseinstieg vereinfachen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing
		Eigenen Einfluss in Verkehrsverbund geltend machen für dort angesiedelte Förderung	Leitung FB ÖPNV-Planung
	Aufstellung eines Verkehrsentwicklungsplans und Festschreibung der Förderung eines multimodalen Verkehrs	Carsharing-Stellplätze zur Verfügung stellen	FB Liegenschaften FB Ordnung FB Straßenverkehr
		aktive Unterstützung bei Anmietung von privaten Stellplätzen	FB Wirtschaftsförderung
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke der Landkreisverwaltung	FB innere Dienste FB Beschaffung
		Nutzung des eigenen Einflusses in Verkehrsverbund zur dortigen Förderung von Carsharing	Leitung FB ÖPNV-Planung

Ziel: Nachhaltige Raum- und Verkehrsentwicklung des Landkreises			
	Förderung eines klima- und umweltschonenden Tourismus	Erstellung / Verteilung von Online- und Print-Infomaterial zur umweltfreundlichen Urlaubs-Anreise und Fortbewegung vor Ort	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit FB Marketing
	Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit - Funktion des Carsharing und Darstellung dessen umwelt- /klimaentlastenden Effekte - Darstellung der Vorteile für Landkreis und Bürger	Durchführung von Pressetermin-en	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Erstellung und Verbreitung von Online-/Print Infomaterial über eigenes Netzwerk	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		eigene redaktionelle Beiträge und Informationen in Zeitungen des Landkreiese, Tagespresse	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
2. Verringerung der kreisweiten Lärm-Emissionen	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1
3. Verringerung der kreisweiten Flächenversiegelung	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1
4. Verringerung sozialer Ungleichheiten	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1	Vgl. Bereich 1
5. flächendichte Verkehrsangebote und Angebote in Randzeiten anbieten 5.1 Landkreis als Aufgabenträger des ÖPNV	Vgl. Kapitel 3.3.1	Vgl. Kapitel 3.3.1	Vgl. Kapitel 3.3.1
5.2 Wenn Landkreis in einem Verkehrsverbund organisiert ist	Vgl. Kapitel 3.3.2	Vgl. Kapitel 3.3.2	Vgl. Kapitel 3.3.2
5.3 Wenn Landkreis Anteilseigner eines ÖPNV-Betreibers ist	Vgl. Kapitel 3.3.3	Vgl. Kapitel 3.3.3	Vgl. Kapitel 3.3.3

2. Ziel: Nachhaltige Finanzen des Landkreises

Grundsätzlich arbeiten Landkreisverwaltungen unter der Prämisse, dass sich kommunale Einnahmen- und Ausgaben die Waage halten. Das heißt, ihr Ziel ist eine nachhaltige Finanzstruktur mit Betrachtung der Bedürfnisse der heutigen als auch auf die der zukünftigen Einwohner. Auch für dieses Ziel kann Carsharing als ein Baustein wertvolle Beiträge liefern, damit die Verwaltung dieses Ziel erreichen kann:

1. Optimierung eines Verwaltungsfuhrparks und dessen Kosten: gezielter Ersatz-bzw. Ergänzung von schwach ausgelasteten Teilen des kommunalen Fuhrparks durch Carsharing und damit Senkung der Verwaltungskosten
2. Optimierung der Personalpolitik einer Verwaltung: durch Nutzung von Carsharing ist kein eigenes Fuhrpark-Personal notwendig, sodass diese Mitarbeiter andere, notwendigere Aufgaben übernehmen können
3. Steigerung der Effizienz der ÖPNV-Angebots: eine Steigerung der Nutzung des ÖPNV infolge eines Carsharing-Angebots verringert die notwendigen Zuschüsse für den ÖPNV-Betrieb durch einen Landkreis als Aufgabenträger

4. Senkung der allgemeinen Verwaltungskosten

Tabelle 12: Maßnahmenpaket II für Landkreisverwaltungen

Ziel: Nachhaltige Finanzen des Landkreises			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Fuhrpark-optimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von Dienstwagen	Nutzung von Carsharing für dienstliche Zwecke - Abdeckung der Nachfragespitze - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Vergabe
2. Personalplanung	Ersatz des eigenen Fuhrparkmanagement, anderweitiger Einsatz der Mitarbeiter	Eigenverantwortliche Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke durch Mitarbeiter - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Vergabe FB Personal
3. Effizienzsteigerung des ÖPNV-Angebots	Vgl. Kapitel 3.3.1, Bereich 4	Vgl. Kapitel 3.3.1, Bereich 4	Vgl. Kapitel 3.3.1, Bereich 4
4. Kostensenkung	Stellplatznachfrage eigener Mitarbeiter aktiv mit Alternativen begegnen	Aktiver Einsatz für arbeitnehmerfreundliche Anbindung der Standorte mit dem ÖPNV	FB Personal
		Einführung von Jobtickets	FB Personal
		Einrichtung von Fahrradabstellanlagen und weiterer Infrastruktur (Umkleide, Duschen, kleine Werkstatt)	FB Personal

3. Ziel: Arbeitnehmerfreundlicher Arbeitgeber

Da auch in Landkreisverwaltungen der Fuhrpark als Kostentreiber ein wichtiger Faktor ist, nimmt in vielen Landkreisen die Anzahl der Fahrzeuge im Fuhrpark trotz gleichbleibenden Aufgabenumfangs ab. An die Stelle eines Dienstfahrzeugs tritt häufig ein eigenes Auto des Mitarbeiters, für dessen Nutzung die Mitarbeiter eine Entschädigung erhalten. Objektiv gesehen benachteiligt der Arbeitgeber jedoch den Arbeitnehmer, da die gezahlten Kilometerpauschalen nicht die Vollkosten der Fahrzeugnutzung abdecken und höhere Versicherungskosten infolge eines Schadenfalls während der dienstlichen Nutzung vom Mitarbeiter zu tragen sind.

Um diesen Nachteil für den Arbeitnehmer zu beseitigen, kann der Arbeitgeber für den Fall, dass nicht ausreichend Dienstwagen zur Verfügung stehen, dem Mitarbeiter die Carsharing-Nutzung als Alternative anbieten.

Tabelle 13: Maßnahmenpaket III für Landkreisverwaltungen

Ziel: Arbeitnehmerfreundlicher Arbeitgeber			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Fuhrparkoptimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von Dienstwagen	Nutzung von Carsharing für dienstliche Zwecke - Abdeckung der Nachfragespitze	FB Innere Dienste FB Vergabe

3.2.5 Kommunale Volksvertretung

Kommunale Volksvertretungen – der Stadt- oder Gemeinderat auf der Ebene der Gemeinde sowie der Kreistag auf der Ebene des Landkreises – entscheiden als Organe der kommunalen Selbstverwaltung über alle grundlegenden Angelegenheiten auf der jeweiligen administrativen Ebene. Sie können Grundsätze der Verwaltung von Gemeinde bzw. Verwaltung festlegen. Gleichzeitig repräsentieren die Gemeinde- und Kreisräte die gewählte politische Vertretung der Bevölkerung und spiegeln insofern deren Willen und Bedürfnisse wider.

Ein Gemeinderat bzw. Kreistag hat die Aufgabe die Verwaltung dabei zu unterstützen, eine am Leitbild der Nachhaltigkeit orientierte Entwicklung umzusetzen. Ein erfolgreiches lokales Carsharing-Angebot ist hierfür ein möglicher Baustein, wie Kapitel 3.2.4 aufzeigt.

Diesen Baustein selbst können die Gemeinde- und Kreisräte unterstützen, indem sie die Gemeinde- bzw. Landkreisverwaltung mit dem Beschluss entsprechender Anträge auffordern, solche wie in Kapitel 3.2.4 ausführlich beschriebenen Maßnahmen umzusetzen. Darüber hinaus können die Parteien bzw. Fraktionen, denen die Stadt- bzw. Kreisräte angehören, ein lokales Angebot durch ihre eigene Nutzung direkt unterstützen.

3.2.6 Lokale Agenda 21

Die Büros der Lokalen Agenda 21 haben die Aufgabe, das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung aufzugreifen, es auf die lokale Ebene zu übertragen und die Umsetzung kommunaler Maßnahmen im Dialog mit den Bürgern anzuschieben. Da Carsharing sowohl in der ökologischen, ökonomischen als auch sozialen Nachhaltigkeitsdimension positive Wirkungen entfaltet, stellt die Förderung eines Carsharing-Projektes einen konkreten Beitrag ihrer Arbeit dar. Ein Carsharing im Ortsgruppenkonzept stärkt neben den genannten Effekten auch das bürgerschaftliche Engagement in den Gemeinden und hebt die Regionalität hervor.

Tabelle 14: Maßnahmenpaket für Lokale Agenda 21

Ziel: Lokale Verankerung des Nachhaltigkeitsleitbilds			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Förderung eines umweltentlastenden Verkehrssystems in der Kommune	Mitarbeit bei Aufbau eines Carsharing-Angebots	Mithilfe bei Stellplatzsuche	Freiwillige LA21
		Bereitstellung eines Arbeitsplatzes für Nutzerberatung und Aufnahme	Freiwillige LA21
		Durchführung der Nutzerberatung und -aufnahme	Freiwillige LA21
		Lokale Netzwerkarbeit zu Vereinen, Unternehmen, Verwaltung	Freiwillige LA21
		Presse-/Öffentlichkeitsarbeit zu lokalem Carsharing-Projekt	Freiwillige LA21
	Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit - Funktion des Carsharing und Darstellung dessen umwelt-/ klimaentlastenden Effekte - Darstellung der Vor-	Durchführung von Pressetermin-nen, Veranstaltungen, Infoständen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit Freiwillige
		Erstellung und Verbreitung von Online-Infomaterial über eigenes Netzwerk	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit Freiwillige
		eigene redaktionelle Beiträge und	FB Presse-/ Öffent-

Ziel: Lokale Verankerung des Nachhaltigkeitsleitbilds			
	teile für Kommune und Bürger	Informationen in Gemeindezeitungen, Tagespresse	lichkeitsarbeit Freiwillige
	Start und Durchführungen eines Bürgerdialog zur Kommunikation kommunaler Maßnahmen (z.B. Parkraumbewirtschaftung, ÖV-Bevorrechtigung, Bereitstellung von Carsharing-Stellplätze)	Organisation und Durchführung von Infoveranstaltungen und Diskussionsrunden	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit Freiwillige
		Entwurf, Herstellung, Verteilung von Infomaterial	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit Freiwillige
2. Förderung eines bürgerlichen Engagements	Würdigung der freiwilligen Mitarbeit	Öffentlichkeitswirksame Preisverleihung	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit Leitung
		Vermittlung von Interessenten an Mitarbeit in Carsharing-Projekten	Freiwillige
	Würdigung von Carsharing-Projekten als gemeinnützige Vorhaben	Erstellung und Verbreitung von Online- / Print Infomaterial über eigenes Netzwerk	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Politische Lobbyarbeit zur Anerkennung von Carsharing	Leitung

3.2.7 Akteure in der Wohnungswirtschaft

Die Wohnungswirtschaft kann eine Unterstützung von Carsharing dafür nutzen, um zwei wichtige eigene Aufgaben zu erfüllen. Erstens kann sie mithilfe eines Carsharing das Serviceangebot zur Mieterbindung bzw. Mietergewinnung erhöhen und zweitens kann sie damit eigene Kosten senken.

1. Ziel: Mieterbindung und -gewinnung durch Erhöhung des Serviceangebots

Auch in Klein- und Mittelstädten gibt es Wettbewerb unter den Unternehmen der Wohnungswirtschaft. Ein Ansatzpunkt, den Wohnungsanbieter vermehrt wählen, um neue Mieter zu gewinnen bzw. Bestandsmieter zu binden, liegt in der Schaffung zusätzlicher Serviceangebot über die eigentliche Wohnung hinaus. In steigendem Maße erkennen Wohnungsanbieter, dass ein zusätzlicher Mobilitätsbaustein ein geeignetes Instrument sein kann. Autoarme bzw. autofreie Lebensstile gewinnen dabei an Bedeutung, sodass das ÖPNV-Angebot sowie ergänzende Mobilitätsdienstleistungen wichtiger werden.

Auf die Lage des Wohnungsbestands im Haltestellennetz des ÖPNV haben Wohnungsanbieter nur bedingt Einfluss. Ergänzende Dienstleistungen wie Carsharing können sie dagegen stärker beeinflussen. So können sie die Teilnahme am Carsharing oder dessen Nutzung für ihre Mieter vereinfachen.

Tabelle 15: Maßnahmenpaket I für Unternehmen der Wohnungswirtschaft

Ziel: Mieterbindung und -gewinnung			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Mietern die vereinfachte Teilnahme am Carsharing ermöglichen	Aufbau eines eigenen Carsharing-Angebots	Organisation der Vor-Ort-Struktur	FB Vertrieb
		Bereitstellung von Fahrzeugen	FB Fuhrpark
		Stationsaufbau	FB Vertrieb
		Öffentlichkeitsarbeit	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit

Ziel: Mieterbindung und -gewinnung			
	Kooperation mit dem Carsharing-Anbieter	Angebot tariflicher Vorteile bei Nutzung des Carsharing für eigene Mieter	Leitung FB Finanzen FB Marketing
		Bestellung von Carsharing mit Garantie eines Mindestumsatzes / einer Ausgleichszahlung	Leitung FB Finanzen FB Marketing
	Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit - Vorstellung von Carsharing und dessen Vorteile für die Mieter	Durchführung von Veranstaltungen, Infoständen	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		Erstellung und Verbreitung von Online-Infomaterial über eigenes Netzwerk	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
		eigene redaktionelle Beiträge und Informationen in Mieterzeitung, Tagespresse	FB Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
2. Mietern die vereinfachte Nutzung des Carsharing ermöglichen	Carsharing-Fahrzeuge nah bei eigenen Mietern stationieren	Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für ein Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften

2. Ziel: Kostensenkung

Im Gegensatz zu Großstädten ist Parkdruck in Klein- und Mittelstädten sicherlich kein flächendeckend vergleichbares Problem. Dennoch haben auch hier Vermieter besonders in stärker verdichteten Gebieten die Schwierigkeit, den Parkplatzbedarf zu decken. Durch die Einrichtung einer Carsharing-Station am Vermietungsobjekt steigert sich der Anreiz für die eigenen Mieter aufgrund kurzer Wege Carsharing zu nutzen und einen eigenen PKW ab- bzw. nicht anzuschaffen. Langfristig sinkt so die Nachfrage nach (zusätzlichen) Stellplätzen, sodass das Wohnungsunternehmen finanzielle Investitionen umgehen. Zusätzlich kann das Unternehmen durch Vermietung der Stellplätze an eine CSO zusätzliche Einnahmen generieren.

Auch Wohnungsanbieter verfügen häufig über eine eigene Dienstwagenflotte, deren Kosten sie durch die Nutzung von Carsharing-Angeboten ggf. senken können.

Tabelle 16: Maßnahmenpaket II für Unternehmen der Wohnungswirtschaft

Ziel: Kostensenkung			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Reduzierung der Bau- und Unterhaltungskosten eigener Stellplätze 2. Reduzierung des Stellplatzschlüssels	Stellplatznachfrage aktiv mit Alternativen begegnen	Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften
		Angebot tariflicher Vorteile bei Nutzung des Carsharing für eigene Mieter	Leitung FB Finanzen FB Marketing
3. Fuhrparkoptimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von eigenen Dienstwagen	Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke des Wohnungsunternehmens - Abdeckung der Nachfragespitze - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Fuhrpark

3.2.8 Unternehmen

Unternehmen in Klein- und Mittelstädten profitieren in ganz verschiedenen Bereichen davon, dass ein Carsharing vor Ort existiert. Erstens können sie durch die eigene Nutzung ggf. Kosten sparen, zweitens kann die Gemeinde als Wohnstandort an Attraktivität gewinnen und das Unternehmen dadurch im Wettbewerb um Arbeitnehmer einen Vorteil erlangen. Und drittens kann der lokale Einzelhandel von Umsatzsteigerung profitieren, die durch ein mobilitätsbasiert geändertes Einkaufsverhalten entstehen.

1. Ziel: Kostensenkung im Unternehmen

Praktisch jedes Unternehmen verfolgt das Ziel, die eigenen Kosten zu optimieren. Unternehmen können Carsharing als Element ihres betrieblichen Mobilitätsmanagements nutzen und dabei eigene Dienstwagen ergänzen oder (in Teilen) ersetzen. Viele Unternehmen investieren aber auch erhebliche Finanzmittel in den Bau und den Unterhalt von Stellplätzen, die sie für eigene Mitarbeiter vorhalten. Durch geeignete Maßnahmen kann das Unternehmen dazu beitragen, dass weniger Mitarbeiter mit dem Auto zu Arbeit kommen und damit langfristig Kosten senken. Nutzen diese Mitarbeiter nun Carsharing auch privat, fördern diese Maßnahmen gleichzeitig auch das Carsharing-Angebot.

Tabelle 17: Maßnahmenpaket I für Unternehmen

Ziel: Kostensenkung			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Fuhrparkoptimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von eigenen Dienstwagen	Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke des Unternehmens - Abdeckung der Nachfragespitze - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Fuhrpark
2. Reduzierung der Bau- und Unterhaltungskosten eigener Stellplätze	Stellplatznachfrage aktiv mit Alternativen begegnen	Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften
		Angebot tariflicher Vorteile bei Nutzung des Carsharing für eigene Mitarbeiter	Leitung FB Finanzen FB Marketing
		Aktiver Einsatz für arbeitnehmerfreundliche Anbindung der Standorte mit dem ÖPNV	FB Personal
		Einführung von Jobtickets	FB Personal
		Einrichtung von Fahrradabstellanlagen und weiterer Infrastruktur (Umkleide, Duschen, kleine Werkstatt)	FB Personal

2. Ziel: Steigerung der Standortattraktivität im Wettbewerb um Arbeitskräfte

Unternehmen stehen in einem Wettbewerb um Fach- und Arbeitskräfte. Dabei haben es Unternehmen in Klein- und Mittelstädten schwer, aufgrund von allgemeinen Urbanisierungstendenzen Mitarbeiter zu werben. Hier gewinnen Argumente, die über die eigentlichen unternehmensrelevanten Faktoren hinaus gehen, zunehmend an Bedeutung. Und dabei spielen die Lebensstile besonders in jüngeren Bevölkerungsgruppen eine wichtige Rolle, in denen vom Autobesitz Abstand genommen wird. In diesen Lebensstilen ist Carsharing ein wichtiges Element.

Tabelle 18: Maßnahmenpaket II für Unternehmen

Ziel: Attraktivierung des Unternehmensstandortes			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Autoarmen /-losen Lebensstil zukünftiger Arbeitnehmer erleichtern	Unterstützung bei Aufbau eines Carsharing-Angebots	Mithilfe bei Stellplatzsuche	FB Liegenschaften FB Presse- / Öffentlichkeitsarbeit
		Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke des Unternehmens	FB Innere Dienste FB Fuhrpark
		Garantie eines Mindestumsatzes	FB Finanzen FB Marketing Leitung
		Informelle Netzwerkarbeit, um Angebot bei anderen Unternehmen zu bewerben	Leitung
		Einfluss auf Verwaltung nutzen, um Unterstützung einzufordern	Leitung
		Presse- / Öffentlichkeitsarbeit zu lokalem Carsharing-Projekt	FP Presse- / Öffentlichkeitsarbeit
		Marketing für Carsharing-Projekt übernehmen / unterstützen	FB Marketing

3. Ziel: Umsatzsteigerung im lokalen Einzelhandel und Gewerbe

Lokale Einzelhändler und Dienstleister mit innerstädtischen und innenstadtnahen Standorten in Klein- und Mittelstädten stehen in Folge der hohen Motorisierungsrate sowie raumplanerischer Entwicklungen der letzten Jahrzehnte in Wettbewerb mit Einzelhandelsstandorten in peripheren Lagen sowie mit dem großstädtischen Einzelhandel. Kapitel 3.2.4 beschreibt bereits die entsprechenden Effekte.

Um eine langfristige Änderung des Einkaufsverhaltens der Bevölkerung über den Weg eines veränderten Verkehrsverhaltens zu erreichen, können Unternehmen die in Ziel 2 beschriebenen Maßnahmen und Aktionen durchführen, um Carsharing als Lösungsbaustein zu fördern.

3.2.9 Landes- und Bundesbehörden

Nachgeordnete Behörden auf Landes- und Bundesebene haben häufig Standorte in Klein- und Mittelstädten und verfügen ebenfalls über einen eigenen Dienstwagenfuhrpark. Mit diesem sind nicht nur hohe investive Kosten verbunden sondern werden auch Personalressourcen gebunden. In Abhängigkeit vom Aufgabenbereich der Behörde haben die Fahrzeuge unterschiedlich hohe Auslastungen und Fahrleistungen. An Wochenenden stehen die Fahrzeuge, ebenso wie bei Kommunalverwaltungen und vielen Unternehmen, meist still. Aus diesem Grund sollten Behörden die Effizienz der Flotte und ggf. alternative Dienstleistungen prüfen. Dabei ist Carsharing eine mögliche Option.

Gleichfalls investieren viele Behörden erhebliche Finanzmittel in den Bau und die Unterhaltung einer entsprechenden Anzahl von Stellplätzen, die sie für eigene Angestellten vorhalten. Durch geeignete Maßnahmen können Behörden dazu beitragen, dass weniger Angestellte mit dem Auto zu Arbeit kommen, müssen damit weniger Stellplätze bauen und können damit langfristig Kosten senken.

Tabelle 19: Maßnahmenpaket für Landes- und Bundesbehörden

Ziel: Kostensenkung			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Fuhrparkoptimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von eigenen Dienstwagen	Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke der Behörde - Abdeckung der Nachfragespitze - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Fuhrpark
2. Reduzierung der Bau- und Unterhaltungskosten eigener Stellplätze	Stellplatznachfrage aktiv mit Alternativen begegnen	Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften
		Aktiver Einsatz für arbeitnehmerfreundliche Anbindung der Standorte mit dem ÖPNV	FB Personal
		Einführung von Jobtickets	FB Personal
		Einrichtung von Fahrradabstellanlagen und weiterer Infrastruktur (Umkleide, Duschen, kleine Werkstatt)	FB Personal

3.2.10 Akteure im Bereich Tourismus

Ein thematischer Schwerpunkt des Tourismussektors liegt auf Konzepten eines sanften Tourismus. In solchen Ansätzen spielen auch Mobilitätskonzepte eine wichtige Rolle. Diese beinhalten neben einer Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln zusätzliche Mobilitätsdienstleistungen vor Ort, damit Gäste ohne eigenes Auto mobil sein und auch abgelegene Orte besichtigen können. Neben dem ÖPNV sind mittlerweile Fahrradverleih und auch Carsharing wichtige Bestandteile dieser Konzepte.

Da auch Tourismusregion in einem Wettbewerb stehen, stellt ein funktionierendes Mobilitätssystem einen Standortvorteil dar, um Gäste ohne eigenes Auto für einen Urlaub in dieser Region zu begeistern.

Tabelle 20: Maßnahmenpaket für Akteure im Tourismussektor

Ziel: Gästeakquise			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Mobilitätskonzepte, die Urlaub ohne eigenes Auto ermöglichen	Unterstützung bei Aufbau eines Carsharing-Angebots	Mithilfe bei Stellplatzsuche	FB Liegenschaften FB Presse- / Öffentlichkeitsarbeit
		Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke der Akteure	FB Fuhrpark
		Garantie eines Mindestumsatzes	Leitung FB Finanzen FB Marketing
		Presse-/Öffentlichkeitsarbeit zu lokalem Carsharing-Projekt	FP Presse- / Öffentlichkeitsarbeit

Ziel: Gästeakquise			
		Marketing für Carsharing-Projekt übernehmen/unterstützen	FB Marketing
		Einfluss in Verwaltung nutzen, um deren Unterstützung einzufordern	Leitung
		Angebot tariflicher Vorteile bei Nutzung des Carsharing für eigene Gäste	Leitung FB Finanzen FB Marketing

3.2.11 Kirchen und kirchennahe Institutionen

Kirchen und kirchennahe Verbände arbeiten seit jeher dafür, dass der Mensch in einer lebenswerten Umgebung sowie einer intakten Natur leben kann. Insofern liegt eine Unterstützung eines Projektes, dass die Umwelt entlasten soll, klar auf der Hand. Kirchliche Institutionen haben neben der ideellen Arbeit aber auch ganz praktische Gründe, ein Carsharing-Projekt zu unterstützen.

1.Ziel: Ideelle Projektarbeit im Umweltschutz

Eine Vielzahl von Kirchengemeinden und Kirchenverbänden sind aktive Mitglieder der Natur- und Umweltschutzbewegung und seit jeher umweltpolitisch aktiv, sowohl auf lokaler als auch überregionaler, nationaler oder internationaler Ebene. Neben der Mitarbeit in umweltpolitischen Projekten und Projekten der Umweltbildung stellt ein Carsharing-Projekt einen ganz konkreten Beitrag dar, um die bekannten negativen Folgen der Verkehrsentwicklung der vergangenen Jahrzehnte für Umwelt und Mensch zu verringern und Alternativen zu ermöglichen.

Tabelle 21: Maßnahmenpaket I für Kirchen und kirchennahe Institutionen

Ziel: Projektarbeit im Umweltschutz			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Änderung des Verkehrsverhaltens fördern zur stärkeren Nutzung des Umweltverbundes	Unterstützung bei Aufbau eines Carsharing-Angebots	Unterstützung bei Suche nach Freiwilligen zur Mitarbeit in einer Ortsgruppe	FB Presse- / Öffentlichkeitsarbeit
		Mithilfe bei Stellplatzsuche	FB Presse- / Öffentlichkeitsarbeit
		Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften
		Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke der kirchliche Institutionen	FB Fuhrpark
		Garantie eines Mindestumsatzes	FB Finanzen FB Marketing Leitung
		Presse-/Öffentlichkeitsarbeit zu lokalem Carsharing-Projekt	FP Presse- / Öffentlichkeitsarbeit
		Marketing für Carsharing-Projekt übernehmen/unterstützen	FB Marketing
		Einfluss auf Verwaltung nutzen, um Unterstützung einzufordern	Leitung

2.Ziel: Kostensenkung

Die Kirchenverwaltung sowie kirchennahe Verbände und kircheneigene Unternehmen haben ebenso wie Kommunalverwaltungen oder sonstige Unternehmen das Ziel, eine möglichst geringe Kostenstruktur zu haben. Ein Kostenblock stellt auch hier die Mobilität der Mitarbeiter dar, die häufig durch einen eigenen Fuhrpark gewährleistet wird. So können diese Institutionen Carsharing als Element ihres betrieblichen Mobilitätsmanagements benutzen und dabei eigene Dienstwagen ergänzen oder (in Teilen) ersetzen.

Ebenso investieren die Institutionen der Kirche erhebliche Finanzmittel in den Bau und die Unterhaltung einer entsprechenden Anzahl von Stellplätzen, die sie für eigene Mitarbeiter vorhalten. Durch geeignete Maßnahmen können diese Institutionen dazu beitragen, dass weniger Mitarbeiter mit dem Auto zu Arbeit kommen und damit langfristig Kosten senken. Gleichzeitig fördern diese Maßnahmen Carsharing direkt und indirekt.

Tabelle 22: Maßnahmenpaket I für Kirche und kirchennahe Institutionen

Ziel: Kostensenkung			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
1. Fuhrparkoptimierung	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz von eigenen Dienstwagen	Nutzung von Carsharing-Angeboten für dienstliche Zwecke der kirchlichen Institutionen - Abdeckung der Nachfragespitze - Ersatz einzelner Fahrzeuge - Ersatz eines kompletten Pools	FB Innere Dienste FB Fuhrpark
2. Reduzierung der Bau- und Unterhaltungskosten eigener Stellplätze	Stellplatznachfrage aktiv mit Alternativen begegnen	Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	FB Liegenschaften
		Aktiver Einsatz für arbeitnehmerfreundliche Anbindung der Standorte mit dem ÖPNV	FB Personal
		Einführung von Jobtickets	FB Personal
		Einrichtung von Fahrradabstellanlagen und weiterer Infrastruktur (Umkleide, Duschen, kleine Werkstatt)	FB Personal

3.2.12 Vereine

Vereine haben mehrere Motive dafür, den Aufbau und operativen Betrieb eines Carsharing ideell oder praktisch zu unterstützen. Erstens benötigen viele Vereine selbst ab und an die Möglichkeit, auf ein Fahrzeug zurückzugreifen. Zweitens suchen Vereine häufig nach zusätzlichen Einnahmen, die durch die Mitarbeit in einem Carsharing-Projekt generiert werden können. Und drittens kann die aktive Unterstützung eines Carsharing-Projekts die lokale Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit sowie Vernetzung steigern.

1. Ziel: Zugriff auf Fahrzeuge

Vereinsarbeit ist mit viel Engagement, Ehrgeiz und Aufwand verbunden. Häufig sind im Zuge der Vereinsarbeit Personen oder Gegenstände zu transportieren. Kleinere Vereine verfügen kaum über die finanziellen Mittel, eigene Vereinsfahrzeuge anzuschaffen und greifen daher häufig auf die Fahrzeuge der Mitglieder zurück. Ein Carsharing-Angebot, idealerweise mit unterschiedlichen Fahrzeugtypen, stellt eine Alternative dar, die auch Vereine nutzen und damit ihre Mitglieder entlasten können.

Tabelle 23: Maßnahmenpaket I für Vereine

Ziel: Zugriff auf Fahrzeuge			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Schaffung eines zusätzlichen Verkehrsangebotes	Carsharing als Ergänzung oder Ersatz der Nutzung von Vereins-/ Privat-PKW	Nutzung von Carsharing-Angeboten für Vereinszwecke	Leitung

2. Ziel: Generierung zusätzlicher Einnahmen

Aufgrund begrenzter finanzieller Ressourcen vieler Vereine haben diese häufig das Interesse, zusätzliche Einnahmen zu generieren. Carsharing-Projekte bieten unter Umständen die Möglichkeit, sich in ausgewählten operativen Bereichen zu engagieren, wofür der Verein eine Vergütung erhalten kann. Dieses Engagement kann z.B. im Bereich der Nutzerberatung und -aufnahme oder der Fahrzeugbetreuung liegen. Darüber hinaus kann ein Verein, so vorhanden, eigene Räumlichkeiten bspw. für Informationsveranstaltungen im Rahmen eines Carsharing-Projektes vermieten.

Tabelle 24: Maßnahmenpaket II für Vereine

Ziel: Zusätzliche Einnahme			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Erschließung zusätzlicher Tätigkeitsfelder	Partizipation in einem Carsharing-Projekt	Kostenpflichtige Fahrzeugbetreuung	Mitglieder Angestellte
		Kostenpflichtige Nutzeraufnahme	Mitglieder Angestellte
		Bereitstellung von eigenen Stellplätzen für Carsharing-Angebot	Leitung
		Vermietung von Räumen für Infoveranstaltungen zu Carsharing	Leitung

3. Ziel: Erhöhung der lokalen Sichtbarkeit, Vernetzung

Vereine sind auf eine gewisse Bekanntheit in einer Kommune angewiesen, um Mitglieder zu gewinnen oder finanzielle Unterstützung zu erhalten. Dabei können Sie von einer Mitarbeit in einem vergleichsweise öffentlichkeitswirksamen Projekt wie Carsharing profitieren.

Tabelle 25: Maßnahmenpaket III für Vereine

Ziel: Vernetzung, Erhöhung Sichtbarkeit			
In welchem Bereich bzw. mit welchem Ansatz zu erreichen?	**vom Akteur umsetzbare Maßnahmen**	**In Maßnahmen inbegriffene Aktionen**	**Wer führt Aktion durch?**
Engagement in einem öffentlichkeitswirksam Projekt	Partizipation in einem Carsharing-Projekt	Beratung und Aufnahme von Carsharing-Nutzern	Leitung Mitglieder
		Öffentlichkeitsarbeit für Carsharing-Projekt	Leitung Mitglieder
		Betreuung von Infoständen	Leitung Mitglieder

Ziel: Vernetzung, Erhöhung Sichtbarkeit			
	Andere Vereine / Verbände überzeugen, gemeinsam in Carsharing-Projekt zu arbeiten	Öffentlichkeitsarbeit für Carsharing-Projekt	Leitung Mitglieder

4 Markteinführungsprojekte in zwei Modellkommunen

Das in Kapitel 3.2 beschriebene Beratungspaket wurde im Rahmen von Markteinführungsprojekten in den zwei Modellkommunen Gotha und Gera beispielhaft angewendet. Die Auswahl der Modellkommunen erfolgte nach Kriterien wie der geographischen Lage im mitteldeutschen Raum, der Stadtgröße und Einwohnerzahl, der infrastrukturellen Ausstattung sowie den bereits vorhandenen Kontakten in den Kommunen. Eine Voraussetzung für beide Kommunen war, dass auf Oberbürgermeister- bzw. Dezernatsebene eine schriftliche Absichtserklärung zur Unterstützung des Projektes als Modellkommune abgegeben wurde.

Beide Modellstädte weisen trotz ihrer unterschiedlichen Größe, bezogen auf Einwohnerzahl und Fläche, viele Gemeinsamkeiten auf. Beide verfügen über eine dichte Siedlungsstruktur mit der Folge kurzer, fußläufiger Wegdistanzen im Alltag. Zudem verfügen beide über ein gut ausgebautes ÖPNV-Angebot. Vor allem kann in beiden Städten deutlich die Spur einer jahrelangen Planung ausgemacht werden, die sehr stark auf das Auto als Hauptfortbewegungsmittel ausgelegter war. Dafür typische Probleme sind:

- Vorhalten und Erhalten einer umfangreichen Straßeninfrastruktur
- hoher Flächenverbrauch für Verkehrsflächen, die für andere Nutzungen nicht mehr zur Verfügung stehen
- Nutzungskonflikte zwischen den verschiedenen Verkehrsmitteln
- Zerschneidung von Quartieren durch Hauptverkehrsstraßen
- Geringere Wohn- und Aufenthaltsqualität entlang viel befahrener Straßen

In Verbindung mit der demografischen Entwicklung, die eine deutliche Bevölkerungsabnahme in den kommenden Jahren prognostizierte, verfügten somit beide Städte über eine Ausgangslage, in der Alternativen und Ergänzungen der innerstädtischen Mobilität gefragt waren.

In der Bevölkerung beider Städte bestand Interesse an mobilitätsbezogenen Fragestellungen, wie bereits existierende Initiativen des Geraer Umweltschutzvereins Grünes Haus Gera e.V. und der Ortsgruppe des VCD oder des ADFC und der Lokalen Agenda 21 in Gotha beispielhaft belegen. Schnitt- und Anknüpfungspunkte sind deshalb deutlich erkennbar und können das Projekt unterstützen.

4.1 Allgemeines Vorgehen in den Modellkommunen

4.1.1 Anwendungsplanung der Beratungspakete

Das Vorgehen bei der Anwendung der allgemeinen Beratungspakete war in beiden Städten vergleichbar und hatte das Ziel, in den Modellkommunen ein neues stationsbasiertes Carsharing-Angebot zu initiieren. Die Arbeit vor Ort, die im Folgenden in eine Konzeptions- und eine Umsetzungsphase unterteilt wird, ordnet sich analog der in Kapitel 3.1 beschriebenen Projektphasen in die Vorbereitungsphase ein.

In der **Konzeptionsphase**, die im ersten Projekthalbjahr lagt, wurden

- die Akteure zu Carsharing allgemein und über die individuellen Vorteile eines Carsharing-Angebots sowie die eigenen Förderungsmöglichkeiten informiert
- lokalspezifische Beratungspakete zusammengestellt, indem die Akteure bei einem Projektworkshop miteinander konkrete Maßnahmen diskutierten und festlegten, die sie kurz- bis mittelfristig ausarbeiten und umsetzen konnten

Die **Umsetzungsphase** erfolgte im zweiten Projekthalbjahr. Dabei fanden Arbeiten mit den Akteuren bilateral statt, um sie bei der Umsetzung der Maßnahmen zu unterstützen.

4.1.2 Konzeptionsphase – Aufbau und Gestaltung eines Projektworkshops

Gemeinsam mit den Mitgliedern der lokalen Organisationsstrukturen wurden die relevanten Akteursgruppen benannt, die anschließend schriftlich über das Modellprojekt informiert und eingeladen wurden, das Carsharing-Projekt zu unterstützen. Konkret wurde auf die Teilnahme an einem Projektworkshop hingewiesen. Zur besseren Vorbereitung der Akteure auf den Workshop wurden einführende Informationsgespräche vor Ort vorgeschlagen.

Der moderierte Workshop mit einer Dauer von etwa vier Stunden war zweigeteilt. In einer kurzen Vorstellungsrunde beschrieben die Teilnehmer ihren Kenntnisstand und ihr persönliches Interesses an einem Carsharing vor Ort. Anschließend schafften zwei Fachreferenten durch interaktive Kurzreferate im ersten Workshopdrittel einen gemeinsamen Kenntnisstand der Workshop-Teilnehmer zu Carsharing in Klein- und Mittelstädten sowie den Auswirkungen von Carsharing für die Gemeinde.

Daran schloss sich eine erste Diskussion an, die die aktuelle Lage sowie den Bedarf einschätzte, welcher Personenkreis und an welchen Standorten ein solches Angebot vermutlich genutzt werden würde. Den inhaltlichen Kern des Workshops bildete die geleitete und strukturierte Diskussion über die Mitarbeit jedes einzelnen Akteurs zur Ableitung eines ortsspezifischen Beratungspaket sowie eines Zeitplans für die weiteren Arbeitsschritte.

Als Moderator konnte Fritjof Mothes, Mitinhaber des Leipziger Planungsbüros StadtLabor, gewonnen werden, der eine mehrjährige Erfahrung in der Moderation von Beteiligungsprozessen hat. Mit Willi Loose, Geschäftsführer des Bundesverbands CarSharing BCS, sowie Ferry Quast, Mitarbeiter beim auf Beratung von Akteuren des ÖPNV spezialisierten Dresdner Büro Probst & Consorten, standen zwei ausgewiesene Fachreferenten mit einem großen Erfahrungsschatz in der Thematik zur Verfügung.

Die Teilnehmer der Workshops sollten, ähnlich einem Projektbeirat, in der gesamten Projektlaufzeit über die aktuellen Arbeitsschritte und Projektstände informiert und ihr spezifisches Know-How für eine erfolgreiche Umsetzung abgefragt werden.

4.1.3 Umsetzungsphase – Vorgehen nach dem Workshop

Die Aufgabe der Umsetzungsphase des Projektes bestand darin, die Akteure bei der Implementierung der vereinbarten Maßnahmen zu unterstützen. Die Projektbearbeiter waren Ansprechpartner bei Fragen und Problemen. Sie begleiteten die Umsetzung der Maßnahmen aber auch aktiv dahingehend, das zugesagte Vorgehen und Arbeitsstände zu kontrollieren und eine entsprechende Mitarbeit aktiv einzufordern.

Zur projektinternen Kommunikation des konkreten Arbeitsstands, zur Analyse den vergangenen Verlauf sowie offenen Diskussion von Problemen und Fragen diente ein zweites Projekttreffen nach ca. drei Monaten.

Nach erfolgreicher Implementierung der Maßnahmen, d.h. bei Gewährleistung eines lokalen organisatorischen Rahmens für ein Carsharing sowie eine absehbare Nutzung von privaten und gewerblichen Kunden, sollte in enger Abstimmung mit der beteiligten CSO der Start des Carsharing vollzogen werden.

4.2 Modellkommune Gotha

4.2.1 Kurzvorstellung der Stadt

Die ehemalige Residenzstadt Gotha ist eine Mittelstadt in Thüringen in unmittelbarer Nähe zur Landeshauptstadt Erfurt. Die Kreisstadt Gotha ist als Mittelzentrum ein wichtiger Wirtschafts- und Verkehrsknotenpunkt für den gleichnamigen Landkreis. Nachdem sie, wie viele vergleichbare ostdeutsche Städte, in den 1990er und frühen 2000er Jahren v.a. durch Abwanderung in die umliegenden Gemeinden und andere Bundesländer geprägt wurde, wird die Abwanderung mittlerweile durch

Gotha im Überblick

- Einwohner: 44.325 (Stand 31.12.2013)
- Durchschnittsalter: 46,5 Jahre (Stand 31.12.2012)
- EW/Km²: 638
- Autos/1000 EW: 468 (Stand 2011)
- ÖPNV: 4 Straßenbahnlinien und 6 Buslinien im Stadtgebiet

Quelle: Stadt Gotha

Zuzüge aufgefangen. Jedoch sinkt die Einwohnerzahl weiterhin aufgrund der zu geringen Geburtenrate. Die Stadtverwaltung bemüht sich diesem Umstand zu begegnen, indem sie die Attraktivität innerstädtischer Lagen als Wohngebiete für junge Familien zu steigern versucht.

Gotha ist auf das Oberzentrum Erfurt ausgerichtet, wie hohe Pendlerströme belegen (gemessen an der Einwohneranzahl Gothas gibt es ca. 17% Ein- oder Auspendler). Sowohl der Pendleranteil als auch der Autobesitz wachsen in Gotha seit mehreren Jahren kontinuierlich. Mit durchschnittlich 468 PKW pro 1000 Einwohner befindet sich Gotha bereits im oberen Bereich für städtische Räume, ein Indiz für Gothas Übergang zum ländlichen Raum.

Das Öffentliche Verkehrsangebot in Gotha ist für eine Stadt dieser Größe mit Straßenbahn und Bussen sowie einem Bahnhof sowie Haltepunkt der Bahn sehr gut, das auch mit steigender Tendenz genutzt wird. Dagegen hat der Radverkehr im aktuellen Verkehrsmix kaum Bedeutung, was einerseits der Topographie, andererseits der unzureichenden Infrastruktur geschuldet ist.

Dennoch hat die Stadtverwaltung den Wille, durch die Schaffung bzw. Unterstützung zeitgemäßer, nachhaltiger Mobilitätsangebote, wie bspw. Carsharing, weitere Element zu schaffen, um den Einwohnern einen zusätzlichen Nutzen und Mehrwert zu bieten und die Stadt damit insgesamt attraktiver zu machen.

Abbildung 2: Blick auf Gera von Schloss Friedenstein

Quelle: eigenes Bild

4.2.2 Akteurskonstellation vor Ort

Interesse am Aufbau eines Carsharing in Gotha hatten sowohl die Bürgerschaft als auch lokalpolitische Kreise. So wohnen einige Carsharing nutzende Personen in Gotha, die bislang andernorts auf die Angebote zurückgriffen und die zur Vereinfachung ihrer eigenen Situation nach einem Angebot in ihrem Wohnort verlangten. Zudem war es ein Ziel des Orts- und Kreisverbands Gotha von Bündnis 90 / Die Grünen, mit Carsharing einen Baustein für eine umweltfreundlichere Verkehrspolitik in Gotha zu entwickeln.

Von Beginn an lag eine hohe Priorität auf der Einbindung möglichst vieler Akteursgruppen in Gotha. Sowohl die Stadt- als auch die Landkreisverwaltungen erhielten von Stadtrat bzw. Kreistag den Auftrag, eine Förderung bzw. Nutzung von Carsharing zu prüfen. Aus diesem Grund wurden beide Verwaltungen frühzeitig in das Projektvorhaben eingebunden. Hierfür wurden neben je einem zentralen Ansprechpartner in beiden Verwaltungen die relevanten Fachbereiche im Weiteren mit einbezogen.

Für eine Mitarbeit im Projekt wurden zudem folgende Akteure angefragt:

- Bürgerschaft
- Lokale Agenda 21 Gotha
- Thüringer Straßen- und Wald- und Straßenbahn GmbH
- Regionale Verkehrsgemeinschaft Gotha GmbH
- Verkehrsverbund Mittelthüringen GmbH (VMT)
- IHK Erfurt RSC Gotha
- Gewerbeverein Gotha
- Wohnungsbaugenossenschaft Gotha GmbH
- Baugesellschaft Gotha GmbH
- Verband Thüringer Wohnungs- und Immobilienwirtschaft e.V. (VTW)
- Kultourstadt Gotha GmbH
- Evangelische Kirche mit unterschiedlichen Ämtern/Gemeinden in Gotha
- Diakonie Gotha
- Katholisches Pfarramt Gotha
- Caritas Gotha
- lebensart e.V. im Mehrgenerationenhaus Gotha
- ADFC Ortsgruppe Gotha
- regionale CSO teilAuto

Frühzeitig wurde ein Vorteil erkennbar, den eine Mittelstadt bietet: die Mehrheit der Akteure kennt sich untereinander, sodass über teils informelle Netzwerke leicht Kontakte geknüpft werden konnten. Es wurde aber auch deutlich, dass es Vorbehalte zwischen einigen der Akteure untereinander gab, die zu Schwierigkeit bei der benötigten Zusammenarbeit führten.

Insgesamt konnte, abseits der Initiatoren, allerdings nur ein verhaltenes Interesse an der konkreten Unterstützung eines Carsharing-Projektes festgestellt werden, was vermutlich zum größten Teil an fehlendem Wissen zu Carsharing lag.

4.2.3 Konzeptionsphase

Kontakt, Informationsgespräche

Im September und Oktober 2014 wurden insgesamt 22 Akteure angeschrieben und angerufen, um für die Unterstützung des Carsharing-Projektes in Gotha zu werben und zum Workshop einzuladen. Insgesamt gab es 16 Rückmeldungen, die auf ein Interesse am Projekt schließen ließen, nur fünf Ak-

teure zeigten direktes Desinteresse bzw. meldeten sich nicht zurück. Im weiteren Verlauf wurden im November und Dezember 2014 insgesamt 18 Informationsvorgespräche geführt.

Workshop-Durchführung

Der Projektworkshop fand am 10.12.2014 von 13 bis 17 Uhr im Bürgersaal des Rathauses der Stadt Gotha statt. Er wurde im lokalen Amtsblatt sowie über eine Pressemitteilung angekündigt. Von den 15 interessierten Akteursgruppen nahmen Vertreter von zehn Akteuren teil.[36] Insbesondere die Teilnahme der überregionalen Akteure VMT und VTW hatte für die landesweite Ausstrahlung des Projektes große Bedeutung. Dem gegenüber zeichnete sich ab, dass das Fehlen der Bürgerschaft bzw. der lokalen Vereine ein Problem darstellt, da diese für die Organisationsstruktur eine besondere Rolle spielen.

Nach der Vorstellungsrunde und den beiden Fachvorträgen wurde in der intensiv geführten Diskussion zum Bedarf eines Carsharing in Gotha ein insgesamt eher zurückhaltendes Meinungsbild festgestellt. Obwohl sich die Teilnehmer grundsätzlich über dessen Vorteile einig waren, gingen die Aussagen zum Nutzungspotential deutlich auseinander. Es spielten dabei die Stadtgröße, die Bevölkerungsstruktur, die damit verbundene individuelle Bedeutung des eigenen Autos für den Einzelnen sowie die Stadtstruktur eine Rolle. Aber auch Ängste und aufgrund fehlender Erfahrungen die Annahme von negativen Folgen für das eigene Geschäft waren Gründe dafür, dass sich die Teilnehmer auf ein eher geringeres Nutzungspotential festlegten. Einig war man sich, dass eine komplementäre Nutzung von geschäftlichen und privaten Nutzern angestrebt werden sollte.

Letztendlich kamen die Teilnehmer überein, dass ein Startangebot mit zwei Fahrzeugen für sinnvoll erachtet wird. Aufgrund der idealen Verknüpfung mit dem ÖPNV und der Tatsache, dass sich beide Kommunalverwaltungen eine Ankernutzung des Angebots vorstellen konnten, sahen die Workshopteilnehmer übereinstimmend im Bereich des Neuen Rathauses bzw. der Bürgeraue zwei ideale Standorte, die einen guten Nutzungskompromiss ermöglichen.

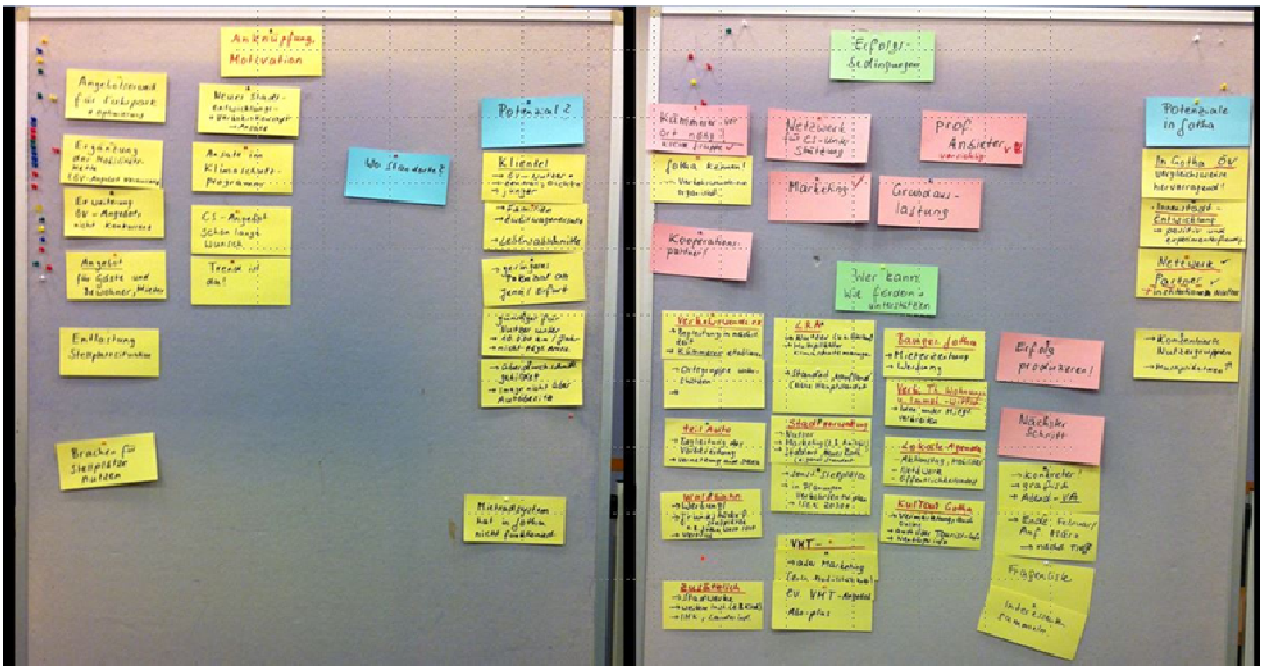
Im sich anschließenden dritten Abschnitt sagten die Teilnehmer ihre Unterstützung v.a. im Bereich des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit zu. Die Vertreter der Thüringer Wald- und Straßenbahn konnten sich unterstützende Maßnahmen im Bereich Vertrieb bzw. durch die Bereitstellung eines Stellplatzes in Gotha West vorstellen. Beide Kommunalverwaltungen sagten zu, eine Nutzung konkret zu prüfen. Es wurde auch deutlich, dass große Erwartungen an die Rolle des Kümmerers sowie an die Ortsgruppe gelegt werden, da die CSO deutlich machte, keine personellen Kapazitäten für eine Aufbauarbeit bereitstellen zu können.

Neben den verbindlichen Unterstützungszusagen einigte man sich auch auf ein zweites Projekttreffen im März 2015. Die Durchführung des Workshops, dessen Ergebnisse sowie die weiteren Projektideen wurden in einer Pressemitteilung sowie einem Artikel in der Lokalpresse sowie dem lokalen Amtsblatt publiziert.

Die teilnehmenden Akteure verstanden sich in Gotha als informelles Netzwerk, das in weiteren Sitzungen als Projektbeirat den Fortlauf der angeschobenen Carsharing-Projekte auch über das eigentliche Projektvorhaben hinaus begleiten sollte.

36 Teilnehmerliste des Workshops in Gotha in Anhang 2 - Teilnehmerliste der Projektworkshop

Abbildung 3: Ergebnisse des Workshops in Gotha an den Pinnwänden



Quelle: eigenes Foto

4.2.4 Umsetzungsphase

Eine positive Grundstimmung am Ende des Workshops wurde in die Umsetzungsphase übertragen. Gemeinsam mit der Stadtverwaltung Gotha wurde die Verfügbarkeit von Stellplätzen geprüft. Neben kommunalen Flächen lagen auch private Parkplatzflächen in den benannten Bereichen. Im Bereich des Neuen Rathauses bot die Stadtverwaltung auf einer eigenen Fläche einen Stellplatz an.

Im Bereich der Bürgeraue konnte bis kurz vor Projektende kein zugänglicher Stellplatz gefunden werden, da entweder keine freien Parkflächen vorhanden waren oder es aber bauliche Hindernisse in Form von Schranken gab, die die Nutzung eines Stellplatzes für Carsharing verhinderten. Die Stadtverwaltung Gotha stellte letztlich in Kooperation mit der Stadt-Bad GmbH nach intensiver Suche und nach vielen Gesprächen die Nutzung eines Stellplatzes auf dem Parkplatz des kommunalen Stadtbads zur Verfügung.

Frühzeitig wurde mit der CSO über Vertragsangebote für beide Kommunalverwaltungen gesprochen, die die Bedürfnisse beider Vertragspartner ausreichend berücksichtigen. Die Angebote lagen sowohl Stadt- als auch Landkreisverwaltung vor. Grundsätzlich stimmten beide Verwaltungen den Konditionen und Modalitäten zu.

Die Baugesellschaft Gotha setzte Ihre Zusage um und veröffentlichte einen informativen Artikel über Carsharing und das geplante Gothaer Angebot in ihrer Mitgliederzeitschrift, um Nutzerinteresse zu wecken.

Mit dem lebensart e.V. wurde eine Projektidee diskutiert, bei der sich der Verein in einem Gothaer Carsharing engagieren kann. Danach könnten sich die Freiwilligen des Vereins (Teilnehmer des Freiwilligen Sozialen Jahres, Teilnehmer am Bundesfreiwilligendienst) im Bereich der Nutzerberatung bzw. -anmeldung aktiv einbringen. Vorteil für das Carsharing wäre dabei, das es eine zentral gelegene Anlaufstelle gibt.

Beim zweiten Projekttreffen am 26.3.2015 im Mehrgenerationenhaus Gotha diskutierten die anwesenden Akteure der Stadtverwaltung, der Ortsgruppe, des VMT, der Waldbahn sowie der Kultourstadt

und des ADFC die erkannten Probleme im Bereich der Stellplatzbereitstellung und einer angemessenen Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld des eigentlichen Starts eines Carsharing-Angebots. Die Teilnehmer einigten sich auf die Idee einer Postkarte, die über eine Gothaer Monatszeitung an alle Haushalte verteilt und mit einem Artikel in der Zeitung verbunden werden sollte. Die Aktion erschien aufgrund der überschaubaren Kosten und der Möglichkeit, alle Haushalte zu erreichen, als geeignet. Sie sollte durch Poster, die in der Gothaer Straßenbahn ausgehängt werden, flankiert werden.

Carsharing konnte als fördernswertes Angebot gleichfalls in den, in Fortschreibung befindlichen Verkehrsentwicklungsplan Gothas aufgenommen werden. Der bei Projektende noch nicht verabschiedete Plan soll konkrete Maßnahmen und Vorschläge benennen, wie die Stadtverwaltung sowie weitere lokale Akteure Carsharing fördern können.

Es ist wohl auch der Tatsache geschuldet, dass beide Modellkommunen im VMT organisiert sind, dass sich der Verkehrsverbund erneut intensiv mit den Möglichkeiten einer tariflichen Verbindung von ÖPNV und Carsharing beschäftigt. Hierzu gab es im Juni 2015 Gespräche mit der CSO *teilAuto* sowie dem Verkehrswende in Kleinen Städten e.V., die eine zeitnahe Lösung in Aussicht stellten.

4.2.5 Lokale Öffentlichkeitsarbeit

Die Gothaer Öffentlichkeit wurde im Verlauf der Projektarbeit mehrfach über das Projekt und den Projektverlauf informiert. Neben einer öffentlichen Informationsveranstaltung Mitte September 2014 im Gothaer Mehrgenerationenhaus wurde der Projektworkshop in den lokalen Print- und Online-Medien angekündigt. Im Anschluss an den Workshop veröffentlichte eine Gothaer Tageszeitung einen umfangreichen Artikel zu Carsharing und über den *engagiert-mobil*-Projektansatz.

In der Umsetzungsphase betreuten Mitglieder der Ortsgruppe einen Informationsstand beim Gothardusfest, dem größten Stadtfest Gothas. Weitere Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit wurden für den Zeitraum der Markteinführung geplant. So erfolgte eine Presseeinladung zum Angebotsstart, der neben lokalen und regionalen Tageszeitungen auch das Regionalfernsehen folgten und einen landesweit ausgestrahlten Bericht erstellten.

4.2.6 Ergebnisse und Ausblick

Die Implementierung und Umsetzung des Ansatzes des kooperativen Engagements war in Gotha ein Erfolg. Durch die Verbesserung des Wissensstands bei einer großen Bandbreite lokaler Akteure konnten diese für die notwendigen Rahmenbedingungen eines erfolgreichen stationsgebundenen Carsharing sensibilisiert und ihre vorhandenen Vorbehalte gegenüber Carsharing teilweise abgebaut werden. Aufgrund der guten Öffentlichkeitsarbeit in Gotha meldete sich bereits im Laufe der Konzeptions- und Umsetzungsphasen eine nennenswerte Anzahl von Nutzungsinteressenten.

Das Ziel, bis Mitte 2015 ein Carsharing in Gotha zu starten, konnte aufgrund der späten Zusage, im Bereich der Bürgeraue einen Stellplatz nutzen zu können mit leichten Verzögerungen erreicht werden. Die Vorbereitung der Stationen, der Flotte sowie der begleitenden Öffentlichkeitsarbeit erlaubten einen Start des Carsharing in Gotha am 10. September 2015. Der feierlichen Eröffnung in Beisein des Gothaer Bürgermeisters sowie der Lokal- und Regionalpresse wohnten eine Vielzahl der Akteure bei, die die gesamte Planungs- und Umsetzungsphase hindurch das Projekt begleitet haben.

Zusätzliche positive Ergebnisse der Arbeit in der Modellkommune Gotha stellen die Einbeziehung von Carsharing in den Verkehrsentwicklungsplan sowie die fortgeschrittenen Gespräche mit dem VMT über die Einbeziehung von Carsharing in ÖPNV-Abo-Produkte dar.

Abbildung 4: Eröffnung des Gothaer Carsharing-Angebots am 10.09.2015

Quelle: eigenes Foto

4.3 Modellkommune Gera

4.3.1 Kurzvorstellung der Stadt

Gera ist eine mittelgroße kreisfreie Stadt im Osten Thüringens, angrenzend an den Landkreis Altenburg und den Vogtlandkreis. Gera war viele Jahre die zweitgrößte Stadt im Thüringer Raum und ist es flächenmäßig noch immer. Die Stadt verlor allerdings von 1990 bis 2014 etwa 30.000 Einwohner oder etwa 20 % der Bevölkerung, mit weitreichenden Folgen für die Stadtentwicklung.

Gera im Überblick

- Einwohner: 94.977 (Stand 31.12.2013)
- Durchschnittsalter: 47,5 Jahre (Stand 31.12.2013)
- EW/Km²: 625
- Autos/1000 EW: 439 (Stand 2011)
- ÖPNV: 3 Straßenbahnlinien und 20 Buslinien im Stadtgebiet

Quelle: Stadt Gera, Geraer Verkehrsbetriebe

Gera liegt verkehrsgünstig und in der Nähe der Großstädte Jena, Leipzig und Chemnitz. Die aus dieser Lage entstandenen Wechselbeziehungen beeinflussen schon seit Jahrhunderten die früher dynamischen, heute eher lähmenden Entwicklungen der Stadt. So orientierte sich Gera aufgrund der Entscheidung für Jena als Universitätsstandort stärker zu Bergbau, Industrie und Handwerk.

Die Auswirkungen dieser vergleichsweise einseitigen Entwicklung zeigten sich besonders in den vergangenen zwei Jahrzehnten in der soziodemographischen Entwicklung der Stadt. Denn mit Zusammenbruch der Industrie nach 1990 war es v.a. die Bevölkerungsgruppe der 20-30 Jährigen, die abwanderte. In Verbindung mit der mittlerweile verstärkt sichtbar werdenden Überalterung ergeben sich im Bereich der Stadtentwicklung zentrale Fragestellungen, denen sich die Stadtverwaltung stellen muss. Darüber hinaus ist Gera aktuell durch große Haushaltsprobleme gekennzeichnet, die notwendige Maßnahmen für eine zukunftsfähige Stadt- und Verkehrsentwicklung erschweren.

Abbildung 5: Blick von Gera-Untermhaus auf Gera und Teile des ehemaligen Buga-Geländes

Quelle: www.wikipedia.de

Das Öffentliche Verkehrsangebot in Gera ist sehr gut. Neben einem vorbildlich und kundenfreundlich ausgebauten ÖPNV-System mit Straßenbahn und Bussen umfasst es auch sechs Bahnhöfe bzw. Haltepunkte der Bahn. Dennoch wird der PKW mehr genutzt als in den anderen Thüringer Städten. So sind es in Gera 48,6 % der täglichen Wege, für die die Einwohner einen PKW nutzen, während es in Erfurt und Jena nur 39,6 bzw. 34,2 % sind. Das spiegelt auch der PKW Besitz pro 1000 Einwohner wider, der mit 453 für städtische Räume vergleichsweise hoch ist, wie der Vergleich mit Erfurt (433) und Jena (401) belegt. Der Anteil des Radverkehrs am Modal Split ist dagegen bislang vergleichsweise gering.

Aus der Kombination von Innovationsdruck, gutem ÖPNV-Angebot und ausreichend zentralen Einkaufsmöglichkeiten erscheinen die Chancen für ein Gelingen von Carsharing gegeben. Jedoch stellt es eine besondere Herausforderung dar, die Einwohner Geras für die Idee zu gewinnen, da eine bislang typische Nutzergruppe von Carsharing, wie oben angedeutet, nicht besonders stark vertreten zu sein scheint.

4.3.2 Akteurskonstellation vor Ort

Die hauptsächlichen Initiatoren des Interesses an einem Carsharing-Angebot in Gera sind Mitglieder des Grünen Haus Gera e.V., dem lokalen Umweltschutzverein, und der Ortsgruppe Gera des VCD Landesverbands Elbe-Saale. Sie haben seit Mitte der 1990er Jahre mehrere Anläufe unternommen, Carsharing nach Gera zu bringen. Da in der Vergangenheit das Interesse in relevanten Akteursgruppen in Gera fehlte und die notwendige Zeit zum eigenen Aufbau eines Angebots die ehrenamtlichen Ressourcen der Vereine überforderte, wurden erste Schritte bislang nicht weiter verfolgt. Durch Kontakt mit dem Verkehrswende in Kleinen Städten e.V. erneuerte sich das Interesse. Dieses wurde auch durch Personen verstärkt, die bislang auf Carsharing in anderen Städten (bspw. im nahegelegenen Jena) zurückgreifen und die nun das Bedürfnis haben, ein lokales Angebot zu nutzen.

Obwohl es bislang keinen kommunalpolitischen Auftrag an die Verwaltung gab, Carsharing zu fördern, hatte die Stadtverwaltung aus unterschiedlichen Gründen daran Interesse, das Projekt zu unterstützen. Zum einen sah der Fachdienst Umwelt darin eine Möglichkeit, Maßnahmen im Bereich des Klima-, Umwelt- und Lärmschutzes umsetzen zu können, v.a. in Hinblick auf kritische Feinstaub-

Messwerte. Aufgrund der angespannten Haushaltssituation der Stadt Gera wurde darüber hinaus in der Nutzung eines Carsharing-Angebots die Möglichkeit gesehen, im Bereich des Fuhrparks spürbare Einsparungen zu erzielen. Aus diesen Gründen nahm die Stadtverwaltung Gera als Modellkommune am Projekt teil. Hierfür wurden neben einem zentralen Ansprechpartner im Weiteren relevante Fachbereiche einbezogen.

Für eine Mitarbeit im Projekt wurden zudem folgende Akteure angefragt:

- Lokale Agenda 21 Gera
- Geraer Verkehrsbetriebe GmbH
- Verkehrsverbund Mittelthüringen GmbH (VMT)
- IHK Ostthüringen Gera
- Gera Tourismus e.V.
- GWB "Elstertal", Geraer Wohnungsbaugesellschaft mbH
- WG Aufbau
- Verband Thüringer Wohnungs- und Immobilienwirtschaft e.V. (VTW)
- Ev.-Luth. Kirchenkreis Gera - Superintendentur Gera
- Katholische Pfarrgemeinde Gera
- Diakonie Ostthüringen gGmbH
- Caritasverband für Ostthüringen e.V.
- Grünes Haus Gera e.V.
- VCD Elbe-Saale e.V., OG Gera
- ADFC Ostthüringen, OG Gera
- regionale CSO teilAuto

Das Interesse in der Bevölkerung Geras schien deutlich verhaltener zu sein, als dass es eine Stadt dieser Größe erwarten ließ. Ein Grund hierfür war sicherlich die ortsspezifische, v.a. durch den früheren Uranbergbau geprägte Bevölkerungsstruktur sowie eine fehlende akademische Infrastruktur, die in vergleichbar großen Städten in der Region wie z.B. Jena wichtige Treiber für die Nachfrage und Nutzung von Carsharing sind. Doch auch bei relevanten Akteursgruppen war nur verhaltenes Interesse an der Carsharing-Initiative zu erkennen. Auch in Gera lag das zum Einen an dem fehlenden Wissen zu Carsharing, zum Anderen aber auch an der angespannten finanziellen Situation der Stadt Gera, die ein gewisses innovationsbremsendes Klima in der Stadt erzeugte.

4.3.3 Konzeptionsphase

Kontakt, Informationsgespräche

Im September und Oktober 2014 wurden insgesamt 18 Akteure angeschrieben und angerufen, um für die Unterstützung des Carsharing-Projektes in Gera zu werben und zum Workshop einzuladen. Insgesamt gab es zehn Rückmeldungen, die auf ein Interesse am Projekt schließen ließen, acht Akteure zeigten direktes Desinteresse bzw. meldeten sich nicht zurück. Im Weiteren Verlauf wurden im November 2014 insgesamt zehn Informationsvorgespräche geführt.

Workshop-Durchführung

Der Projektworkshop fand am 02.12.2014 von 13 bis 17 Uhr im Barocksaal des Naturkundemuseums der Stadt Gera statt. Der Workshop wurde im lokalen Amtsblatt sowie über eine Pressemitteilung angekündigt. Den Stellenwert des Projektes in der Stadtverwaltung spiegelte die Tatsache wider, dass Vertreter von fünf wesentlichen Fachdiensten teilnahmen. Zudem stellte die Teilnahme von zwei, lokal gut verwurzelten und vernetzten Vereinen des Umwelt- und Verkehrsbereichs eine Bereicherung für den Diskussionsverlauf dar. Dem gegenüber zeichnete sich ab, dass das Fehlen der Akteure

des ÖPNV und der Wohnungswirtschaft die Diskussion konkreter Kooperationsmöglichkeiten behindern würde.[37]

Nach der ausführlichen Vorstellungsrunde sowie den beiden Fachvorträgen wurde bereits intensiv über den Bedarf eines Carsharing in Gera diskutiert. Insgesamt war ein übereinstimmendes Meinungsbild festzustellen, dass die Stadt einen Bedarf für diese Dienstleistung hat, auch wenn über die Geraer Bevölkerungsstruktur als hemmenden Faktor weitgehend Einigkeit herrschte. Unstimmigkeiten entstanden bei den Fragen nach der räumlichen Zuordnung des Bedarfs und damit der Frage, wo mögliche Standorte einzurichten seien. Denn neben den Stadtvierteln, in denen aufgrund baulicher und soziodemographischer Struktur am ehesten eine Nachfrage nach Carsharing vermutet werden kann, kamen sozial- und verkehrspolitische Bedenken auf, ein solches Angebot auch in Großwohnsiedlungen zu etablieren. Sehr erfreulich war die Tatsache, dass alle Beteiligten die positiven Wirkungen eines Carsharing auf den ÖPNV betonten und als wesentlichen Erfolgsfaktor betrachteten.

Die Teilnehmer stimmten überein, dass der Umfang eines Startangebots und die räumliche Verteilung der Fahrzeuge insbesondere vom Bedarf des potentiellen Ankerkunden Stadtverwaltung Gera abhängt. Für diesen Akteur waren zwei Standorte von Interesse – das Rathaus/Kornmarkt sowie die Amthorstraße. Unabhängig davon war man sich abschließend einig, dass v.a. in den Stadtteilen Untermhaus und Debschwitz sowie am Hauptbahnhof eine hohe Nachfrage nach Carsharing bestehen müsste.

Im sich anschließenden dritten Abschnitt sagten die Teilnehmer v.a. im Bereich des Marketings und Öffentlichkeitsarbeit ihre Unterstützung zu. Die Vereine und Verbände nahmen sich vor, die Möglichkeiten von Kooperationen mit lokalen Wohnungsunternehmen zu prüfen. Zudem erklärten sie sich bereit, die Strukturen der lokalen Ortsgruppe aufzubauen und die wesentlichen Aufgaben vor Ort zu übernehmen. Die Kommunalverwaltung sagte zu, eine Nutzung intern konkret zu prüfen, indem der eigene Fuhrpark analysiert und ein detaillierter Kostenvergleich angestrengt werden sollte.

Abbildung 6: Ergebnisse des Workshops in Gera an den Pinnwänden

Quelle: eigene Fotos

37 Teilnehmerliste des Workshops in Gera in Anhang 2 - Teilnehmerliste der Projektworkshop

Neben den verbindlichen Unterstützungszusagen einigte man sich auch auf ein zweites Projekttreffen im März 2015. Die Durchführung des Workshops, dessen Ergebnisse sowie die weiteren Projektideen wurden in einer Pressemitteilung sowie einem Artikel in der Lokalpresse sowie dem lokalen Amtsblatt veröffentlicht.

4.3.4 Umsetzungsphase

Die äußerst positive Stimmung des Projekt-Workshops konnte nur ansatzweise in die Umsetzungsphase übertragen werden, wofür mehrere Gründe ausschlaggebend waren. Zum einen zeigte sich, dass der projektunabhängige Markteintritt eines Carsharing-Anbieters in Gera eine anfangs hemmende Wirkung auf einige Akteure hatte und bei Teilen der lokalen Organisationsstruktur Bedenken auslöste, ob es in Gera ausreichend Nachfrage für mehrere Angebote gemeinschaftlicher Autonutzung gibt. Bei einem Infoabend diskutierten am 28.1.2015 Vertreter des Anbieters mit Vertretern der Kommunalverwaltung, lokaler Vereine und interessierten Bürgern. Auch nach dieser Veranstaltung war für den weiteren Projektverlauf zunächst unklar, ob die Geraer Kooperationspartner Ihre zugesagte Mitarbeit fortsetzen würden. Doch aufgrund des scheinbar fehlenden Interesses des Anbieters, sich lokal stärker zu engagieren, machten sie klar deutlich, den Aufbau ein stationsgebundenen Carsharing im Rahmen des Projektes weiter unterstützen und auch nach Projektende weiter begleiten zu wollen.

Ein zweiter Grund war, dass die Stadtverwaltung Gera trotz eines verbindlichen Preisangebots der CSO keine verbindlichen Aussagen zum Nutzungsumfang des Carsharing-Angebots treffen konnte. Gründe hierfür waren v.a. organisatorische Probleme die im Zuge der Neuorganisation des kommunalen Fuhrparks entstanden sowie vergaberechtliche Bedenken. Da dem Ankerkunden Stadtverwaltung jedoch im Projekt selbst eine tragende Rolle zur Nutzung des Startangebots zukommen sollte, konnten weiterführende Planungsschritte mit Bezug auf Stellplätze und Fahrzeuge vorerst nicht getroffen werden.

Darüber hinaus konnten aufgrund der Insolvenz der Geraer Verkehrsbetriebe sowie dem fehlenden Interesse in der lokalen Wohnungswirtschaft noch keine Kooperationsvereinbarungen getroffen werden, die eine nennenswerte Anzahl von Nutzungsinteressenten hätte erreichen können. Die Bemühungen der lokalen Organisationsstruktur, Interessenten und potentielle Nutzer im weiteren persönlichen Umfeld zu finden, hatten zu Beginn keinen überzeugenden Erfolg.

Aufgrund der langen Unsicherheiten wurden vorerst keine konkreten Schritte zur Planung und Umsetzung des Startangebots vollzogen. Erst das zweite Projekttreffen am 15.4.2015 im Evangelisch-Lutherischen Gemeindehaus Gera machte deutlich, dass seitens der Geraer Akteure grundsätzlich das Interesse an einem stationsgebundenen Carsharing fortbestand. Die Stadtverwaltung stellte weiterhin eine Nutzung in Aussicht, machte diese jedoch von einem Interessenbekundungsverfahren abhängig. Zusammenfassend stimmten alle Akteuren der Entscheidung zu, den bisherigen Zeitplan, der einen Angebotsstart Mitte 2015 vorsah, zu ändern und ein Startangebot in Ruhe bis ins kommende Jahr vorzubereiten.

4.3.5 Lokale Öffentlichkeitsarbeit

Die Geraer Öffentlichkeit wurde im Verlauf der Projektarbeit mehrfach über das Projekt und den Projektverlauf informiert. Neben der Ankündigung des Projektworkshop in den lokalen Print- und Online-Medien veröffentlichte eine Geraer Wochenzeitung einen Artikel über *engagiert mobil*. Nach dem Informationsabend im Januar erschienen in der Folge noch zwei Artikel in einer Geraer Tageszeitung, die Carsharing in Gera allgemein sowie das Projekt *engagiert mobil* beleuchteten.

Im Mai und Juni nahmen Mitglieder der lokalen Organisationsstruktur mit einem Informationsstand sowohl am Geraer Hofwiesenfest sowie in der Geraer Innenstadt anlässlich des Weltumwelttags teil.

4.3.6 Ergebnisse und Ausblick

Aufgrund der schwierigeren Akteurskonstellationen sind die Ergebnisse in Gera nicht durchweg positiv zu bewerten. Der Wissensstand viele Geraer Akteure zu Carsharing wurde im Vorfeld des Workshops verbessert. Die anwesenden Akteure diskutierten im Rahmen des Workshops konstruktiv über die notwendigen Bedingung und die mögliche Ausgestaltung eines Carsharing in Gera. Es wurde damit in der Stadt ein Prozess in Gang gesetzt, über Mobilitätsalternativen zum eigenen Auto nachzudenken und Optionen zu schaffen. Dessen Umsetzung nimmt aber aufgrund der Rahmenbedingung der Stadt deutlich mehr Zeit in Anspruch, als sie ein Einjahresprojekt wie *engagiert mobil* bietet. Im Rahmen des Projektes wurde eine CSO dafür gewonnen, in Gera trotz der schwierigen Situation für den Fall ein stationsgebundenes Carsharing mit zu entwickeln, dass die notwendigen Rahmenbedingungen gegeben sind.

Deshalb ist die Teilnahme Geras als Modellkommune zur beispielhaften Implementierung und Umsetzung des Ansatzes des kooperativen Engagements zum Carsharing-Aufbau grundsätzlich als Erfolg zu bewerten. Dass das Ziel des Projektes, bis Mitte 2015 mit Hilfe des Projektansatzes ein stationsgebundenes Carsharing in Gera zu starten, nicht erreicht wurde, hat mehrere Gründe. So konnte mit den durchgeführten Aktionen noch keine ausreichende kritische Masse von Interessenten an einem Carsharing in Gera gefunden werden. Der Markeintritt eines ähnlichen Angebots im Zeitraum des Projektes wirkte insgesamt hinderlich, war aber letztendlich kein Kriterium, der zu einer Einstellung aller Bemühungen führte, ein stationsgebundenes Carsharing aufzubauen. Die Abhängigkeit des Angebotsstarts von einem Ankernutzer war ein wesentlicher Grund für die Verzögerungen, da dieser im Verlauf des Projektes bislang keine verbindliche Nutzungszusage gegeben hat.

Eine sehr positive Tatsache ist der von allen lokalen Akteuren ausgehende Optimismus, dass der Carsharing-Aufbau gelingt. Deshalb wurde mit der lokalen Organisationsstruktur ein längerfristiger Zeitplan vereinbart, um unabhängig von einem Ankerkunden weiter am Aufbau eines Carsharing-Angebots zu arbeiten. Hierfür wurde ein Zeitraum von mindestens einem weiteren Jahr gewählt, in dem die lokalen Organisationsstruktur zu unterschiedlichen Anlässen mehrere Informationsstände betreuen und gemeinsam mit dem Verkehrswende in Kleinen Städten e.V. an der Akquise der kritischen Nutzermasse arbeiten wird.

4.4 Überregionale Öffentlichkeitsarbeit

Zu Beginn und im Laufe der Projektarbeit lag der Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit auf der lokalen Ebene der Modellkommunen. Mit Ende des Projektes und ersten Ergebnissen und Erfahrungen des Projekts wurde auch Öffentlichkeitsarbeit auf überregionaler Ebene betrieben, über die Webseite und die Informationsbroschüre hinaus.

Durch Präsenz auf dem 20. Bundesweite Umwelt- und Verkehrs-Kongress (BUVKO) vom 13.-15.3.2015 in Erfurt sowie Teilnahme an der Jahrestagung des Bundesverbands Carsharing am 12./13.6.2015 in Tübingen konnten die Projektidee, der Ansatz und die Ziele von *engagiert mobil* mit umweltbewegten Verkehrsfachleuten sowie bestehenden Carsharing-Organisationen ausführlich diskutiert werden. Durch persönliche Kontakte wurde ein vergleichbarer Prozess in Eberswalde bereits angestoßen. Darüber hinaus wurde der kooperative Ansatz in unterschiedliche LEADER-Regionen hineingetragen, in denen innovative Mobilitätsangebot in Kleinstädten und im ländlichen Raum gefördert werden soll, so z.B. in der Ostlausitz, dem Vogtland sowie dem Leipziger Südraum. Auch mit dem Verkehrsverbund Rhein-Sieg sowie einem Oldenburger Umweltverein konnten erste Kontakte geknüpft werden.

In der weiteren Folge ist nach Abschluss der Arbeiten in den Modellkommunen die Herausgabe eines Handbuchs geplant, um lokale Akteure bei der Initiierung, dem Aufbau und der erfolgreichen Begleitung eines stationsgebundenen Carsharing zu unterstützen.

5 Schlussbetrachtung

Das Projekt *engagiert mobil* bedeutete für den Aufbau eines Carsharing-Angebots in einiger Hinsicht Neuland. Erstmals wurde ein methodischer Ansatz entwickelt und modellhaft angewendet, mit dem wesentliche lokale Akteure von Beginn an und umfassend in den Aufbau eines Carsharing-Angebots eingebunden wurden.

5.1 Vorgehen

Die erste Phase des Projektes hatte zum Inhalt, bestehende Carsharing-Initiativen zu beleuchten und Elemente herauszufiltern, die für die Entwicklung eines Carsharing-Beratungspakets von Interesse sein können. Diese Elemente wurden durch nützliche Bausteine anderer Regionalisierungsinitiativen und kooperative Ansätze der Regionalplanung ergänzt. Phase II erarbeitete den methodischen Rahmen des Projektes in Form des akteursbasierten allgemeinen Beratungspakets zum Aufbau und zur Unterstützung von Carsharing-Angeboten, das in Phase III in zwei Thüringer Mittelstädten modellhaft angewendet und teilweise umgesetzt wurde. Diese abschließende Phase IV reflektiert die wesentlichen Erkenntnisse sowie die daraus zu ziehenden Schlussfolgerungen und bietet eine kritische Reflexion des methodischen Ansatzes und der Arbeit in den Modellkommunen.

5.2 Erkenntnisse und Schlussfolgerungen

Carsharing ist in Klein- und Mittelstädten auch 25 Jahre nach Gründung der ersten CSO in Deutschland häufig eher ein Rand- denn ein Modethema. Grundsätzlich ist der Prozess des Carsharing-Aufbaus in einer kleineren Kommune auf ein ideelles Interesse einer CSO und v.a. auf Engagement vor Ort angewiesen. Aufgrund eines stark ausbaufähigen Informationsstands bei Entscheidungsträgern und Bewohnern gibt es neben Ignoranz und Vorbehalten auch Unsicherheiten und Ängste gegenüber Carsharing, die eine Unterstützung oder Förderung entsprechender Initiativen behindern.

Festzuhalten ist, dass neue oder bereits existierende Carsharing-Initiativen größere Chancen auf Erfolg beim Aufbau eines Angebots haben, wenn sie dabei von relevanten Akteuren unterstützt werden. Hierbei zeigte es sich von Vorteil, auf ein lokales Netzwerk zurückgreifen zu können, das bspw. bei einem Projektworkshop gebildet wird. Die Mitarbeit der Akteure im Netzwerk sowie deren Effektivität hängen sowohl von der fachlichen und sozialen Kompetenz und dem persönlichen Willen als auch davon ab, ob die Akteure den eigenen Vorteil bzw. Mehrwert ihres Engagements erkennen.

Die lokale Organisationsstruktur hat eine besondere Bedeutung, ist sie doch das Gesicht des Carsharing vor Ort. Es braucht Personen, die die Rolle eines **Kümmerers** einnehmen und das Scharnier zwischen CSO und Nutzern, Interessenten und sonstigen Akteuren bilden. Dies gilt nicht nur für die Umsetzungsphase sonder auch und v.a. für den späteren operativen Betrieb.

Speziell die Kommunalverwaltungen sind wichtige Ansprechpartner, gerade wenn es um die Unterstützung bei der Stellplatzsuche und der Ankernutzung geht. Denn auch wenn der Parkdruck in Klein- und Mittelstädten generell nicht so hoch einzuschätzen ist wie in Großstädten, so ist es doch ein wichtiges Zeichen, dass häufig in den Stadtbereichen mit einem hohen prognostizierten Nutzungspotential die wenigsten Stellplätze auf privaten Flächen zur Verfügung stehen. Doch fehlt es den Mitarbeitern der Kommunalverwaltungen häufig an eigenen Erfahrungen mit Carsharing. Daher weisen sie dieser Form gemeinschaftlicher Autonutzung nicht selten eine geringe Bedeutung zu, um als Baustein einen Beitrag zur Lösung der Verkehrs- und Parkprobleme leisten zu können.

In diesen Fällen ist es erfahrungsgemäß auch schwierig, öffentliche Stellplätze als Carsharing-Stationen nutzen zu können. Darin unterscheiden sich Klein- und Mittelstädte nicht von Großstädten. Daher erscheint es uns auch vor dem Hintergrund der dortigen Entwicklung von Carsharing wichtig, dass es eine gesetzlich eindeutige Regelung gibt, die es Kommunen ausdrücklich ermöglicht, Carsharing-Stellplätze im öffentlich gewidmeten Straßenraum auszuweisen.

Aufgrund der angespannten Situation vieler kommunaler Haushalte verfügen Kommunalverwaltungen in Klein- und Mittelstädten bereits nur über einen eigenen Rumpffuhrpark. Dienstliche Wege unternehmen die Mitarbeiter stattdessen häufig und zunehmend mit dem eigenen PKW. Für dessen Nutzung erhalten sie, den Dienstreiseverordnungen entsprechend, eine Kilometerpauschale, die aber nur in seltenen Fällen den tatsächlichen Gesamtkosten entspricht. Für die Verwaltung wiederum ist dieses Vorgehen günstiger als die Vorhaltung eigener Dienstwagen und häufig auch günstiger als Angebote von Carsharing-Organisationen.

Daher ist ein möglicher Weg, sowohl die Belange der Mitarbeiter zu berücksichtigen als auch solche, das Allgemeinwohl steigernde Angebote des stationsgebundenen Carsharing zu fördern, die entsprechenden Dienstreiseverordnungen zu ändern. Aufgrund vergleichbarer Regelungen kann diese Schlussfolgerung auch auf andere Verwaltungen, Unternehmen oder Vereine übertragen werden.

Ein akteursbasierter Ansatz erleichtert es zwar, die Arbeitsschritte im Zuge des Angebotsaufbaus umzusetzen. Doch zeigen die Erfahrungen und Ergebnisse der Modellkommunen auch, dass der Aufbau eines Carsharing-Projektes in einer Klein- und Mittelstadt trotz dieses Ansatzes kein Selbstläufer und mit teils erheblichen Problemen verbunden ist.

5.3 Kritische Reflexion

5.3.1 Methodischer Ansatz

Ausgangspunkt für die Entwicklung des akteursbasierten Ansatzes war die Tatsache, dass in Klein- und Mittelstädten v.a. in den Planungs- und Anfangsphase eines Carsharing die Schwierigkeit besteht, eine notwendige kritische Masse für die Nutzung zu erreichen. Die Einbindung einer Vielzahl von Akteuren in den Aufbau eines Carsharing sollte es durch vielfältige Maßnahmen erleichtern, möglichst viele Interessenten bzw. potentielle Nutzer zu erreichen.

Grundsätzlich kann dieser Ansatz auch erfolgreich sein, wie die Erfahrungen in den Modellkommunen im Vergleich mit früheren Bemühungen zeigen. Ein großer Vorteil besteht ersten darin, dass durch Einbindung breiter kommunalgesellschaftlicher Schichten die Wahrnehmung und damit auch die Bedeutung des Themas Carsharing steigt und es somit langfristig in der Kommune verankert werden kann. Zudem können vielfältige Netzwerke und Informationskanäle genutzt werden, um potentielle Carsharing-Nutzer zu informieren.

Es ist wichtig, den Akteuren positiv zu vermitteln, dass sie nicht aus purem Idealismus ein solches Projekt unterstützen sollen, sondern dass sie durch ein Carsharing selbst Vorteile bei der Erfüllung ihrer Aufgaben und Erreichung von Zielen haben können. So sind wichtige mit Carsharing verbundene Effekte, wie etwa die Verringerung des Parkplatzdrucks, ein geringerer Parkplatzsuchverkehr und damit verringerte Emissionen ebenso in Klein- und Mittelstädten gültig, auch wenn sie wie die Stärkung des Einzelhandels sowie des ÖPNV weniger intensiv und v.a. erst langfristig deutlich erkennbar werden.

Es ist bei der aktuell gesamtgesellschaftlichen Bedeutung von Carsharing wichtig, die **richtigen** Personen anzusprechen, die aufgrund ihrer Position, ihrer fachlichen und sozialen Kompetenz und idealerweise aufgrund persönlichen Interesses ein Carsharing unterstützen wollen und können. So wurde das tatsächliche Interesse der Akteursgruppen am Aufbau eines Carsharing in den Modellkommunen überschätzt. Viele der Akteure erkannten bislang kaum die Bedeutung bzw. die Notwendigkeit einer Mitarbeit, auch nicht nach ausführlichen Informationsgesprächen. Dadurch konnten sich bei den Akteuren Verhaltensmuster entwickeln, die durch Abwarten auf das Engagement eines anderen Akteurs geprägt waren und den gesamten Prozess lähmten.

Sicherlich spielt der persönliche Lebensstil der Akteure eine Rolle, ob sich jemand mehr oder weniger für Carsharing einsetzt. Sofern er autozentriert ist fehlt oft einfach die Vorstellungskraft, den Alltag

auch ohne eigenes Auto bewältigen zu können. Daneben bremst die Tatsache das Engagement einiger potentieller Freiwilliger, dass Carsharing aufgrund der Entwicklungen in den Großstädten letztendlich nur als gewerblicher Betrieb angesehen wird.

Es wurde auch deutlich, dass besonders bei Akteursgruppen, die sich normalerweise weniger mit Mobilität und Verkehr beschäftigen, die angebotene Informationstiefe und der angebotene Informationsumfang nicht ausreichten, um ein ausreichendes Interesse an einer Unterstützung von Carsharing zu wecken. Gerade im Bereich der Wohnungswirtschaft, bei kirchlichen Institutionen und im lokalen Gewerbe hängte oft noch sehr viel vom persönlichen Interesse eines Entscheidungsträgers ab, ob und wie weit er sich für Carsharing engagiert. Hier sollten auf überregionaler oder bundesweiter Verbandsebene die vorhandenen Ansätze des BCS konsequent weitergeführt und eine konstruktive Informationskampagne entwickelt werden, auf die spezifische lokale Informationsangebote aufbauen können, um die Akteure vor Ort „mitzunehmen".

In den Kommunalverwaltungen wiederum zeigte sich eine Diskrepanz zwischen grundlegendem Willen und letztendlich verwaltungsinternem Handeln im Detail. Insofern scheint es wichtig, in den Verwaltungen über die Entscheidungsträgerebene hinaus auch die Sachbearbeiterebene einbeziehen zu können, um ggf. kreative Lösungsansätze bei Problemen (Stellplätze, Nutzung) zu finden.

5.3.2 Praktisches Vorgehen in den Modellkommunen

Grundsätzlich glichen sich die Vorgehensweisen in beiden Modellkommunen. Aufgrund der lokalen Situationen und Strukturen und unterschiedlicher Akteurskonstellationen unterschieden sich die einzelnen Arbeitsschritte jedoch.

Modellkommune Gotha

Der Zeit- und Arbeitsplan für den Aufbau eines Carsharing-Angebotes in Gotha war sowohl für die Konzeptions- als auch die Umsetzungsphase realistisch. Vorbereitung und Durchführung des Workshops verliefen im Zeitplan, die Umsetzung aller beschlossenen Maßnahmen verzögerten sich letztendlich aufgrund der späten Zusage eines Stellplatzes in der Bürgeraue. Jedoch wurde der Prozess des Angebotsstartes mit leichter Verzögerung im September 2015 abgeschlossen, sodass auch flankierende Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit auf diesen Zeitraum verschoben wurden.

Der Aufbau der Ortsgruppe verlief in Gotha etwas schleppend, da sie bislang allein aus Privatpersonen besteht. Es besteht die Idee, die lokale Vereinsstruktur in die Ortsgruppe einzubinden, um Entlastung für die Privatpersonen sowie eine gewisse Dauerhaftigkeit der Struktur zu erreichen.

Äußerst positiv ist die grundsätzliche Bereitschaft beider Kommunalverwaltungen zu bewerten, das Projekt zu unterstützen und die wichtige Rolle als Ankerkunde zu Beginn des Angebots anzunehmen. Die damit verbundene Nutzung des Startangebots kann dem Projekt eine wirtschaftlich sichere Basis ermöglichen. Damit war aber gleichzeitig der Nachteil verbunden, dass die Standorte der ersten Carsharing-Stationen aufgrund der Anforderungsprofile der Ankernutzer bereits weitestgehend vorgegeben waren. Um einen Kompromiss mit anderen Nutzergruppen zu erreichen, schränkte das den Spielraum bei der Stellplatzsuche deutlich ein. Daraus resultierten die Schwierigkeiten, im Bereich der Bürgeraue einen geeigneten Stellplatz zu finden.

Es war von Vorteil, in der Stadtverwaltung einen festen Ansprechpartner zu haben. Es ergab sich dadurch jedoch gleichzeitig das Problem, dass die verwaltungsinternen Arbeitsschritte nicht vollständig nachvollzogen werden konnten, wie Anfragen und Bitten weitergeleitet wurden.

Die Vorbereitung und die Durchführung des Workshops sind als großer Erfolg zu werten, da eine große Bandbreite von Akteuren daran teilnahm, die sich aktiv an der Diskussion beteiligten. Es konnten ein Wohnungsunternehmen, ein lokaler ÖPNV-Betreiber und das Stadtmarketing für die Unters-

tützung des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit gewonnen werden, sodass gewährleistet war, breite Bevölkerungsschichten zu erreichen. Den Erfolg spiegelt auch die Tatsache wider, dass bereits im Vorfeld des eigentlichen Angebots eine zufriedenstellende Zahl an Nutzungsinteressenten gefunden werden konnten.

Dagegen gelang bislang keine erfolgreiche Ansprache der kirchlichen Institutionen sowie der lokalen Gewerbetreibenden. Hier konnten anscheinend noch nicht die passenden Argumente und die richtigen Ansprechpartner gefunden werden.

Dem gegenüber ist die konstruktive Einbindung regionaler Akteure des ÖPNV und der Wohnungswirtschaft für die mittelfristige Entwicklung des Carsharing in Gotha ein großer Erfolg. Mit der Teilnahme des Verkehrsverbundes ist die Chance verbunden, das auch Carsharing-Initiativen in anderen Kommunen im Verbundgebiet von verbandsinternen Maßnahmen profitieren können, z.B. die Geraer Initiative. Auch die Mitarbeit des Thüringer Verbands der Wohnungsunternehmen soll zu einer landesweiten Informationskampagne zu den Vorteilen eines Carsharing führen.

Ein weiterer Vorteil für die Arbeit in der Modellkommune war, dass im Projektzeitraum der Verkehrsentwicklungsplan in Gotha fortgeschrieben wurde. Damit bestand die Möglichkeit, Carsharing als Mobilitätsbaustein in einem wichtigen Leitplanungsinstrument zu verankern und Maßnahmen für lokale Akteure festzuhalten. Auch wenn der Plan erst nach Projektende verabschiedet werden wird und die Maßnahmen erst mittelfristig umgesetzt und Wirkung zeigen werden, wird die zukünftige Entwicklung von Carsharing in Gotha davon profitieren.

Modellkommune Gera

Rückblickend war der Zeit- und Arbeitsplan für den Aufbau eines Carsharing-Angebotes in Gera für die Konzeptionsphase, aufgrund der Abhängigkeit des Angebotsstarts von der Stadtverwaltung als Ankerkunden aber nicht für die Umsetzungsphase realistisch. Vorbereitung und Durchführung des Workshops verliefen im Zeitplan. Der Markteintritt eines ähnlichen Angebots sowie die allgemeine Situation und Stimmung in Gera wurden aber unterschätzt, sodass die Umsetzung vieler beschlossener Maßnahmen bislang noch nicht angegangen wurde bzw. noch keine zufriedenstellenden Ergebnisse lieferten.

Der Aufbau der Ortsgruppe verlief in Gera sehr positiv, da sie sich v.a. aus Mitgliedern bestehender Vereinsstrukturen zusammensetzt. Dieses vielfältige Engagement führte andererseits zu höheren Belastungen und zeitlichen Restriktionen der Ortsgruppen-Mitglieder. Aus diesem Grund stand das Engagement der Vereine im Projekt mit Start des Konkurrenzangebots gänzlich zur Diskussion.

Von großem Vorteil war die Tatsache, in der Stadtverwaltung einen festen Ansprechpartner zu haben, der aufgrund fachlichen und persönlichen Interesses und mit hoher sozialer Kompetenz das Projekt verwaltungsintern voranzutreiben wusste. Anfragen und Bitten wurden schnell und mit hoher Intensität weitergeleitet und beantwortet.

Die Vorbereitung und die Durchführung des Workshops sind als Erfolg zu werten, da eine Vielzahl von relevanten Fachdiensten der Verwaltung sowie Vereine für eine positive Grund- und Aufbruchstimmung sorgten.

Aufgrund der lokalen Akteurskonstellation zeigte sich in der Umsetzungsphase der wesentliche Nachteil für die Modellkommune Gera, den Start eines für diese Stadtgröße angemessenen Angebots von einem Ankernutzer abhängig machen zu müssen. Für die organisatorischen und zeitlichen Entscheidungswege dieses Akteurs war die zeitliche Planung letztendlich zu knapp bemessen.

Auch in Gera zeigte sich der Nachteil, dass aufgrund des Anforderungsprofils des Ankernutzers die Standorte der ersten Carsharing-Stationen weitgehend vorgegeben waren. Die Möglichkeit, mit einem

nutzerfreundlichen Rumpfangebot zu starten, das später auch vom Ankerkunden genutzt werden kann, wurde deswegen vorerst nicht weiter verfolgt, da die Verwaltungsstandorte nicht in den Stadtteilen liegen, in denen das vorwiegend private Nutzungspotential verortet wurde.

Vor allem konnten durch die bisher umsetzten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit aber nicht ausreichend private oder gewerbliche Interessenten gewonnen werden, um auch unabhängig von einem Ankerkunden ein Carsharing-Angebot wirtschaftlich tragfähig zu beginnen. Hier spielte die Insolvenz des ÖPNV-Betreibers und die damit eingeschränkte Handlungsfähigkeit eine Rolle, da z.B. Vorschläge vorerst nicht umgesetzt werden konnten, Abo-Kunden und damit potentielle private Interessenten direkt anzusprechen. Bislang gelang ebenfalls noch keine erfolgreiche Ansprache der kirchlichen Institutionen sowie der lokalen Gewerbetreibenden. So wurden anscheinend in Gera noch nicht die passenden Ansprechpartner oder die richtigen Argumente gefunden.

Aufgrund dieser Gesamtgemengelage wurden weitere notwendige Maßnahmen für einen Angebotsstart, insbesondere die Stellplatzsuche, vorerst nicht umgesetzt und aufgrund des veränderten Zeitplans verschoben.

5.4 Überregionale Bedeutung und Übertragbarkeit

Das im Projekt entwickelte allgemeine Beratungspaket hat den Anspruch, nicht für eine Region, eine CSO und eine Stadtgröße konzipiert worden zu sein, sondern eine Allgemeingültigkeit zu besitzen. Das vorliegende Paket erfüllt diese Ansprüche weitestgehend, da die einbezogenen Akteure nicht lokalspezifisch sondern in jeder Region Deutschlands aktiv sind. Zudem zeigen die beiden Modellkommunen, dass lokalspezifische Beratungspakete nicht zwingend alle Akteure beinhalten sondern auf die örtlichen Gegebenheiten angepasst werden.

Das Konzept kann unabhängig von der Gemeindegröße sowohl in Kleingemeinden als auch größeren Städten Anwendung finden. Während aber in größeren Kommunen Carsharing-Initiativen vor anderen Problemen stehen als eine kritische Nutzermasse zu finden, kann in sehr kleinen Gemeinden die Situation eintreten, nur eine begrenzte Auswahl an Akteuren einbeziehen zu können. Jedoch sind mit der Bürgerschaft, der Kommunalverwaltung, lokalen Vereinen und dem Gewerbe Akteure mit lokaler Bedeutung in jeder Gemeinde zu finden.

Die Anwendung des Beratungspakets hängt zudem nicht von der Organisationsstruktur des Carsharing-Angebots vor Ort ab, d.h. es kann sowohl mit einer größeren regionalen oder nationalen CSO als auch von einem Verein vor Ort umgesetzt werden. Sollte eine externe CSO eingebunden werden, hängen die Kriterien und Voraussetzungen für einen Carsharing-Start von den Anforderungen ab, die die Carsharing Organisation stellt. Dabei kann es sich um die Bereitstellung von Stellplätzen, um eine Mindestanzahl an Nutzern oder eine Mindestnutzung bzw. Umsatzgarantie handeln. Die Möglichkeiten, diese Anforderungen zu erfüllen, sind in den Gemeinden aufgrund deren finanziellen Situation oder ihres gestalterischen Willens sehr unterschiedlich.

Bereits während der Projektlaufzeit ergaben sich erste Ansätze, das *engagiert mobil*-Konzept überregional anzuwenden. Auf eine Anfrage hin wurden bereits erste Kontakte mit lokalen Akteuren geknüpft und Ideen entwickelt, Carsharing in Eberswalde zu etablieren. Ähnliche Prozesse wurden im oberfränkischen Coburg, im fränkischen Bad Mergentheim sowie im sächsischen Zwickau gestartet.

5.5 Fazit und Ausblick

Im Projekt *engagiert mobil* wurde ein akteursbasierter Ansatz als Weiterentwicklung des Ortsgruppenkonzepts des Verkehrswende in Kleinen Städten e.V. erarbeitet, um es Initiativen in Klein- und Mittelstädten zu erleichtern, Carsharing-Angebote aufzubauen und zu etablieren. Das Projekt hatte als erstes das Ziel, ein Konzept zur langfristigen und erfolgreichen Etablierung von Carsharing-Angeboten in Klein- und Mittelstädten weiterzuentwickeln und modellhaft durch die Initiierung re-

gionaler Markteinführungsprojekte anzuwenden. Dazu sollte der Informationsstand bei wesentlichen Akteuren verbessert, relevante Akteursgruppen vernetzt sowie neue oder bestehende Carsharing-Initiativen unterstützt werden.

Dieses erste Ziel wurde in weiten Teilen erreicht: Mit Entwicklung des allgemeinen Beratungspakets wurde das Ortsgruppen-Konzept um die wesentliche Komponente **kooperatives Engagement lokaler und regionale Akteure** weiterentwickelt. Mit der Initiierung von regionalen Markteinführungsprojekten wurde das Konzept in zwei Modellkommunen angewendet. Dabei konnten durch die Erstellung von Informationsmaterialien sowie einer Vielzahl persönlicher Gespräche der Informationsstand zu Carsharing verbessert und die Möglichkeiten zur Unterstützung entsprechender Projekte erläutert werden. In den Workshops und Folgetreffen vernetzten sich die Akteure, um die initiierten Projekte zu begleiten und zu unterstützen. Das stellte eine konkrete Hilfe für die Interessenten, den Kern der jeweiligen lokalen Organisationsstruktur, und die beteiligte regionale CSO dar, da so Ansprechpartner gefunden, Probleme und Lösungsansätze diskutiert und Perspektiven aufgezeigt wurden. In Gotha konnte aufgrund dieser Arbeiten kurz nach Ende des Projektzeitraums ein Carsharing Angebot gestartet werden.

Dass das zweite, langfristige Ziel des Projekts bereits erreicht wurde, den ÖPNV langfristig zu stärken, kann bislang nicht nachgewiesen werden, da in beiden Modellkommunen bis zu Projektende noch kein Angebotsstart erfolgte. Damit konnte auch kein Nachweis erbracht werden, dass Carsharing auch in Klein- und Mittelstädten für den ÖPNV nutzerbindend oder nutzergewinnend wirkt. Als Erfolg ist jedoch zu sehen, dass im Rahmen die Projektworkshops wesentliche Vorbehalte der ÖPNV-Betreiber gegenüber dem stationsgebundenen Carsharing aufgelöst werden konnten und dass der Verkehrsverbund VMT nun konkret an Konzepten arbeitet, Carsharing als ergänzende Dienstleistung in ihr Tarifsystem einzubinden.

Die Bedeutung alternativer Autonutzungsmodelle wird auch in Klein- und Mittelstädten weiterhin zunehmen. Und dabei kann Carsharing eine entscheidende Rolle spielen. Aufgrund der zu erwartenden geringen Wirtschaftlichkeit werden dennoch auch auf absehbare Zeit nur wenige Klein- und Mittelstädte von kommerziellen CSO aus deren Eigeninteresse mit Carsharing bedient. Deshalb sind auch weiterhin lokales Engagement für die Initiierung und vermutlich den operativen Betrieb notwendig. Um die entsprechenden Rahmenbedingungen für einen Carsharing-Start zu schaffen bzw. die Lasten für dieses Engagement auf mehrere Schultern zu verteilen, sind akteursbasierte Ansätze von großem Vorteil, wie sie in diesem Projekt angewandt wurden.

Das hier erarbeitete und modellhaft angewendete Konzept ist allgemeingültig und kann gemeindespezifisch angepasst werden. Aufgrund von weiteren Entwicklungen in gesetzlichen Bereichen, bei Akteurskonstellationen bzw. von Weiterentwicklungen im Bereich des ÖPNV und des Carsharing sollte jedoch betont werden, dass das Konzept nicht als starres Konstrukt angesehen werden darf, sondern stetige Weiterentwicklung bedarf.

Der Verkehrswende in Kleinen Städten e.V. setzt die Arbeit in beiden Modellkommunen auch über dieses Projekt hinaus mit dem Ziel fort, den Aufbau eines stationsgebundenen Carsharing zu begleiten und zu unterstützen. Während hierfür in Gotha die not wendigen Schritte und Maßnahmen im Großen und Ganzen umgesetzt werden konnten, liegen in Gera noch eine Vielzahl von Maßnahmen vor den Akteuren, die es zu diskutieren und anzuwenden gilt.

Darüber hinaus setzt der Verein sein Engagement fort und strebt die Übertragung und Anwendung des Projektansatzes auf weitere Kommunen an.

6 Quellenverzeichnis

Bauer, Uta; Jarass, Julia; Liepe, Susanne (2011): Ohne Auto einkaufen. Nahversorgung und Nahmobilität in der Praxis, Berlin

Becker, Udo; Gerike, Regine; Winter, Matthias (2009): Grundwissen Verkehrsökologie, Dresden

Bergmann, Diana (2014): Potenzialanalyse zur Etablierung eines Car-Sharing- Angebots im verdichteten Bereich des ländlichen Raumes am Beispiel der Stadt Borna, unveröffentlichte Masterarbeit, Halle (Saale)

BCS (2011): Die BCS-Neukundenbefragung. Online unter: http://www.carsharing.de/alles-ueber-carsharing/umweltbilanz/bcs-neukundenbefragung, abgerufen am 10.02.2015

BMVBS (Hrsg.) (2011): Nahversorgung und Nahmobilität: Verkehrsverhalten und Zufriedenheit. BMVBS-Online-Publikation 08/2011. http://www.bbsr.bund.de/nn_495526/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BMVBS/Online/2011/ON082011.html, aufgerufen am 26.10.2014

Böhler, Susanne, Wanner, Monika (2004): Perspektiven für Car-Sharing in Klein- und Mittelstädten sowie ländlich geprägten Regionen. In: Kagermeier, Andreas (Hrsg.): Verkehrssystem- und Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum. Bd. 10 (S. 105-116). Mannheim.

Breindl, Klaus (2014): Carsharing ist auch in kleinen Städten möglich. In: Bundesverband CarSharing e.V. (Hrsg.): Eine Idee setzt sich durch! 25 Jahre Carsharing., Köln

Follmer, Robert; Gruschwitz, Dana; Jesske, Birgit; Quandt, Sylvia (2010): MiD - Mobilität in Deutschland 2008, Ergebnisbericht Struktur – Aufkommen – Emissionen – Trends, Bonn/Berlin; MiT – Mobilität in Tabellen

Franke, Sassa (2001): Car-Sharing: Vom Ökoprojekt zur Dienstleistung. Berlin

Ganzert, Christian; Burdick, Bernhard; Scherhorn, Gerhard (2004): Empathie, Verantwortlichkeit, Gemeinwohl: Versuch über die Selbstbehauptungskräfte der Region. Wuppertal

Glotz-Richter, Michael (2014): Öffentliche Ordnung und Ko-Mobilität: Bremen - wie eine Kommune Car-Sharing fördert. Online unter: http://www.wocomoco.ch/assets/docs/Infomaterialien-Kongress-2014/Praesentationen/10_Michael_Glotz-Richter_kl.pdf, abgerufen am 19.01.2015

Gossen, Maike (2012): Nutzen statt Besitzen. Motive und Potenziale der internetgestützten gemeinsamen Nutzung am Beispiel des Peer-to-Peer Car- Sharing. Schriftenreihe IÖW 202. Berlin.

Haefeli, Ueli; Matti, Daniel; Maibach, Markus; Schreyer, Christoph (2006): Evaluation Car- Sharing. Bern: Bundesamt für Energie. Online unter: http://www.carsharing.de/images/stories/pdf_dateien/evaluation_carsharing_2006_schweiz.pdf; aufgerufen am 10.10.14

Harms, Sylvia (2003): Besitzen oder Teilen. Sozialwissenschaftliche Analyse des Car Sharings. Zürich

Harms, Sylvia; Kviese, Renate; Dombrowski, Franziska; Höer, Susann; Kussatz, Annett; Rosenau, Eva (2008): Parkraumprobleme in Schleußig: Anwohnerbefragung und Evaluation freiwilliger Verhaltensänderungen während eines Testzeitraumes. - Abschlussbericht. Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung - UFZ, Leipzig

Huwer, Ulrike (2002): Pilotstudie zur Modellierung einer Schnittstelle zwischen ÖPNV und CarSharing. In: Grüne Reihe, Fachgebiet Verkehrswesen der Universität Kaiserslautern, Nr. 55. Kaiserslautern

Interface (2015) Summary: Evaluation Carsharing, Online unter: https://www.mobility.ch/fileadmin/files/meta/media/media_releases/Summary_Evaluation_Mobility_de_2015_05_04.pdf, abgerufen am 01.06.2015

Keller, Thomas : Entwicklung und Potential von organisiertem Car-Sharing in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Wien

Krietemeyer, Hartmut (2012): Car-Sharing und ÖPNV in den MVV-Landkreisen. Ergebnisse von Mitglieder-Befragungen bei sieben Car-Sharing-Organisationen im Umland Münchens. Online unter: http://www.stattauto-muenchen.de/presse/mvv/mvvstudie2012.pdf; aufgerufen am 21.07.14.

Lanzendorf, Martin & Scheiner, Joachim (2004): Verkehrsgenese als Herausforderung für Transdisziplinarität. Stand und Perspektiven der Forschung. In: Dalkmann, Holger; Lanzendorf, Martin & Scheiner, Joachim (Hrsg.) *Verkehrsgenese. Entstehung von Verkehr sowie Potenziale und Grenzen der Gestaltung einer nachhaltigen Mobilität.*, Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung, Bd. 5 (S. 11 – 38). Mannheim

Loose, Willi (2010): Aktueller Stand des Car-Sharing in Europa Endbericht D 2.4 Arbeitspaket 2; Bericht im Rahmen des EU Projekts MOMO, Brüssel.

Loose, Willi (2014): Neue CarSharing-Angebote in Klein- und Mittelstädten - Chancen und Hemmnisse. Vortrag im Rahmen der Projektworkshops „engagiert mobil“

Mobility Center GmbH (2011): teilAuto Kundenbefragung 2011, Leipzig (unveröffentlicht)

Mobility Center GmbH (2013): teilAuto Kundenbefragung 2013, Leipzig (unveröffentlicht)

Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVV); Krietemeyer, Hartmut (2003): Effekte einer Marketing-Kooperation zwischen dem Münchner Verkehrs- und Tarifverbund (MVV) und der Car-Sharing-Organisation STATTAUTO München. Online unter: http://www.stattauto-muenchen.de/presse/mvv/mvvstudie2003.pdf; aufgerufen am 21.07.14.

Reutter, Ulrike; Rau, Andrea; u.a. (2012): Handreichung Carsharing - Verbesserung der Rahmenbedingungen in der Region Frankfurt RheinMain, Frankfurt (Main)

Reutter, Ulrike; Rau, Andrea; u.a. (2014): Handbuch Carsharing Nordrhein Westfalen, Köln

Sakhdari, F. (2005): Vermarktung von CarSharing-Konzepten. Berlin.

Scheiner, Joachim (2005): Auswirkungen der Stadt- und Umlandwanderungen auf Motorisierung und Verkehrsmittelbenutzung. Ein dynamisches Modell des Verkehrsverhaltens. http://www.vpl.tu-dortmund.de/cms/Medienpool/PDF_Dokomunte/Publikationen/Scheiner_Wanderung_Motorisierung.pdf, aufgerufen am 21.03.2015

Schmidt, Elfriede; Kaether, Johann; Dehne, Peter; Behrens, Hermann (2002): Kooperative Regionalentwicklung. Managementleitfaden für regionale Kooperation, Neubrandenburg

Schweig, Karl-Heinz; Keuchel, Stephan; Kleine-Wiskott, Roland; Hermes, Rolf; van Acken, Clemens (2004): Car-Sharing in kleinen und mittleren Gemeinden. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. H. V 113. Bergisch Gladbach.

Statistisches Bundesamt (2015): Bevölkerung in Deutschen Städten; www.destatis.de, aufgerufen am 13.04.2015

Umweltbundesamt (2010) „CO2-Emissionsminderung im Verkehr in Deutschland. Mögliche Maßnahmen und ihre Minderungspotenziale Ein Sachstandsbericht des Umweltbundesamtes“, S.35f.

Anhang 1 - Informationsbroschüre

© Rainer Sturm / pixelio.de

ENGAGIERT MOBIL

Regionalisierung von Carsharing

Ein Projekt des

VERKEHRSWENDE IN KLEINEN STÄDTEN e.V.

Peterssteinweg 18
04107 Leipzig
0345 / 44 500 400
www.verkehrswende-ev.de
www.gs.is.gd/engagiert
info@verkehrswende-ev.de

Spendenkonto:
GLS Bank AG
IBAN: DE58 4306 0967 1124 9661 01
BIC: GENODEM1GLS
Verwendungszweck : **Spendername und Adresse**

Förderhinweis:

DIESES PROJEKT WURDE GEFÖRDERT VON:

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Umwelt Bundesamt

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den AutorInnen.

ENGAGIERT MOBIL

Regionalisierung von Carsharing

1. VERKEHR,

vor allem der motorisierte Individualverkehr MIV, ist ein zunehmender Umwelt- und Klimaschädiger. Eine nachhaltige Verkehrsplanung strebt daher die Vermeidung unnötigen Verkehrs, eine ressourcenschonendere Gestaltung von Verkehr sowie eine Verlagerung auf umweltfreundlichere Verkehrsmittel, v.a. den ÖPNV an.

In Klein- und Mittelstädten besteht nun die Problematik, dass der ÖPNV nicht uneingeschränkt zeitlich und räumlich Angebote bietet. Damit bleiben die Abhängigkeit von einem PKW sowie häufig dessen Besitz und Nutzung die Folge - alternative Verkehrsmittel fallen aus dem Blickfeld.

Großstädte

Um dennoch einen attraktiven ÖPNV in Klein- und Mittelstädten anbieten zu können ist es wichtig, ergänzende Verkehrsangebote zu fördern. Das ermöglicht einen multimodalen Verkehr, der effizient und umweltfreundlich ist.

Kleinstädte

3. SCHWIERIGKEITEN VON CARSHARING IN KLEIN- UND MITTELSTÄDTEN

In vielen Großstädten ist Carsharing „marktgetrieben" und eine zunehmend professionalisierte Dienstleistung. Anders ist die Situation in Klein- und Mittelstädten.

Die für den erfolgreichen Betrieb des Carsharing notwendige kritische Masse an Nutzern und die nötige wirtschaftlich Tragfähigkeit der Carsharing Organisation ist zu Beginn nicht alleine durch den Markt zu generieren. Drei grundsätzliche Hemmnisse können als Ursache ausgemacht werden:

1. **Individuelle Hemmnisse: fehlendes Wissen und keine Erfahrungen bei potentiellen Nutzern**
2. **Operative Hemmnisse: eingeschränktes Fahrzeugangebot und große Distanzen zu Fahrzeugen sind keine Motivation zur Nutzung**
3. **Institutionelle Hemmnisse: fehlendes Wissen sowie Widersprüche in der (kommunalen) Verkehrsplanung**

2. LÖSUNGSVORSCHLAG

Dieses Projekt setzt bei alternativen PKW-Nutzungskonzepten an, um den PKW-Besitz als wichtigen Faktor der Verkehrsmittelwahl zu beeinflussen. Aufgrund der gelegentlichen Notwendigkeit der Autonutzung ist davon auszugehen, dass die Einwohner hierin das zentrale ergänzende Verkehrsangebot sehen.

Ein bewährtes Konzept hierfür ist Carsharing, die organisierte gemeinschaftliche Form der Autonutzung, das nachweislich den PKW-Besitz verringert und die Nutzung des Umweltverbundes (ÖPNV, Rad- und Fußverkehr) erhöht.

Hervorgegangen ist Carsharing als Mischform aus Bürgerengagement und Marktdienstleistung in den 1980er Jahren. Es bietet eine Vielzahl von Vorteilen für Nutzer (z.B. Variabilität, Komfort, Kosten- und Zeitersparnisse) und die Kommunen (z.B. freier öffentlicher Raum aufgrund weniger Fahrzeuge, mehr Fußgänger/Radfahrer).

ENGAGIERT MOBIL

Regionalisierung von Carsharing

DIE PROJEKTZIELE

Neben dem langfristigen Ziel, eine verstärkte Nutzung des Umweltverbundes zu erreichen, verfolgt das Projekt ganz konkret folgende Ziele:

- **Verbesserung des Wissenstandes zu Carsharing in Klein- und Mittelstädten**
- **Vernetzung lokaler Interessenten und Akteure als Basis einer erfolgreichen Kooperation beim Carsharing-Aufbau**
- **Neue und bestehende Carsharing-Initiativen vor Ort bei Aufbau und Entwicklung eines Angebots unterstützen**
- **Erarbeitung von Best-Practise Beispielen, um das erarbeitete Konzept überregional anwenden zu können**

DIE PROJEKTUMSETZUNG

Das Projekt untersucht einleitend die Ansätze existierender Carsharing-Projekte in Klein- und Mittelstädten und ergänzt diese um weitere Maßnahmen, um für jede Zielgruppe allgemeingültige Maßnahmenpakete zu gestalten.

Diese theoretische Abhandlung bildet aber nur die Basis, um in zwei ausgewählten Kommunen die Maßnahmen modellhaft umzusetzen und ganz konkrete Carsharing-Angebote zu entwickeln.

Der dabei gewählte akteursorientierte Ansatz bietet den Vorteil, die erarbeiteten allgemeinen Maßnahmenpakete den lokalen Bedingungen anzupassen, mit den Entscheidungsträgern vor Ort zu diskutieren und sie während der Implementierung der Maßnahmen zu begleiten.

Auf diesem Weg ist ein zeitnaher Start eines Carsharing-Angebots und seine langfristig positive Entwicklung auch in Klein- und Mittelstädten möglich.

DIE ZIELGRUPPEN

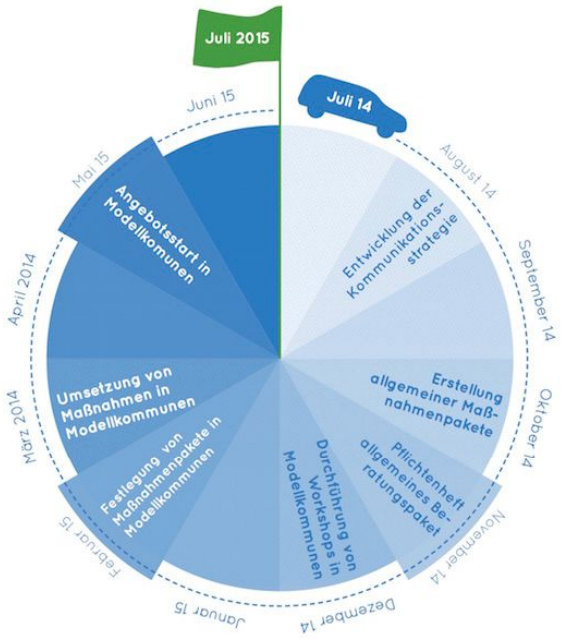
Das Projekt richtet sich vornehmlich an die Akteure, die für die positive Entwicklung eines Carsharing-Angebots von Bedeutung sind. Hierzu gehören neben den privaten und gewerblichen Verkehrsteilnehmern eine Reihe weiterer Gruppen:

- **Kommunalverwaltungen**
- **Organisatoren des ÖPNV**
- **Carsharing-Organisationen**
- **Wohnungsanbieter**
- **Umweltverbände, Vereine, Kirchen**
- **Tourismusverbände**

4 5

ZEITPLAN

Das Projekt, das im Juli 2014 startet, wird in seiner einjährigen Projektlaufzeit drei inhaltliche Meilensteine erzielen.



ÜBERBLICK

- **engagiert mobil** um eine Verkehrswende in Klein- und Mittelstädten voranzutreiben
- **engagiert mobil** um den Umweltverbund zu stärken
- **engagiert mobil** um Carsharing in kleinen Kommunen bekannt(er) zu machen
- **engagiert mobil** um Akteure vor Ort bei der Etablierung von Carsharing zu unterstützen
- **engagiert mobil** um Menschen auch ohne eigenes Auto mobil zu machen

BETEILIGTE PARTNER / MODELLKOMMUNEN

- Verkehrswende in Kleinen Städten e.V.
- Bundesverband Carsharing e.V.
- Stadtlabor - Stadt-/Verkehrs-/Regionalplanung
- Probst & Consorten - ÖPNV-Beratung
- Stadt Gera
- Stadt Gotha
- teilAuto Carsharing Mitteldeutschland

6 7

Anhang 2 - Teilnehmerliste der Projektworkshop

Teilnehmerliste Workshop Gotha

Baugeselschaft Gotha BGG, Geschäftsführerin	Christine Riede
Bundesverband CarSharing, Geschäftsführer	Willi Loose
Lokale Agenda 21	Dana Hellmann
Probst & Consorten	Ferry Quast
Stadt Gotha, Stadtplanungsamt	Roland Adlich
Stadt Gotha, Beschaffung/Vergabe	Andreas Mempel
Stadt Gotha, Beschaffung/Vergabe	Jenny Borg
Stadt Gotha, Beschaffung/Vergabe	Frau Schack
KulTourStadt GmbH	Theresa Barthel
StadtLabor	Fritjof Mothes
teilAuto Carsharing, Regionalleiter Thüringen	Niklas Wachholtz
Landratsamt, Innere Dienste	Joachim Masson
Landratsamt, Kreisentwicklung	Herr Schreiber
Landratsamt, Kreisentwicklung	Raic Pache
Thüringer Wald- und Straßenbahn GmbH, Geschäftsführer	Dieter Schedel
Thüringer Wald- und Straßenbahn GmbH	Jörn Schirrmeister
Regionale Verkehrsgemeinschaft Gotha	Hans Joachim Kirsch
Umweltbundesamt	Michael Bilharz
Verband Thüringer Wohnungs- und I.-Wirtschaft	Rainer Nowak
Verkehrsverbund VMT. Angebotskoordinierung	Alexander Marx
Verkehrswende e.V., Geschäftsführer	Torsten Bähr
Verkehrswende e.V.	Paul Reschke

Teilnehmerliste Workshop Gera

Bundesverband CarSharing, Geschäftsführer	Willi Loose
Gera Tourismus e.V.	Karin Oberreuther
Grünes Haus Gera e.V.	Johannes Freytag
Lokale Agenda 21	Reinhard Hausigk
Probst & Consorten	Ferry Quaas
Stadt Gera, Fachdienst Bauordnung	Daniela Hoffmann-Weber
Stadt Gera, Fachdienst Bauordnung	Carmen Sorger
Stadt Gera, Fachdienst Stadtentwicklung	Karsten Höhle
Stadt Gera, Fachdienst Umwelt	Konrad Nickschick
Stadt Gera, Fachdienst Rechnungsprüfung	Angela Hamann
Stadt Gera, Fachdienst Rechnungsprüfung	Peter Lenzing
Stadt Gera, Fachdienst Verkehr Tiefbau	Stefan Prüger
Stadt Gera, Fachdienst Zentrale Dienste Fuhrpark	Nico Bobach
StadtLabor	Fritjof Mothes
teilAuto Carsharing, Regionalleiter Thüringen	Niklas Wachholtz
VCD LV Elbe-Saale, OG Gera	Gilbert Weise
Verkehrswende e.V., Geschäftsführer	Torsten Bähr
Verkehrswende e.V.	Paul Reschke