

TEXTE

141/2025

Nachhaltige Mobilitätswende

Abschlussbericht

TEXTE 141/2025

Ressortforschungsplan des Bundesministerium für
Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit

Forschungskennzahl 3719 58 107 0
FB001795

Nachhaltige Mobilitätswende

Abschlussbericht

von

Michael Wedler, Patrick Ansbacher, Maleen Rasmussen
B.A.U.M. Consult GmbH, Berlin

Willy Raimund, Agnes Kurzweil, Alessandra Angelini
Umweltbundesamt GmbH, Wien

Thomas Klinger, Sören Groth, Kerstin Conrad
ILS - Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung
GmbH

Eusebia Flamm, Rafael Eggebrecht
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH

Eugen Litwinow, Dodo Vögler, Bernd Riedel,
Martin Steffens, Sebastian Plate
Ellery Studio

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
buergerservice@uba.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

Durchführung des Vorhabens:

B.A.U.M. Consult GmbH Berlin
Fanny-Zobel-Str. 9
10437 Berlin

In Kooperation mit

Umweltbundesamt GmbH, Wien
ILS - Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung GmbH
LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Ellery Studio GbR

Abschlussdatum:

März 2025

Redaktion:

Fachgebiet I 2.6 Nachhaltige Mobilität in Stadt und Land
Claudia Kiso, Katrin Dziekan

DOI:

<https://doi.org/10.60810/openumwelt-7851>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, November 2025

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Kurzbeschreibung: Nachhaltige Mobilitätswende

Das Projekt förderte die nachhaltige Mobilitätswende durch wissenschaftliche Kurzstudien, einen nationalen Wettbewerb kommunaler Modellprojekte im Mobilitätsbereich, Vernetzungsangebote und die Analyse medialer Darstellungen nachhaltiger Mobilität, um Erkenntnisse zu gewinnen und diese u. a. in Workshopformaten gezielt an verschiedene Zielgruppen zu vermitteln. Das Vorhaben gliederte sich in drei Bereiche:

- ▶ **Projektbereich 1** umfasste acht, auf die Bedürfnisse der involvierten kommunalen Projekte abgestimmte, wissenschaftliche Kurzstudien, die auf einen über Deutschland hinausgehenden Wissens- und Erfahrungstransfer zu relevanten Themen der Mobilitätswende ermöglichen. Die Inhalte der Kurzstudien wurden in sechs korrespondierenden Web-Seminaren für Kommunen und Mobilitätsakteure verbreitet. Außerdem erfolgte eine Visualisierung von neun herausragenden kommunalen Projekten aus dem #mobilwandel2035-Wettbewerb in Form von illustrierten Projektbildern. Zur Unterstützung der Projekte wurden zudem acht Vernetzungsworkshops und punktuelle Einzelberatungen durchgeführt.
- ▶ **Projektbereich 2** umfasste die Konzeption, Durchführung und begleitende Kommunikation eines nationalen Wettbewerbs im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche mit der Auswahl von 10 kommunalen Gewinnerprojekten im Bereich der nachhaltigen Mobilitätswende.
- ▶ **Projektbereich 3** untersuchte öffentliche Diskurse zu nachhaltiger Mobilität, mit Schwerpunkt auf der medialen Darstellung von Alltags- und Freizeitmobilität. Wissenschaftliche Literaturanalyse, Medienanalyse, Expert*innen-Interviews und Workshops zielten darauf ab, Erkenntnisse über Unterhaltungsmedien zu generieren und an verschiedene Zielgruppen weiterzugeben.

Abstract: Sustainable Mobility Transformation

The project promotes sustainable mobility transformation through scientific short studies, a national competition for activities in the European Mobility Week, networking initiatives, and the analysis of media portrayals of sustainable mobility. The aim is to generate insights and disseminate them to various target groups, including through workshop formats. The project was divided into three areas:

- ▶ **Project Area 1** included eight scientific short studies with focus on the involved municipalities and projects enabling knowledge and experience transfer on relevant mobility transformation topics in Germany and beyond. Respective findings have been disseminated to a network of municipalities and mobility stakeholders via six corresponding web-seminars. It also featured the visualization of nine outstanding municipal projects from the #mobilwandel2035-competition through illustrated project images. Eight networking-workshops and single project-consultations were conducted to support the projects.
- ▶ **Project Area 2** involved the design, implementation, and accompanying communication of a national competition for activities in the European Mobility Week, culminating in the selection of ten winning EMW activities.
- ▶ **Project Area 3** examined public discourses on sustainable mobility, focusing on the depiction of everyday mobility in the entertainment media. It combined a scientific literature review, media analysis, expert interviews, and workshops to generate insights about entertainment media and share them with various target groups.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	9
Tabellenverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis	11
Zusammenfassung.....	12
Summary	17
1 Einleitung.....	22
2 Bereich 1: Wissenschaftliche ad hoc Beratung zu Mobilitätsthemen mit Umweltrelevanz und Erfahrungsaustausch relevanter Akteure.....	26
2.1 Wissenschaftliche Kurzstudien zu Mobilitätsthemen mit Umweltrelevanz	26
2.1.1 Kurzstudie „Umverteilung öffentlicher Räume“ des Umweltbundesamts Österreich	27
2.1.2 Kurzstudie „Mobiles Arbeiten und berufsbedingte Mobilität“ des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung	27
2.1.3 Kurzstudie „Analyse und Management von Pendlerströmen“ des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung	28
2.1.4 Kurzstudie „Urbane Logistik“ des Umweltbundesamts Österreich	29
2.1.5 Kurzstudie „Aktive Mobilität“ (Zufußgehen und Radfahren) des Umweltbundesamts Österreich	30
2.1.6 Kurzstudie „Multimodalität und neue Mobilitätsangebote“ des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung	30
2.1.7 Kurzstudie „Wertewandel – Wissensbildung“ des Umweltbundesamts Österreich	31
2.1.8 Kurzstudie „Rebound-Effekte in der Mobilität“ des Umweltbundesamts Österreich	33
2.2 Visualisierung der Projekte: Die Projektbilder	34
2.3 Erfahrungsaustausch und Beratung: Vernetzungsworkshops, Einzelberatungen und Web-Seminare	44
2.3.1 Vernetzungsworkshops.....	45
2.3.2 Einzelberatungen	47
2.3.3 Web-Seminare	49
3 Bereich 2: Nationaler Wettbewerb der Europäischen Mobilitätswoche	52
3.1 Wettbewerbskonzeption und -vorbereitung.....	52
3.2 Wettbewerbskommunikation.....	55
3.3 Wettbewerbsdurchführung	55
4 Bereich 3: Öffentliche Diskurse zu nachhaltiger Mobilität.....	59
4.1 Wissenschaftliche Studie zu Mobilität in den Medien.....	59
4.2 Kommunikationsworkshops und Workshop mit Mitarbeitenden des BMUV und UBA	63

4.2.1	Workshops mit Medienschaffenden	65
4.2.2	Workshop mit Mitarbeitenden des BMUV und UBA.....	73
5	Fazit	76
A	Literatur.....	77

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Überblick Gesamtstruktur des NaMoWe Vorhabens.....	22
Abbildung 2:	Projektbild – Digital Logistics @LHS	35
Abbildung 3:	Projektbild – Lebensqualität steigern durch #mobilwandel2035	36
Abbildung 4:	Projektbild – Mobil ans #werk.....	37
Abbildung 5:	Projektbild – MOSACA	38
Abbildung 6:	Projektbild – MOVE Solingen 2035.....	39
Abbildung 7:	Projektbild – Reallabor Hessen.....	40
Abbildung 8:	Projektbild – SMARNA (Smarte Nachbarschaft).....	41
Abbildung 9:	Projektbild – NINUPHH.....	42
Abbildung 10:	Projektbild – SNACKS	43
Abbildung 11:	Verteilung der Einreichungen auf Bundesländer	56
Abbildung 12:	Workshopflyer	64
Abbildung 13:	Tischvorlage "Gallery Walk"	66
Abbildung 14:	Tischvorlage Faltposter	67
Abbildung 15:	Dokumentation der Ergebnisse aus den Kleingruppen auf "Miro-Boards".....	68
Abbildung 16:	Personas (Gruppe 1: rechts; Gruppe 2: links).....	73

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Preisträger*innen des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW	15
Table 2:	Award winners of the national competition within the framework of the EMW	19
Tabelle 3:	Gewinnerprojekte des #mobilwandel2035 Wettbewerbs	23
Tabelle 4:	Übersicht zu den acht Kurzstudien und sechs korrespondierenden Web-Seminaren.....	26
Tabelle 5:	Übersicht Einzelberatungen	48
Tabelle 6:	Bewertungsfelder und Detailkriterien des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW	53
Tabelle 7:	Zahl der gültigen Beiträge zum Wettbewerb im Rahmen der EMW nach Kategorie	56
Tabelle 8:	Personelle Zusammensetzung der Jury des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW	57
Tabelle 9:	Preisträger*innen des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW	57

Abkürzungsverzeichnis

AP	Arbeitspaket
B.A.U.M.	B.A.U.M. Consult GmbH
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
BMUV	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz
ELLERY	Ellery Studio GbR
EMW	Europäische Mobilitätswoche
ILS	Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung GmbH
LHLK	LoeschHundLiepold GmbH
NaMoWe	Projekt „Nachhaltige Mobilitätswende“
UBA	Umweltbundesamt Berlin-Dessau
UBA AT	Umweltbundesamt Österreich

Zusammenfassung

Das Projekt widmete sich der Förderung einer nachhaltigen Mobilitätswende und setzte auf eine inter- und transdisziplinäre Herangehensweise, die wissenschaftliche Studien, kommunale Mobilitätsprojekte, einen nationalen Wettbewerb im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche und medienanalytische Untersuchungen miteinander verband. Ziel war es, innovative Ansätze zu identifizieren, Wissen zu generieren und dieses gezielt an verschiedene Zielgruppen zu vermitteln. Das Vorhaben gliederte sich in drei zentrale Bereiche:

Projektbereich 1: Wissenschaftliche ad hoc Beratung zu Mobilitätsthemen mit Umweltrelevanz und Erfahrungsaustausch relevanter Akteure

Im ersten Projektbereich wurden **acht wissenschaftliche Kurzstudien** erarbeitet und den kommunalen Projekten zur Verfügung gestellt, die relevante Themen der Mobilitätswende behandeln und den Wissens- und Erfahrungsaustausch in Deutschland und darüber hinaus ermöglichen.

1. Die Kurzstudie „**Umverteilung öffentlicher Räume**“ analysiert die ungleiche Flächenverteilung zugunsten des motorisierten Individualverkehrs und ihre negativen Folgen wie Emissionen und Flächenverbrauch. Sie zeigt, wie innovative Ansätze und temporäre Maßnahmen wie Pop-up-Radwege zur Förderung des Umweltverbunds beitragen und eine nachhaltige Neuverteilung des öffentlichen Raums ermöglichen können.
2. Die Kurzstudie „**Mobiles Arbeiten und berufsbedingte Mobilität**“ untersucht, wie neue Arbeitsorte und -formen, flexible Arbeitszeitmodelle, Homeoffice und Coworking zur Verkehrswende beitragen können. Sie hebt die Einsparpotenziale durch mobiles Arbeiten hervor, zeigt aber auch, dass Studien zu diesen Effekten teils widersprüchliche Ergebnisse liefern. Die COVID-19-Pandemie wird als Treiber flexibler Arbeitsgestaltung betrachtet, erschwert jedoch Prognosen für regionale und lokale Mobilitätsentwicklungen.
3. Die Kurzstudie zur „**Analyse und Management von Pendlerströmen**“ beleuchtet die Schlüsselrolle des Pendelverkehrs für die Verkehrswende, insbesondere in Stadt-Umland-Verbünden. Ein zentraler Aspekt ist das Zusammenspiel von Anreizen zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel (Pull-Ansatz) und Einschränkungen für den motorisierten Individualverkehr (Push-Ansatz). Wird auf restriktive Maßnahmen zur Begrenzung des Autoverkehrs verzichtet, können Rebound-Effekte auftreten, bei denen neue Kapazitäten für den Verkehr zu einer Zunahme des Autoverkehrs führen. Ein besonderer Fokus der Studie liegt auf der Zusammenarbeit regionaler Akteure, um den Pendelverkehr effektiv zu steuern und solche Rebound-Effekte zu vermeiden.
4. Die Kurzstudie zur „**Urbanen Logistik**“ zeigt, dass der wachsende Online-Handel den Lieferverkehr in Städten verstärkt, meist jedoch ausreichende Verkehrsdaten für eine nachhaltige Planung fehlen. Kommunen müssen den Wirtschaftsverkehr in den politischen Fokus zu rücken und den öffentlichen Raum zugunsten umweltfreundlicher Logistik umzustrukturieren. Maßnahmen wie Zufahrtsbeschränkungen, City-Hubs, emissionsarme Fahrzeuge und Transportradlogistik zeigen bereits erfolgreiche Ansätze zur Reduzierung von Verkehrskonflikten und Förderung nachhaltiger urbane Logistik.
5. Die Kurzstudie zur „**Aktiven Mobilität**“ betont, dass Fuß- und Radverkehr eine zentrale Rolle in der Mobilitätswende spielen, insbesondere in Kombination mit dem öffentlichen Verkehr. Aktive Mobilität trägt zur Minderung von THG-Emissionen bei, reduziert Verkehrsbelastungen und fördert Gesundheit. Ein erheblicher Teil der Autofahrten könnte durch Fuß- oder Radverkehr ersetzt werden, insbesondere auf kurzen Distanzen. Auch könnten langfristig knapp ein Viertel der Fahrten des deutschen Wirtschaftsverkehrs von Lastenrädern übernommen werden. Die Infrastruktur ist jedoch oft unzureichend, was den

Wechsel zu aktiver Mobilität erschwert. Eine Verbesserung der Bedingungen und eine stärkere Förderung des Fußverkehrs sind entscheidend, um das Potenzial aktiver Mobilität voll auszuschöpfen.

6. Die Kurzstudie zu „**Multimodalität und neuen Mobilitätsangeboten**“ untersucht die Rolle von multimodalen Verkehrssystemen als Alternative zur exklusiven Nutzung des privaten Pkw. Sie zeigt, dass der verstärkte Einsatz neuer Mobilitätsangebote wie Carsharing und Bikesharing zu einer Reduktion der Pkw-Nutzung führt, besonders bei kurzen Distanzen. Je multimodaler eine Person agiert, desto kürzer sind die zurückgelegten Distanzen mit dem privaten Pkw. Wichtig ist dabei, dass Multimodalität nachhaltig gestaltet wird, da der Einsatz fossil betriebener Verkehrsmittel negative Auswirkungen auf das Klima hat. Die Kommunen können durch das Zusammenspiel von Anreizen zur multimodalen Nutzung auf Basis des Fahrrads (Pull-Ansatz) und Einschränkungen für den monomodalen motorisierten Individualverkehr (Push-Ansatz) die Mobilitätswende vorantreiben.
7. Die Kurzstudie „**Wertewandel – Wissensbildung**“ betont die Bedeutung eines grundlegenden Wertewandels, um die Ziele einer nachhaltigen Mobilitätswende zu erreichen. Bewusstseinsbildende Maßnahmen, ergänzt durch rechtliche und finanzielle Strategien („push and pull“), können Autonutzer*innen motivieren, auf umweltfreundliche Alternativen umzusteigen. Um ein klimaverträgliches Verhalten in Mobilitätsfragen zu fördern, sind drei Faktoren entscheidend: ein entsprechendes Angebot und der Zugang dazu, die Möglichkeit und Fähigkeit, etwas zu ändern, sowie der Wille und die Motivation, Veränderungen umzusetzen. Prozesse der Verhaltensveränderungen verlaufen dabei in fünf Stufen: Wahrnehmen, Verstehen, Akzeptieren, Umsetzen und Habitualisieren neuer Mobilitätsweisen.
8. Die Kurzstudie „**Rebound-Effekte in der Mobilität**“ zeigt, dass Einsparungen durch Maßnahmen im Verkehr häufig durch Rebound-Effekte gemindert werden, z. B. durch effizientere Motoren, die zu mehr Fahrleistung führen. Solche Effekte treten besonders im motorisierten Individualverkehr auf und können das Erreichen von Energie- und Klimazielen gefährden. Die Studie untersucht Rebound-Risiken entlang der Ansätze „Vermeiden – Verlagern – Verbessern“ und hebt hervor, dass auch die besten Maßnahmen eine systematische Betrachtung benötigen, um unerwünschte Effekte frühzeitig zu erkennen. Für Kommunen sind spezifische Rebound-Effekte schwer zu identifizieren, aber ihre Berücksichtigung ist entscheidend, um politische Ziele zu erreichen.

Die Aktivitäten in Projektbereich 1 unterstützten den Wettbewerb [#mobilwandel2035](https://www.bmu.de/mobilwandel2035)¹ und die beteiligten Kommunen und Projektpartner*innen. Insbesondere an die zehn ausgezeichneten Projekte richteten sich die Angebote:

1. **Digital Logistics @LHS**: Eine Citylogistik-Plattform zur Generierung nachhaltiger und raumeffizienter Warenströme in der Region Stuttgart (Baden-Württemberg)
2. **Lebensqualität steigern durch #mobilwandel2035**: Ein breit angelegter Bürgerbeteiligungsprozess zur Entwicklung eines Zielbilds und Maßnahmen für nachhaltige Mobilität in Bad Honnef (NRW)
3. **Leitbild nachhaltige Mobilität 2035 für neue Stadtquartiere im Berliner Nordwesten**: Siemensstadt 2.0, Urban Tech Republic, Das Neue Gartenfeld und Waterkant (Berlin)
4. **Mobil ans #werk**: Förderung nachhaltiger berufsbedingter Mobilität in Burgwedel und dessen Gewerbegebieten (Niedersachsen)
5. **MOSACA**: Mobiles Arbeiten in wohnortnahen Satellitenbüros in Kombination mit nachhaltigen Verkehrsangeboten im Schwalm-Eder-Kreis (Hessen)

¹ <https://www.bmu.de/mobilwandel2035>

6. **MOVE Solingen 2035:** Die Entwicklung eines Zielbilds für nachhaltige Mobilität in der Stadt Solingen (Nordrhein-Westfalen)
7. **Reallabor Hessen:** Förderung der Mobilitätswende im ländlichen Raum in Trendelburg (Hessen)
8. **SMARNA:** Eine Smarte Nachbarschaft für die Mobilität der Zukunft in der Stadt Bredstedt (Schleswig-Holstein)
9. **NINUPHH:** Neue Impulse für eine nachhaltige Umgestaltung eines innerstädtischen Pendelkorridors zur Erhöhung der Lebensqualität vor Ort (Hamburg)
10. **SNACKS:** Nachhaltiger Lieferverkehr in Schwerin (Mecklenburg-Vorpommern)

Die durch den Wettbewerb ausgezeichneten kommunalen Projekte wurden für die Außendarstellung und Öffentlichkeitsarbeit visualisiert: **Illustrierte Projektbilder** verdeutlichten die Vielfalt innovativer Ansätze in der nachhaltigen Mobilitätsgestaltung.

Zudem wurden praxisorientierte Formate zur Unterstützung der #mobilwandel2035-Projekte entwickelt und durchgeführt, welche die Projekte nach ihren Bedürfnissen wahrnehmen konnten:

- ▶ Acht **Vernetzungsworkshops** zur Förderung des Austauschs zwischen den Gewinnerprojekten, zur Wissensvermittlung sowie zur Klärung weiterer Unterstützungsbedarfe
- ▶ Fünf **Einzelberatungen**, u. a. für den fachlichen Austausch und Dialog mit Schlüsselakteuren der jeweiligen Projekte
- ▶ Sechs **Web-Seminare** zur Vermittlung von Fachinhalten und konkreten Umsetzungsbeispielen auf Grundlage der durchgeführten Kurzstudien.

Diese Maßnahmen trugen dazu bei, lokale Akteur*innen in ihren Projektaktivitäten zu stärken und den interkommunalen Austausch zu fördern.

Projektbereich 2: Nationaler Wettbewerb der Europäischen Mobilitätswoche zur Förderung nachhaltiger Mobilität

Im Rahmen des zweiten Projektbereichs wurde ein nationaler Wettbewerb konzipiert und durchgeführt, der in die Europäische Mobilitätswoche (EMW) eingebettet war. Ziel war es, innovative kommunale Aktivitäten, die Kommunen und andere Akteure in der EMW durchführen, auszuzeichnen. Dafür konnten sich Kommunen und andere Akteure bewerben. Die Bewertungsfelder umfassten den Mobilitätswende-Effekt, Umweltaspekte, die lebenswerte Umwandlung von Verkehrsflächen mit Innovationsgehalt im Verhältnis zu den örtlichen Gegebenheiten, die Zielgruppenansprache, Reichweite und Praxistauglichkeit, das Transferpotenzial sowie den Integrationscharakter. Folgende vier Wettbewerbskategorien wurden festgelegt, in denen die Jury besonders innovative, reichweitenstarke und abwechslungsreiche Beiträge auswählte:

Wettbewerbskategorien

- ▶ Bestes EMW-Programm großer Kommunen (>100.000 Einwohner*innen)
- ▶ Bestes EMW-Programm kleiner Kommunen (<100.000 Einwohner*innen)
- ▶ Innovativste Aktion in der EMW
- ▶ Beste MOBILITY ACTION (nicht-kommunale Akteure)

Nach Ende des Bewerbungszeitraums am 19. November 2021 entfielen auf die vier Wettbewerbskategorien insgesamt 45 Beiträge von 39 Teilnehmenden. Im Zuge einer Jurysitzung wurden folgende Preisträger*innen ausgewählt:

Tabelle 1: Preisträger*innen des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW

Kategorie	Preisträger*innen
Bestes EMW-Programm großer Kommunen über 100.000 Einwohner*innen	1. Preis: Stadt Kassel 2. Preis: Stadt Bremen 3. Preis: Stadt Chemnitz
Bestes EMW-Programm kleiner Kommunen unter 100.000 Einwohner*innen	1. Preis: Große Kreisstadt Fürstfeldbruck 2. Preis: Stadt Lindau 3. Preis: Gemeinde Eitorf
Innovativste Aktion in der EMW (Kommunen)	1. Preis: Stadt Karlsruhe 2. Preis: Stadt Dortmund 3. Preis: Stadt Fürth
Beste MOBILITYACTION (nicht-kommunale Akteure)	1. Preis: Verkehrswende Leipzig 2. Preis: VCD Minden-Lübbecke Herford e. V. 3. Preis: Buchholz fährt Rad e. V.

Die begleitende Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit unterstützte die Sichtbarkeit und Nachahmbarkeit dieser Modellprojekte, um Anreize für weitere Kommunen zu schaffen. Nach der Preisverleihung wurden Good-Practice-Texte und Bilder veröffentlicht sowie Clipshows und Kurzfilme mit Impressionen und O-Tönen der Preisträger*innen produziert. Die Arbeit der Organisationsteams und Unterstützungsnetzwerke vor Ort wurde durch die als Preis ausgelobten Helferfests gewürdigt.

Projektbereich 3: Öffentliche Diskurse zu nachhaltiger Mobilität

Der dritte Projektbereich untersuchte öffentliche Diskurse und mediale Darstellungen von Alltags- und Freizeitmobilität, mit besonderem Fokus auf nachhaltigen Mobilitätsformen. In einem ersten Schritt wurde der aktuelle Forschungsstand zur medialen Verhandlung von Mobilität erschlossen. Darauf aufbauend erfolgte eine Medienanalyse ausgewählter TV- und Streamingformate sowie Expert*innen-Interviews mit Medienschaffenden.

Die Ergebnisse zeigten, dass die mediale Darstellung von Mobilität eine entscheidende Rolle für die Wahrnehmung und Gestaltung von Verkehrswendeprozessen einnimmt. Die Literaturanalyse zeigte, dass etablierte Narrative und Sprachmuster individueller Automobilität fortbestehen, jedoch erste mediale Veränderungen zugunsten alternativer Mobilitätsformen wie Radverkehr oder öffentlicher Verkehr erkennbar werden. Die Medienanalyse verdeutlichte, dass nachhaltige Mobilitätsoptionen, insbesondere im öffentlichen Personennahverkehr, unterrepräsentiert sind, wobei Streamingformate wie „How to Sell Drugs Online (Fast)“ für jüngere Zielgruppen häufiger umweltfreundliche Verkehrsmittel zeigen als klassische TV-Formate wie der „Tatort“. Die Interviews mit Medienschaffenden bestätigten die potenzielle Einflusskraft von Unterhaltungsmedien auf Mobilitätsverhalten, verwiesen jedoch auch auf finanzielle Hürden, etwa bei der Darstellung des ÖPNV sowie elektrifizierter PKW. Vorschläge zur Förderung nachhaltiger Mobilitätsdarstellungen umfassten die Sensibilisierung von Medienschaffenden, den Einsatz von Fachberater*innen sowie eine zielgerichtete Kulturförderung. Zusammenfassend plädierte die bereits veröffentlichte Studie für eine

reflektierte Medien(bild-)sprache, die hegemoniale Automobilitätsnarrative hinterfragt und umweltfreundliche Alternativen normalisiert.

Workshops mit Medienschaffenden und Akteur*innen aus Politik und Verwaltung trugen dazu bei, die gewonnenen Erkenntnisse praxisnah weiterzugeben. Insgesamt wurden drei Workshops durchgeführt, die auf den wissenschaftlichen Vorarbeiten aufbauten. Ziel war es, umweltfreundliche Mobilitätsoptionen praxisnah zu vermitteln und Kommunikationsstrategien für eine nachhaltige Mobilitätswende zu entwickeln. Die ersten beiden digitalen Workshops richteten sich an Medienschaffende, Mobilitätsexpert*innen und Nachhaltigkeits-Influencer*innen. Es wurde auf eine kreative und offene Atmosphäre abgezielt, um einen inspirierenden Austausch abseits alltäglicher Routinen zu ermöglichen. Der dritte Workshop richtete sich an Mitarbeitende des BMUV und UBA. Hier lag der Fokus auf der Integration der bisherigen Ergebnisse, der Ansprache spezifischer Kommunikationsherausforderungen und der Erarbeitung praxisorientierter Lösungsansätze. Die Workshops verfolgten zwei Hauptziele: Erstens, die Umweltwirkungen des Verkehrs zu verdeutlichen und nachhaltige Mobilitätskonzepte verständlich darzustellen; zweitens, die Teilnehmenden für kommunikative Herausforderungen zu sensibilisieren und ihnen Instrumente an die Hand zu geben, um ihre Kommunikationsziele zu erreichen.

Schlussfolgerungen

Das Projekt hat gezeigt, wie durch die enge Verknüpfung von Wissenschaft und Praxis innovative Lösungen für die Mobilitätswende entwickelt und umgesetzt werden können. Die Ergebnisse bieten wertvolle Impulse für Kommunen, Organisationen und die Öffentlichkeit, um nachhaltige Mobilität zu fördern. Ein besonderer Fokus lag auf der praxisnahen Unterstützung von Mobilitätsprojekten, der Vernetzung von Akteuren und auf der Erforschung und Verbesserung der medialen Darstellung nachhaltiger Mobilitätsformen, wodurch die nachhaltige Mobilitätswende sowohl lokal als auch gesellschaftlich gestärkt wurde. Die Ergebnisse aus allen drei Bereichen verdeutlichen die Bedeutung transdisziplinärer Ansätze und den fortlaufenden Dialog zwischen Forschung und Praxis für eine nachhaltige Mobilitätswende.

Summary

The project was dedicated to promoting a sustainable mobility transition and adopted an inter- and transdisciplinary approach that combined scientific studies, municipal mobility projects, a national competition as part of the European Mobility Week, and a media analysis. The goal was to identify innovative approaches, generate knowledge, and effectively communicate it to different target groups. The project was structured into three key areas:

Project Area 1: Scientific ad Hoc Consulting on Mobility Topics with Environmental Relevance and Knowledge Exchange among Key Stakeholders

In the first project area, eight scientific short studies were carried out, addressing key topics related to the mobility transition while facilitating knowledge and experience exchange both in Germany and beyond.

1. Short Study on the Redistribution of Public Spaces

This study analyses the unequal allocation of space favouring motorized individual transport and its negative consequences, such as emissions and land consumption. It highlights how innovative approaches and temporary measures, such as pop-up bike lanes, can support sustainable mobility and enable a sustainable redistribution of public space.

2. Short Study on Mobile Work and Work-Related Mobility

This study examines how new work locations and models, flexible working hours, remote work, and coworking can contribute to the mobility transition. It emphasizes the potential savings through mobile work while noting that studies on these effects often yield contradictory results. The COVID-19 pandemic is considered a driver of flexible work arrangements, though it complicates forecasts for regional and local mobility developments.

3. Short Study on the Analysis and Management of Commuter Flows

This study highlights the critical role of commuter traffic in the mobility transition, particularly in urban-periphery networks. A key focus is the interplay between incentives for using environmentally friendly transportation (pull approach) and restrictions on motorized individual transport (push approach). If restrictive measures to limit car use are not taken, rebound effects may occur, where increased traffic capacities lead to higher car usage. The study particularly emphasizes the importance of regional collaboration to effectively manage commuter traffic and mitigate these rebound effects.

4. Short Study on Urban Logistics

This study shows that the rise of e-commerce is increasing delivery traffic in cities, while sufficient traffic data for sustainable planning is often lacking. Municipalities must prioritize urban freight transport in policymaking and restructure public spaces to favour environmentally friendly logistics. Measures such as access restrictions, city hubs, low-emission vehicles, and cargo bike logistics have already demonstrated success in reducing traffic conflicts and promoting sustainable urban logistics.

5. Short Study on Active Mobility

Walking and cycling play a central role in the mobility transition, especially in combination with public transport. Active mobility helps reduce greenhouse gas emissions, alleviates traffic congestion, and promotes health. A significant share of car trips could be replaced by walking or cycling, particularly for short distances. In the long term, nearly a quarter of trips in German commercial transport could be shifted to cargo bikes. However, inadequate infrastructure hinders the shift to active mobility. Improving conditions and promoting pedestrian traffic are essential to fully unlock the potential of active mobility.

6. Short Study on Multimodality and New Mobility Services

This study examines the role of multimodal transport systems as an alternative to exclusive

private car use. It finds that increased adoption of new mobility services, such as car-sharing and bike-sharing, leads to reduced car use, particularly on short distances. The more multimodal a person's mobility behaviour, the shorter their private car trips tend to be. It is crucial to design multimodal mobility sustainably since the use of fossil-fuelled transport options negatively impact the climate. Municipalities can accelerate the mobility transition by combining incentives for bike-based multimodal transport (pull approach) with restrictions on monomodal motorized individual transport (push approach).

7. **Short Study on Value Change and Knowledge Building**

This study emphasizes the need for a fundamental shift in values to achieve a sustainable mobility transition. Awareness-building measures, combined with legal and financial strategies ("push and pull"), can encourage car users to switch to environmentally friendly alternatives. Three factors are crucial for promoting climate-friendly mobility behaviour: the availability and accessibility of alternatives, the ability and capacity to change, and the willingness and motivation to adopt new behaviours. Behaviour change occurs in five stages: perceiving, understanding, accepting, implementing, and habitualizing new mobility patterns.

8. **Short Study on Rebound Effects in Mobility**

This study shows that savings from transport-related measures are often offset by rebound effects, such as more efficient engines leading to increased driving distances. These effects are particularly common in motorized individual transport and can undermine energy and climate goals. The study analyses rebound risks based on the "avoid – shift – improve" approach and highlights the need for systematic evaluation of even the best measures to detect unintended consequences early. For municipalities, identifying specific rebound effects can be challenging, but addressing them is essential to achieving policy objectives.

The activities within Project Area 1 provided support for the #mobilwandel2035² competition as well as the participating municipalities and project partners. The offerings were particularly directed at the ten awarded projects:

1. **Digital Logistics @LHS** – A city logistics platform for generating sustainable and space-efficient goods flows in the Stuttgart region (Baden-Württemberg).
2. **Enhancing Quality of Life through #mobilwandel2035** – A broad citizen participation process for developing a vision and measures for sustainable mobility in Bad Honnef (North Rhine-Westphalia).
3. **Vision for Sustainable Mobility 2035 for New Urban Districts in Northwest Berlin** – Including Siemensstadt 2.0, Urban Tech Republic, Das Neue Gartenfeld, and Waterkant (Berlin).
4. **Mobil ans #werk** – Promoting sustainable work-related mobility in Burgwedel and its business districts (Lower Saxony).
5. **MOSACA** – Mobile working in satellite offices near residential areas, combined with sustainable transport options in the Schwalm-Eder district (Hesse).
6. **MOVE Solingen 2035** – Development of a vision for sustainable mobility in the city of Solingen (North Rhine-Westphalia).
7. **Reallabor Hessen** – Supporting the mobility transition in rural areas in Trendelburg (Hesse).
8. **SMARNA** – A smart neighborhood for the future of mobility in the city of Bredstedt (Schleswig-Holstein).
9. **NINUPHH** – New impulses for a sustainable transformation of an inner-city commuting corridor to improve local quality of life (Hamburg).

² <https://www.bmu.de/mobilwandel2035>

10. **SNacKS** – Sustainable logistics and delivery transport in the city of Schwerin (Mecklenburg-Western Pomerania).

These award-winning municipal projects were visualized for external presentation and public relations purposes. Illustrated project images highlighted the diversity of innovative approaches in sustainable mobility design.

Additionally, practice-oriented formats were developed and implemented to support the #mobilwandel2035 projects, allowing participants to take part based on their specific needs:

- ▶ Eight **network workshops** to promote exchange between the winning projects, facilitate knowledge transfer, and identify further support needs.
- ▶ Five **individual consultations**, including expert exchanges and dialogue with key stakeholders in the respective projects.
- ▶ Six **web seminars** to provide professional insights and concrete implementation examples based on the conducted short studies.

These measures helped strengthen local stakeholders in their project activities and foster inter-municipal exchange.

Project Area 2: National Competition within the European Mobility Week to Promote Sustainable Mobility

As part of the second project area, a national competition was designed and implemented, embedded within the European Mobility Week (EMW). The goal was to identify and reward activities during the European Mobility Week.

The evaluation criteria included the impact on the mobility transition, environmental aspects, the transformation of traffic spaces into liveable areas with an innovative approach adapted to local conditions, target group engagement, reach and practical feasibility, transfer potential, and integration capacity. The competition was divided into four categories, in which the jury selected particularly innovative, far-reaching, and diverse contributions:

Categories

- ▶ Best EMW Program for Large Municipalities (>100,000 inhabitants)
- ▶ Best EMW Program for Small Municipalities (<100,000 inhabitants)
- ▶ Most Innovative Action in the EMW
- ▶ Best MOBILITY ACTION (for non-municipal actors)

By the application deadline on November 19, 2021, a total of 45 submissions were received from 39 participants across the four competition categories. During a jury session, the following winners were selected:

Table 2: Award winners of the national competition within the framework of the EMW

Categories	Winners
Best EMW Program for Large Municipalities (>100,000 inhabitants)	1st Prize: City of Kassel 2nd Prize: City of Bremen 3rd Prize: City of Chemnitz

Categories	Winners
Best EMW Program for Small Municipalities (<100,000 inhabitants)	1st Prize: Large District Town of Fürstentfeldbruck 2nd Prize: City of Lindau 3rd Prize: Municipality of Eitorf
Most Innovative Action in the EMW	1st Prize: City of Karlsruhe 2nd Prize: City of Dortmund 3rd Prize: City of Fürth
Best MOBILITY ACTION (for non-municipal actors)	1st Prize: Verkehrswende Leipzig 2nd Prize: VCD Minden-Lübbecke Herford e. V. 3rd Prize: Buchholz fährt Rad e. V.

The accompanying communication and public relations efforts enhanced the visibility and replicability of these model projects, aiming to inspire other municipalities to follow suit. After the award ceremony, good-practice articles and images were published, along with clip shows and short films featuring impressions and statements from the winners.

Project Area 3: Public Discourses on Sustainable Mobility

The third project area examined public discourses and depiction of everyday mobility in the entertainment media, with a particular focus on sustainable mobility forms. The research began by reviewing the current state of academic literature on the depiction of mobility in the entertainment media. Building on this, a media analysis of selected TV and streaming formats was conducted, complemented by expert interviews with media professionals.

The findings indicate that media representations of mobility play a crucial role in shaping public perception and influencing mobility transformation. The literature review revealed that established narratives and linguistic patterns favouring individual car use persist, though initial shifts in media coverage toward alternative mobility options, such as cycling and public transport, are becoming evident. The media analysis demonstrated that sustainable mobility options, particularly public transportation, remain underrepresented. However, streaming formats like *How to Sell Drugs Online (Fast)* more frequently depict environmentally friendly transport modes for younger audiences compared to traditional TV shows such as *Tatort*. Expert interviews with media professionals confirmed the potential impact of entertainment media on mobility behaviour but also highlighted financial barriers, such as the high costs associated with portraying public transport and electric vehicles in productions. Recommendations to promote sustainable mobility representations include raising awareness among media professionals, employing specialized consultants, and implementing targeted cultural funding. In summary, the study advocates for a more reflective media (visual) language that challenges dominant car-centric narratives and normalizes environmentally friendly alternatives.

Workshops with media professionals and stakeholders from politics and administration were conducted to translate these findings into practical applications. A total of three workshops were held, building on the scientific groundwork. The aim was to communicate environmentally friendly mobility options in a hands-on manner and develop communication strategies for a sustainable mobility transition. The first two digital workshops targeted media professionals, mobility experts, and sustainability influencers. These sessions fostered a creative and open atmosphere to encourage inspiring exchanges. The third workshop was designed for employees of the German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Nuclear Safety and Consumer Protection (BMUV) and the German Environment Agency (UBA). This session focused on integrating previous findings, addressing specific communication challenges, and developing practical solutions. The workshops pursued two primary objectives:

1. To highlight the environmental impact of transport and present sustainable mobility concepts in an accessible way.
2. To raise participants' awareness of communication challenges and equip them with tools to effectively achieve their communication goals.

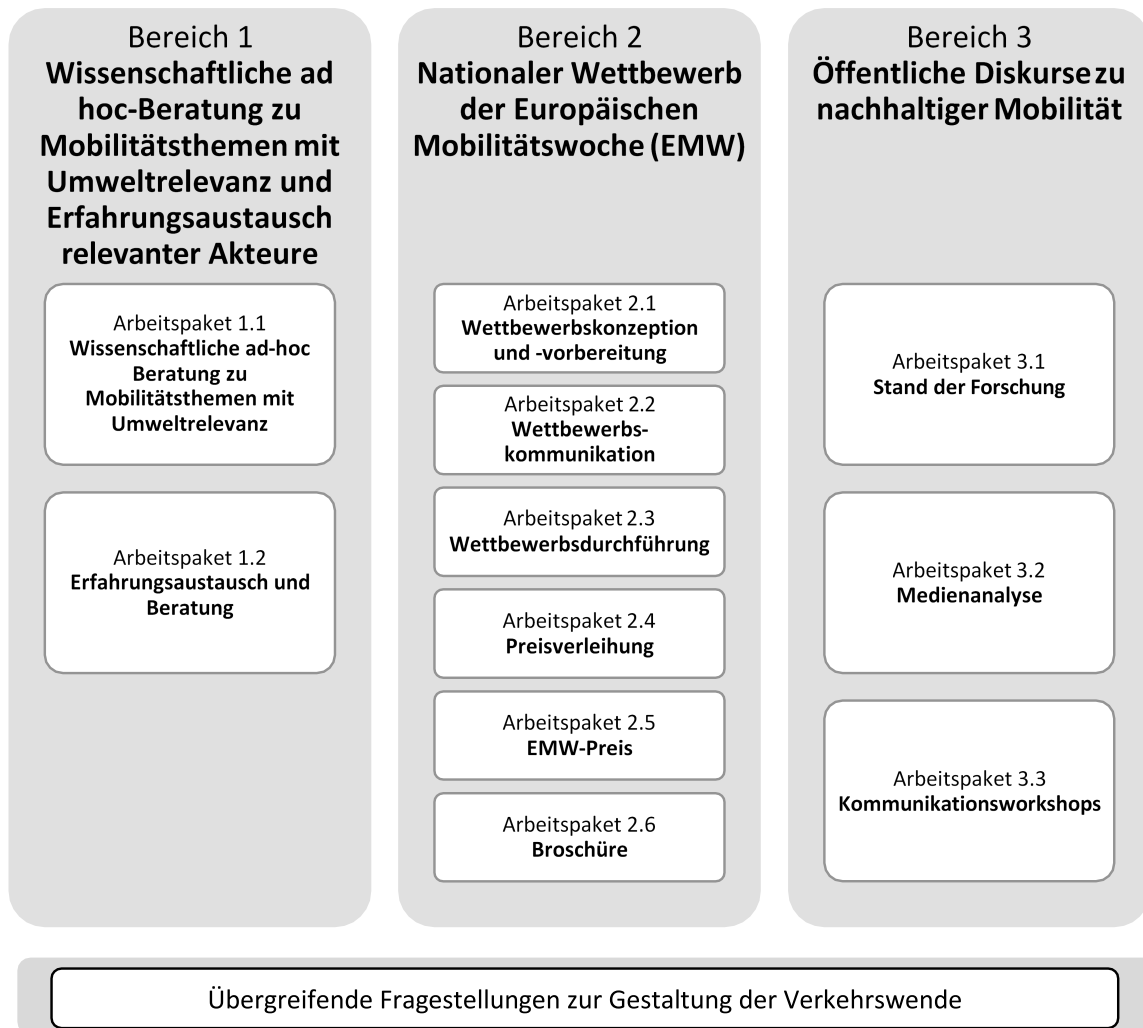
Conclusions

The project has demonstrated how the close integration of science and practice can lead to the development and implementation of innovative solutions for the mobility transformation. The results provide valuable insights for municipalities, organizations, and the public to promote sustainable mobility. A key focus was placed on the practical support of mobility projects, the networking of stakeholders, and the examination and enhancement of media representations of sustainable mobility. These efforts have strengthened the sustainable mobility transformation both at the local and societal level. The findings across all three project areas highlight the importance of transdisciplinary approaches and the ongoing dialogue between research and practice as essential drivers of a successful and sustainable mobility transformation.

1 Einleitung

Vor dem Hintergrund des am 4. November 2016 in Kraft getretenen Pariser Klimaübereinkommens trägt das Forschungsvorhaben „Nachhaltige Mobilitätswende“ (im Folgenden kurz „NaMoWe“) dazu bei, diese Klimaziele im Handlungsfeld der nachhaltigen Mobilität zu erreichen. In seinen unterschiedlichen Projektbereichen adressiert es sowohl die kommunale Ebene als auch die deutschlandweite Medienlandschaft. Einen Überblick über die Gesamtstruktur des Projektes gibt die untenstehende Abbildung:

Abbildung 1: Überblick Gesamtstruktur des NaMoWe Vorhabens




Quelle: eigene Darstellung, B.A.U.M. Consult GmbH

Das erste Arbeitspaket widmete sich zentralen Fragen der Wirkung und Gestaltbarkeit von Maßnahmen für die Verkehrswende, die in **acht thematisch fokussierten Kurzstudien** untersucht wurden. Diese Studien decken aktuelle Herausforderungen und Chancen ab, die anhand wissenschaftlicher Expertise, nationaler und internationaler Studien sowie den thematischen Ansätzen der Gewinnerprojekte als relevant für die Umsetzung der Verkehrswende identifiziert wurden. Die Themenblöcke sind eng miteinander verzahnt und beleuchten Wechselwirkungen umfassend und prägnant. Sie bieten eine solide Grundlage für weitere Arbeitsschritte, darunter den Erfahrungsaustausch mit Kommunen und lokalen Stakeholdern (AP 1.2). Zudem bereiten sie die wissenschaftliche Analyse öffentlicher Diskurse zur nachhaltigen Mobilität (AP 3.1) vor.

Die Verkehrswende wird lokal gestaltet und erfordert die Mitwirkung kommunaler und regionaler Akteure. Im Rahmen von acht Vernetzungsworkshops und sechs praxisorientierten Web-Seminaren konnten Teilnehmende Erfahrungen austauschen, Fachwissen erwerben und neue Impulse für die Umsetzung vor Ort erhalten. Diese Formate legten den Grundstein für eine langfristige interkommunale Zusammenarbeit und stärkten die Handlungsfähigkeit der Kommunen durch fachliche Beratung und Netzwerkarbeit.

Die Aktivitäten in Bereich 1 unterstützen den **Wettbewerb #mobilwandel2035**³ und die beteiligten Kommunen und Projektpartner*innen. Hintergrund des Wettbewerbs sind die aktuellen Entwicklungen und zukünftigen Herausforderungen im Verkehrsbereich wie Urbanisierung, demografischen Wandel, technologische Entwicklungen und Stadt-Umland-Verflechtungen. Ziel des Wettbewerbs war es, neue Impulse für eine umwelt- und sozialverträgliche Mobilität, für positive Nachhaltigkeitswirkungen auf Klima und Umwelt sowie Mensch und Gesellschaft und damit insgesamt mehr Lebensqualität für alle zu schaffen. Mit dem Wettbewerb unterstützte das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (im Folgenden kurz „BMUV“) die partizipative Erarbeitung von Zielbildern für eine nachhaltige Mobilität im Jahr 2035 sowie die Umsetzung konkreter Maßnahmen zur Erreichung des Zielbildes. Die Zielbilder erlauben dabei einen langfristigen Blick in die Zukunft. Am 11. Februar 2021 wurden die 10 Gewinnerprojekte des Wettbewerbs aus knapp 140 Bewerbungen ausgewählt:

Tabelle 3: Gewinnerprojekte des #mobilwandel2035 Wettbewerbs

Gewinnerprojekte	Karte der Projekte
1. Digital_Logistics @ LHS - Eine Citylogistik-Plattform zur Generierung nachhaltiger und raumeffizienter Warenströme in der Region Stuttgart (Baden-Württemberg)	
2. Lebensqualität steigern durch #mobilwandel2035 Bad Honnef (NRW)	
3. Leitbild nachhaltige Mobilität 2035 für neue Stadtquartiere im Berliner Nordwesten: Siemensstadt 2.0, Urban Tech Republic, Das Neue Gartenfeld und Waterkant	
4. mobil ans #werk – gemeinsam mit Unternehmen mobil Burgwedel (Niedersachsen)	
5. Mobiles Arbeiten in wohnortnahen Satellitenbüros und CarSharing für Pendelfahrten im Schwalm-Eder-Kreis (Hessen)	
6. "MOVE Solingen 2035" Mehr MOBilität mit weniger VERkehr – Das Solinger Zielbild für nachhaltige Mobilität Solingen (Nordrhein-Westfalen)	
7. Reallabor Hessen - Trendelburg (Hessen)	
8. Smarter Marktplatz für die Mobilität der Zukunft Bredstedt und andere Kommunen (Schleswig-Holstein)	
9. Neue Impulse für eine Nachhaltige Umgestaltung eines innerstädtischen Pendelkorridors zur Erhöhung der Lebensqualität vor Ort (Hamburg)	
10. Digital_Logistics @ LHS - Eine Citylogistik-Plattform zur Generierung nachhaltiger und raumeffizienter Warenströme in der Region Stuttgart (Baden-Württemberg)	

³ <https://www.bmuv.de/mobilwandel2035>

Gewinnerprojekte	Karte der Projekte
10. Der Schweriner Lieferverkehr der Zukunft – nachhaltig, automatisiert, kunden- und serviceorientiert (SNACKS) (Mecklenburg-Vorpommern)	

Quelle: Eigene Darstellung, B.A.U.M. Consult GmbH

Für die zweite Phase des zweistufigen #mobilwandel2035-Wettbewerbs wurden folgende Projekte ausgewählt:

1. **MOSACA II** – Mobiles Arbeiten in wohnortnahen Satellitenbüros in Kombination mit nachhaltigen Verkehrsangeboten in **Nordhessen** (Universität Kassel) (Hessen)
2. **SNACKS 2.0** – Der Schweriner Lieferverkehr der Zukunft – nachhaltig, automatisiert, kunden- und serviceorientiert, **Landeshauptstadt Schwerin** (Institut Stadt/Mobilität/Energie GmbH (ISME)) (Mecklenburg-Vorpommern)
3. **GreenPickUp** – Digitale Plattform zur Steuerung einer emissionsminimalen City-Logistik durch GreenPickUps in lebenswerten Innenstädten 2035, **LH Stuttgart** (Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO)) (Baden-Württemberg)
4. **SMARNA** – Smarte Nachbarschaft für die Mobilität der Zukunft, **Stadt Bredstedt** (Schleswig-Holstein)
5. **mobil ans #werk** – Gemeinsam, Infrastruktur, Mobilitätskultur (#MAW), **Stadt Burgwedel**

Im Rahmen des **Projektbereichs 2** wurde ein nationaler Wettbewerb entwickelt und umgesetzt, der in die Europäische Mobilitätswoche (EMW) integriert war. Ziel des Wettbewerbs war es, herausragende Aktivitäten im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche auszuzeichnen. Die Bewertungskriterien umfassten den Beitrag zur Mobilitätswende, ökologische Aspekte, die innovative Umgestaltung von Verkehrsflächen unter Berücksichtigung lokaler Gegebenheiten, die Ansprache relevanter Zielgruppen, Reichweite und Praxistauglichkeit, das Transferpotenzial sowie den Integrationscharakter.

Dabei wurden vier Wettbewerbskategorien definiert, in denen eine Jury besonders kreative, reichweitenstarke und vielfältige Beiträge prämierte:

Wettbewerbskategorien

- ▶ Bestes EMW-Programm großer Kommunen (>100.000 Einwohner*innen)
- ▶ Bestes EMW-Programm kleiner Kommunen (<100.000 Einwohner*innen)
- ▶ Innovativste Aktion in der EMW
- ▶ Beste MOBILITY ACTION (nicht-kommunale Akteure)

Eine gezielte Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit begleitete den Wettbewerb, um die ausgezeichneten Modellprojekte sichtbar zu machen und Nachahmungsimpulse für weitere Kommunen zu setzen. Nach der Preisverleihung wurden Best-Practice-Berichte und Bilder veröffentlicht sowie Clipshows und Kurzfilme mit Impressionen und Originaltönen der Gewinner*innen produziert. Die Arbeit der Organisationsteams und Unterstützungsnetzwerke vor Ort wurde durch die als Preis ausgelobten Helferfests gewürdigt.

Projektbereich 3 widmete sich der Untersuchung öffentlicher Diskurse zur nachhaltigen Mobilität, wobei der Fokus insbesondere auf der medialen Verhandlung von Alltags- und Freizeitmobilität lag. Ziel war es, die Darstellung von Mobilität in verschiedenen Unterhaltungsformaten zu analysieren und die dabei erzeugten Narrative hinsichtlich ihrer

Förderung nachhaltiger Mobilitätspraktiken zu bewerten. Ausgangspunkt der Analyse war eine systematische Literatursichtung, die den aktuellen Forschungsstand zur medialen Verhandlung nachhaltiger Mobilität erschließt (AP 3.1). Aufbauend darauf erfolgt eine detaillierte Untersuchung von Mobilitätsdarstellungen in deutschsprachigen Unterhaltungsmedien, ergänzt durch Interviews mit Expert*innen aus den Bereichen Mobilität und Medien (AP 3.2). Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Analyse flossen in Workshops mit Medienschaffenden sowie Mitarbeitenden des BMUV und des UBA ein, um das generierte Wissen zielgruppenspezifisch aufzubereiten und Handlungspotenziale zu identifizieren (AP 3.3).

Ein zentraler Ansatzpunkt des Arbeitspakets war die Erkenntnis, dass Unterhaltungsmedien eine Schlüsselrolle in der gesellschaftlichen Wahrnehmung von Mobilität einnehmen. Sie können Normen und Werte nicht nur widerspiegeln, sondern auch aktiv formen. Im Fokus der Analyse stehen daher nicht informative Medien wie Nachrichten, sondern Unterhaltungsformate, die durch ihre breite Rezeption besonders starken Einfluss auf die Meinungsbildung ausüben.

In den nachfolgenden Kapiteln werden die Inhalte der zuvor beschriebenen Arbeitspakete umfassend erläutert und deren Ergebnisse präsentiert.

2 Bereich 1: Wissenschaftliche ad hoc Beratung zu Mobilitätsthemen mit Umweltrelevanz und Erfahrungsaustausch relevanter Akteure

Die Aktivitäten in Bereich 1 unterstützten in erster Linie den Wettbewerb #mobilwandel2035 und die beteiligten Kommunen und Projektpartner*innen. Ein Teil der Angebote wurde dem gesamten Bewerber*innen-Kreis unterbreitet, der Schwerpunkt lag jedoch auf der Förderung der ausgewählten Projekte.

Die Unterstützungsangebote begleiteten den Wettbewerb in beiden Förderphasen. Der Schwerpunkt lag auf der ersten Phase bis Mai 2022, in der die Zielbilder im Hinblick auf eine nachhaltige Mobilität 2035 entwickelt wurden. Ein Teil der Angebote richtete sich darüber hinaus an die 5 Projekte, die für die Umsetzungsphase ab Anfang 2023 ausgewählt wurden. Die Unterstützungsangebote umfassten Kurzstudien, Projektbilder (beides AP 1.1), Vernetzungsworkshops, Einzelberatungen und Web-Seminare (alle AP 1.2).

2.1 Wissenschaftliche Kurzstudien zu Mobilitätsthemen mit Umweltrelevanz

Im Mittelpunkt von AP 1.1. standen acht Kurzstudien, die einen über Deutschland hinausgehenden Wissens- und Erfahrungstransfer zu relevanten Themen der Mobilitätswende im Allgemeinen und der Gewinnerprojekte im Speziellen ermöglichen. Alle Kurzstudien folgen einer dreistufigen Gliederungslogik:

1. **Stand der Forschung** (Daten und Fakten auf nationaler und internationaler Ebene)
2. **Relevanz für die Verkehrswende** (Chancen und Risiken für eine nachhaltige Transformation)
3. **Maßnahmen, Management und Handlungsansätze**

Die Themen der Kurzstudien wurden aus den Interessen und Bedarfen der Gewinnerprojekte abgeleitet. Insgesamt acht Kurzstudien wurden durchgeführt. Die Ergebnisse der Kurzstudien wurden in Web-Seminaren den Gewinnerprojekten und einem breiten Interessent*innen-Kreis aus Wissenschaft und Praxis vorgestellt. Die Themen der Kurzstudien und Web-Seminare sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 4: Übersicht zu den acht Kurzstudien und sechs korrespondierenden Web-Seminaren

Kurzstudie	Korrespondierendes Web-Seminar
1. Umverteilung öffentlicher Räume (UBA AT)	Umverteilung öffentlicher Räume
2. Mobiles Arbeiten und berufsbedingte Mobilität (ILS)	Mobiles Arbeiten und Pendeln
3. Analyse und Management von Pendlerströmen (ILS)	Mobiles Arbeiten und Pendeln
4. Urbane Logistik (UBA AT)	Urbane Logistik
5. Aktive Mobilität / Zufußgehen und Radfahren (UBA AT)	Aktive Mobilität / Zufußgehen und Radfahren
6. Multimodalität & neue Mobilitätsangebote (ILS)	Multimodalität & neue Mobilitätsangebote
7. Wertewandel & Wissensbildung: „Mobilitätswende beginnt im Kopf (UBA AT)	Wertewandel & Wissensbildung
8. Rebound-Effekte in der Mobilität (UBA AT)	Kein Web-Seminar

Die folgenden Kapitel bieten eine kompakte inhaltliche Zusammenfassung der acht durchgeführten Kurzstudien sowie die entsprechenden Links zum Herunterladen der Studien.

2.1.1 Kurzstudie „Umverteilung öffentlicher Räume“ des Umweltbundesamts Österreich

Die momentane Verteilung der Verkehrsflächen fällt vielerorts zu Ungunsten des Umweltverbunds (aktive Mobilität, öffentlicher Verkehr, Sharing-Dienste) und zu Gunsten des motorisierten Individualverkehrs aus. Gerade zur Zeit und als Folge der COVID-19 Pandemie ist die Umverteilung wieder vermehrt Thema geworden, etwa in Form von Pop-up Radwegen. Die Kurzstudie erläutert die Hintergründe und den Status quo der Verteilung des öffentlichen Raums, vor allem in urbanen Bereichen. Dabei wird das Ungleichgewicht zu Gunsten des motorisierten Individualverkehrs deutlich, in Deutschland wie international. Umweltfreundlichen Verkehrsmitteln wurden in der „traditionellen“ autoorientierten Verkehrsplanung nach dem zweiten Weltkrieg oft nicht ausreichende Flächen zugeordnet, was zur Planung „autogerechter Städte“ führte. Das verursacht negative Effekte wie hohe Treibhausgas- und Luftschadstoffemissionen, Lärmbelastung und Flächenverbrauch bzw. -versiegelung und führt in weiterer Folge zu Gesundheitsbelastungen, Hitzeschäden und Biodiversitätsverlust.

In der Umverteilung des öffentlichen Raums zugunsten des Umweltverbunds liegen große Potenziale, diese negativen Auswirkungen und Folgen deutlich zu reduzieren: Je mehr Flächen den umweltfreundlicheren Verkehrsarten gewidmet werden, desto höher wird deren Anteil am Verkehrsaufkommen sein. Gelegenheit zum „Realitätscheck“ bieten temporäre Maßnahmen wie Pop-up Radwege und verkehrsberuhigte Zonen in Folge der COVID-19 Pandemie. Eine nachhaltige Umverteilung ist auch eine Frage der Verstetigung dieser Angebote.

Mögliche Maßnahmen zur Umverteilung können rechtlicher, investiver, gestalterischer, technologischer oder bewusstseinsbildender Natur sein. Meist handelte es sich um eine Mischung unterschiedlicher Ansätze. Die beschriebenen Konzepte und Beispiele wie die 15-Minuten-Stadt, der Rückbau von Straßen, die Errichtung von Begegnungszonen oder die Verordnung von Einfahrts- und Parkverboten zeigten geplante oder bereits umgesetzte Maßnahmen auf. Eine steigende Anzahl an Städten und Kommunen implementiert innovative Ansätze für eine Neuaufteilung ihrer öffentlichen Räume.

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmajG52EN9e>

2.1.2 Kurzstudie „Mobiles Arbeiten und berufsbedingte Mobilität“ des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung

Im Mittelpunkt der Kurzstudie „Mobiles Arbeiten und berufsbedingte Mobilität“ stehen (neue) Orte und Formen einer veränderten Arbeitswelt und die daraus resultierenden verkehrlichen Wirkungen. Die Kurzstudie weist besondere Bezüge zu den Gewinnerprojekten auf: Lebensqualität steigern durch #mobilwandel2035 (Bad Honnef), mobil ans #werk – gemeinsam mit Unternehmen mobil (Burgwedel), Mobiles Arbeiten/Car-Sharing (Schwalm-Eder-Kreis) sowie Move – Mehr Mobilität mit weniger Verkehr (Solingen).

Die Kurzstudie erforschte, welche Chancen und Risiken sich für eine nachhaltige Verkehrswende ergeben und wirft zudem den Blick auf mögliche Gestaltungsansätze einer mit der Verkehrswende konformen Arbeitswelt. Zugrunde gelegt wurden Daten und Fakten zur

berufsbedingten Mobilität, die in erheblichem Umfang nicht zu einem nachhaltigen Verkehrsgeschehen in Deutschland beitragen. Ausgewählte Arbeitsorte- und -formen, eine flexible Arbeitszeitgestaltung, das Homeoffice sowie Coworking wurden näher beleuchtet und versucht, anhand verschiedenster Studien ihre (Einspar-)Potenziale zu bewerten. Die Betrachtung des mobilen Arbeitens mit all seinen Facetten zeigte Chancen für eine nachhaltige Mobilitätswende auf, auch wenn die betrachteten nationalen und internationalen Studien zum Teil zu unterschiedlichen Einschätzungen kamen, was die direkte Übersetzung in ein verändertes nachhaltiges Verkehrsgeschehen beinhaltete. Berücksichtigung fand auch die COVID-19-Pandemie, die zumindest für bestimmte Branchen ein besonderer Treiber der flexiblen Arbeitsgestaltung war, andererseits aber auch eine Abschätzung zukünftiger verkehrlicher Entwicklungen auf lokaler und regionaler Ebene nochmals erschwerte. Festzuhalten gilt, dass die Zukunft der Arbeitswelt ein Ausgangspunkt für die Veränderungen in der Mobilitätsnachfrage und den individuellen und strukturellen Mobilitätsmöglichkeiten darstellt. Die Autor*innen resümierten, dass letztlich nicht prognostiziert werden konnte, ob eine mobile, flexible Arbeitswelt ein wesentlicher Treiber einer nachhaltigen Mobilitätswende sein kann, aber ein kürzeres und gesünderes Pendeln für alle Beschäftigten erstrebenswert ist.

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://www.ils-forschung.de/projektergebnisse/namowe-kurzstudien/>

2.1.3 Kurzstudie „Analyse und Management von Pendlerströmen“ des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung

Der Pendelverkehr nimmt auf dem Weg zur Verkehrswende eine Schlüsselrolle ein. Typische Verkehrsprobleme wie steigende Distanzen und die Dominanz des motorisierten Individualverkehrs treten hier in verdichteter Form auf. Hinzu kommt, dass Pendelverkehre vor allem im Verbund von Stadt und Umland auftreten, was regional abgestimmte Konzepte und Maßnahmen notwendig macht. Die Kurzstudie ist damit insbesondere für die Gewinnerprojekte relevant, die eine nachhaltige Gestaltung des Berufsverkehrs im Stadt-Umland-Verbund zum Ziel haben, d. h. vor allem mobil ans #werk – gemeinsam mit Unternehmen mobil (Burgwedel), Verbindungen stärken, Trennung überwinden (Hamburg) und MOVE – Mehr Mobilität mit weniger Verkehr (Solingen).

Die Kurzstudie stellte zunächst die Kennwerte und Trends des Pendelgeschehens in Deutschland vor, woraufhin die raum- und sozialstrukturellen Ursachen und Rahmenbedingungen wie Suburbanisierungsprozesse und entfernungsintensive Lebensweisen diskutiert wurden. Die Zunahme des Pendelns mit dem Auto ist verbunden mit negativen Folgen wie dem Ausstoß klimaschädlicher Emissionen, zunehmendem Straßenbau und Flächenverbrauch sowie Belastungen für die Lebensqualität und die physische und psychische Gesundheit von Pendler*innen und Anwohner*innen. Die diesbezüglichen Handlungsmöglichkeiten der Kommunen umfassen u. a. infrastrukturelle, planerische, regulatorische und organisatorische Maßnahmen. Diskutiert wurde zudem das Zusammenspiel von Anreizen zur Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel auf dem Weg zur Arbeit (Pull-Ansatz) und Einschränkungen für den motorisierten Individualverkehr (Push-Ansatz). Insbesondere eine Vernachlässigung von restriktiven Maßnahmen zur Begrenzung des Autoverkehrs kann demnach zu Rebound-Effekten führen, d. h. durch Verkehrsverlagerung freiwerdende infrastrukturellen Kapazitäten induzieren neuen Autoverkehr.

Die Studie schließt mit der besonderen Herausforderung der Kooperation regionaler Akteure, die notwendig ist, um den Pendelverkehr im Stadt-Umland-Verbund wirkungsvoll zu steuern.

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://www.ils-forschung.de/projektergebnisse/namowe-kurzstudien/>

2.1.4 Kurzstudie „Urbane Logistik“ des Umweltbundesamts Österreich

Auch in Zukunft werden Güterströme in urbanen Räumen weiter zunehmen und mit ihnen die negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt. Nicht zuletzt auch bedingt durch die COVID-19-Pandemie wuchs der Online-Handel und damit der Lieferverkehr auf der letzten Meile in Kommunen und Städten. Besonders das steigende Verkehrsaufkommen der KEP-Dienste (Kurier-Express-Paket-Dienste) der letzten Jahre wurde stark vom wachsenden Online-Handel getrieben. Damit Kommunen das Güterverkehrsaufkommen gut einschätzen und geeignete gegensteuernde Maßnahmen ergreifen können, fehlt es oft an Daten: Über ein Drittel der Mittelstädte und knapp ein Viertel der Großstädte weist eine unzureichende Verkehrsdatenlage auf, um datenbasierte Entwicklungsprogramme für den lokalen Güterverkehr entwickeln zu können. Die Kommunen wünschen sich finanzielle Unterstützung seitens des Bundes und der Länder.

Kommunen und Städte müssen den Wirtschaftsverkehr und die urbane Logistik auf die politische Agenda setzen und in ihre Gesamtanstrengungen einbetten, um den Verkehr nachhaltiger zu gestalten. Das knappe Gut öffentlicher Verkehrsraum muss in Richtung Umweltverbund umverteilt werden. Damit steigt die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Ein geringerer Anteil motorisierten Individualverkehrs lässt auch mehr Raum für die Güterversorgung bzw. eine nachhaltige urbane Logistik zu. Das leistet in Kooperation mit den Stakeholdern - u. a. der Logistikbranche - einen Beitrag zur nachhaltigen Mobilitätswende. Doch wird der kommunale Handlungsspielraum vielfach als begrenzt angesehen. Es braucht eindeutige gesetzliche Regelungen und Anpassungen, etwa die Weiterentwicklung der Umweltzonen in Richtung „Null-Emissionszonen“.

Zahlreiche Ansätze und Pilotprojekte sowie gute Beispiele zeigen aber, wie Kommunen bereits jetzt versuchen, Güterströme und urbane Logistik nachhaltiger zu gestalten und Verkehrskonflikte mit anderen Straßennutzer*innen zu vermeiden:

- ▶ Zufahrtsbeschränkungen (Ein- bzw. Durchfahrtsverbote)
- ▶ Verkehrslenkung, Lkw-Führungsnetze und Lkw-Navigation
- ▶ City-Hubs und Entwicklung regionaler Gewerbeflächen
- ▶ emissionsarme Fahrzeuge
- ▶ Transportradlogistik und Mikro-Hubs
- ▶ Belieferung an Tagesrandzeiten
- ▶ Ladezonen bzw. intelligente/interaktive Lieferzonen.

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

2.1.5 Kurzstudie „Aktive Mobilität“ (Zufußgehen und Radfahren) des Umweltbundesamts Österreich

Die aktive Mobilität, insbesondere der Fuß- und Radverkehr, spielt eine zentrale Rolle für die Mobilitätswende, insbesondere in Kombination mit dem öffentlichen Verkehr (ÖV). Rad- und Fußverkehr ist gesund, klimafreundlich, umweltschonend, energieeffizient, platzsparend, geräuscharm, günstig und resilient. Aktive Mobilität braucht aber auch geeignete Voraussetzungen und Rahmenbedingungen. Das THG-Minderungspotenzial technischer Lösungen zur Verbesserung des Verkehrs (bspw. durch Elektrifizierung) reicht nicht aus, um die Klimaziele im Verkehr zu erreichen. Es braucht auch Verkehrsverlagerung und Verkehrsvermeidung. Aktive Mobilität kann in allen drei Bereichen einen wichtigen Beitrag liefern.

Ein erheblicher Anteil der Pkw-Fahrten liegt in Reichweite aktiver Mobilitätsformen: Etwa 11 % der Wege sind kürzer als 1 km und könnten potenziell zu Fuß bewältigt werden. Über 40 % der Fahrten sind kürzer als 5 km, wobei insbesondere im urbanen Raum das Fahrrad häufig die schnellere Alternative darstellt.

Das Umweltbundesamt schätzt, dass die Maßnahme „Stärkung des Umweltverbunds“ im Jahr 2030 eine zusätzliche Treibhausgasminderung von 2 bis 3 Millionen Tonnen CO₂-Äquivalent bewirken könnte, über die im Projektionsbericht 2021 beschriebene Entwicklung hinaus (Umweltbundesamt, 2022). Auch im Güterverkehr kann aktive Mobilität dazu beitragen, überfüllte Straßen zu entlasten sowie Schadstoffemissionen und Lärmbelastungen zu reduzieren. Eine Studie des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt im Jahr 2016 analysierte mit knapp vier Milliarden Fahrten 9 % des deutschen Wirtschaftsverkehrs. Langfristig könnten knapp ein Viertel der betrachteten Fahrten von Lastenrädern übernommen werden.

Die Rahmenbedingungen für die aktive Mobilität sind derzeit häufig noch nicht optimal, was eine vollständige Entfaltung ihres Potenzials erschwert. Straßen- und Straßenverkehrsrecht räumen dem Autoverkehr oft eine unverhältnismäßig hohe Priorität ein, während die aktive Mobilität zu wenig Beachtung findet. In der Verkehrsplanung und baulichen Umsetzung führt dies häufig zu schmalen Gehwegen und einer unzureichenden Radinfrastruktur. Diese Mängel erschweren es aktiv Mobilen, ihre Wege sicher und komfortabel zurückzulegen, wodurch viele das Auto nutzen. Besonders auffällig war, dass der Fußverkehr und dessen Förderung in Deutschland deutlich zurückfällt und oft nicht mit der Unterstützung des Radverkehrs gleichzusetzen ist.

Durch die Corona-Pandemie hat sich die hohe Resilienz aktiver Mobilitätsformen gezeigt und mehr und mehr Strategien, Konzepte (und vereinzelt) Gesetze zur aktiven Mobilität auf allen Ebenen weisen in die richtige Richtung, damit Zufußgehen und Radfahren künftig ihr volles Potenzial entfalten können und tragender Bestandteil der Transformation im Verkehrssektor werden.

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

2.1.6 Kurzstudie „Multimodalität und neue Mobilitätsangebote“ des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung

Multimodalität kommt im Verkehrs- und Mobilitätswendediskurs die Rolle einer potenziellen sozial- ökologischen Alternative zur privaten Automobilität zu. Das Konzept beschreibt die

Variation von mehr als einem Verkehrsmittel auf unterschiedlichen Wegen. Wenngleich in dieser allgemeinen Definition von Multimodalität die Autonutzung nicht negiert wird, so steht Multimodalität dennoch der exklusiven (d. h. monomodalen) Nutzung des privaten Pkws für alle Wege entgegen. Frühe Studien zur Multimodalität auf Basis repräsentativer Verkehrsdaten zeigten, dass innerhalb von multimodalen Verhaltensweisen das Auto nicht nur seltener, sondern auch für deutlich kürzere Distanzen genutzt wird als bei seiner monomodalen Nutzung. Hierbei gilt: Je multimodaler eine Person, desto geringer die zurückgelegten Distanzen mit dem privaten Pkw. Das dynamische Aufkommen neuer Mobilitätsangebote, etwa in Gestalt von Verkehrsmitteln aus der Sharing Economy (Carsharing, Bikeshaaring, E-Scootershaaring usw.), ist unmittelbar mit dem Konzept der Multimodalität verbunden, indem sich Nutzer*innen neuer Mobilitätsangebote als hochgradig multimodal darstellen. Die Kurzstudie ist damit vor allem für die Gewinnerprojekte von großer Relevanz, die an der flexiblen (multimodalen) Organisation der Verkehrsmittelnutzung auf Basis neuer Mobilitätsangebote ansetzen. Gleichmaßen galt es hierbei jedoch die konkrete Form eines multimodalen Verkehrssystems im Blick zu behalten, um nachhaltige Effekte zu gewährleisten. Das könnte etwa eine Multimodalität sein, die unmittelbar auf das Fahrrad als umweltfreundliches Verkehrsmittel ausgerichtet ist. Dieser Aspekt ist nicht trivial, etwa weil sich klimawirksame Effekte von Multimodalität direkt in ihr Gegenteil verkehren können, z. B. wenn Multimodalität auf Basis fossil angetriebener Verkehrsmittel für weite Distanzen (Flugzeug, Hochgeschwindigkeitszüge usw.) organisiert wird.

Die Kurzstudie arbeitet in einem ersten Schritt den aktuellen Forschungsstand auf Basis nationaler und internationaler Studien zu Multimodalität heraus. Dabei werden begriffliche Ein- und Abgrenzungen vorgenommen, die im Zusammenhang der Gestaltung Alltagsmobilität von Bedeutung sind. Auf dieser Grundlage werden zentrale Entwicklungslinien von Multimodalität herausgestellt. Diese verdeutlichen, in welchen räumlichen Zusammenhängen das Konzept von Bedeutung ist. Des Weiteren stellt die Kurzstudie im Zusammenhang der Verkehrswende diskursiv verhandelte Potenziale der Ablösung des Privat-Pkws als Chancen heraus. Diesen werden dann Risiken für eine Verkehrs- und Mobilitätswende wie nicht-intendierte Substitutionseffekte, Distanzproblematiken durch eine nicht-nachhaltige transregionale Verkehrsorganisation und Ausgrenzungseffekte gegenübergestellt. Daran anknüpfende Handlungsmöglichkeiten von Kommunen hinsichtlich einer fahrradbasierten Multimodalität werden mittels Good-Practice Analyse hergeleitet. Diskutiert wird hier das Zusammenspiel von Anreizen zur multimodalen Nutzung auf Basis des Fahrrads (Pull-Ansatz) und Einschränkungen für den monomodalen motorisierten Individualverkehr (Push-Ansatz).

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://www.ils-forschung.de/wp-content/uploads/2022/10/uba-namow-ks-multimodalitat-neue-mobilitatsangebote-2022.pdf>

2.1.7 Kurzstudie „Wertewandel – Wissensbildung“ des Umweltbundesamts Österreich

Das Erreichen des Klimaziels im Verkehrssektor und die dafür notwendige Mobilitätswende ist nicht ohne einen grundlegenden Wertewandel, d. h. nicht ohne eine Veränderung der Einstellung in Bezug auf das Autofahren möglich. Es bedarf dafür einer sukzessiven Reduktion der Autonutzung zugunsten umweltfreundlicher Fortbewegungsmittel.

Um die Verkehrswende erfolgreich umzusetzen – ein anspruchsvolles Vorhaben mit großem Potenzial – muss zunächst im Denken der Autonutzer*innen angesetzt werden. Dies erfordert vor allem bewusstseinsbildende Maßnahmen, ergänzt durch rechtliche und finanzielle Maßnahmen („push and pull“-Strategien). Beim individuellen Verkehrsverhalten spielen verschiedene Faktoren eine Rolle, darunter die persönliche Sozialisierung, familiäre Umstände,

das Verkehrsangebot, Entfernungen und vieles mehr. Die persönliche Motivation beeinflusst dabei maßgeblich, ob die potenziellen Alternativen tatsächlich genutzt werden. Es ist daher entscheidend, den Menschen die ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen ihres Mobilitätsverhaltens vor Augen zu führen. Denn das eigene Verhalten, einschließlich der Nutzung und des Besitzes von Autos, wird stark durch persönliche Einstellungen und Werte geprägt.

Um ein klimaverträgliches Verhalten in Mobilitätsfragen zu fördern, sind drei Faktoren entscheidend: ein entsprechendes Angebot und der Zugang dazu, die Möglichkeit und Fähigkeit, etwas zu ändern, sowie der Wille und die Motivation, Veränderungen umzusetzen. Ein individueller Prozess der Verhaltensänderung verläuft in mehreren Stufen: Zuerst muss eine neue Verhaltensweise perzipiert (gesehen, gehört), rezipiert (erkannt und verstanden), akzeptiert (gewollt und einverstanden) und umgesetzt (ausprobiert und erlebt) werden. Schließlich muss sie im Alltag verankert und zur Gewohnheit gemacht werden (habitualisiert), um sich nachhaltig zu etablieren. Die zentrale Frage lautet daher, wie bewusstseinsbildende Maßnahmen effektiv zur Mobilitätswende beitragen können und welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit solche Maßnahmen wirklich wirken und Veränderungen im Mobilitätsverhalten bewirken können.

Um diese Frage zu klären, ist es entscheidend, die Wechselwirkungen zwischen bewusstseinsbildenden Maßnahmen, Mobilitätsnachfrage und -angebot zu betrachten. Zum einen wird dadurch deutlich, wie persönliche Einstellungen die Mobilitätsnachfrage beeinflussen. Beispielsweise prägt die Art und Weise, wie Menschen über ihre Mobilitätsbedürfnisse denken, ihr Verhalten. Personen, die gerne Fahrrad fahren, zu Fuß gehen oder den öffentlichen Verkehr nutzen, haben oft weniger Hemmungen, auf das Auto zu verzichten. Maßnahmen, die sowohl die Begeisterung für klimafreundliche Verkehrsmittel fördern als auch ökologische Werte vermitteln, haben daher großes Erfolgspotenzial. Motivierte Verkehrsteilnehmer*innen sind eher bereit, Alternativen zum privaten Auto zu wählen und können dazu beitragen, bestehende Lösungen zu erweitern und zu verbessern. Zum anderen geht es um die Entwicklung und Anpassung des Mobilitätsangebots, um den spezifischen Bedürfnissen der Menschen gerecht zu werden, insbesondere in Falle einer echten Autoabhängigkeit. Partizipative und bewusstseinsbildende Maßnahmen können dazu beitragen, Kommunen auf die Bedürfnisse der Bewohner*innen aufmerksam zu machen. Eine effektive Kommunikation zwischen Kommunen und Bürger*innen ermöglicht sowohl eine verbesserte Gestaltung des lokalen Mobilitätsangebots als auch die Entwicklung einer nachhaltigen Verkehrsnachfrage, wovon beide Seiten profitieren können.

Es lässt sich daher annehmen, dass Mobilitätsangebote die Nachfrage beeinflussen und umgekehrt. Wenn Menschen beispielsweise das Angebot des öffentlichen Verkehrs nicht in Anspruch nehmen, wird es auch nicht verbessert oder ausgebaut. Sollte das ÖV-Angebot nicht in der Lage sein, in puncto Qualität mit dem Auto zu konkurrieren, bleibt das Auto für viele Verkehrsteilnehmer*innen die bevorzugte Wahl. Kommunikative bewusstseinsbildende Maßnahmen können dabei eine entscheidende Rolle spielen, um diesen Teufelskreis zu durchbrechen. Auf der Angebotsseite sollten verbesserte Alternativen zum Auto zur Verfügung stehen, während auf der Nachfrageseite ein klimaverträgliches Verhalten gefördert und praktiziert werden sollte. An beiden Punkten können gezielte kommunikative Maßnahmen ansetzen, um nachhaltige Veränderungen im Mobilitätsverhalten zu bewirken.

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

2.1.8 Kurzstudie „Rebound-Effekte in der Mobilität“ des Umweltbundesamts Österreich

Die Einsparungen, die durch Maßnahmen im Verkehr hinsichtlich Ressourcenverbrauch und Effizienz erreicht werden, sind häufig geringer als ursprünglich berechnet oder technisch möglich. Ein Beispiel hierfür sind effizientere Verbrennungsmotoren, die zwar zu einem geringeren Kraftstoffverbrauch führen, jedoch oft nicht die erwarteten Einsparungen in der Praxis erzielen. Direkte Rebound-Effekte entstehen, wenn Motoren dann leistungsstärker werden oder mit sparsameren Fahrzeugen mehr gefahren wird. Rebound-Effekte bei Maßnahmen im motorisierten Individualverkehr (MIV) sind tendenziell höher als in anderen Bereichen (etwa Beleuchtung).

Die Kurzstudie folgt dem Ansatz, Rebound-Effekte entlang der drei Hauptansatzpunkte der Mobilitätswende zu betrachten: Vermeiden – Verlagern – Verbessern (Avoid – Shift - Improve). Bei allen vom Umweltbundesamt Österreich genannten acht Bausteinen für ambitionierten Klimaschutz im Verkehr ist die Betrachtung auf eventuell auftretende Rebound-Effekte sinnvoll.

Die einzelnen Ansätze und Maßnahmen können unterschiedliche Rebound-Risiken mit sich bringen. Diese unerwünschten Effekte gefährden das Erreichen der Energie- und Klimaziele. Daher erfordern selbst die vielversprechendsten Maßnahmen eine umfassende Betrachtung im größeren Kontext, um mögliche Rebound-Effekte frühzeitig zu erkennen und zu adressieren.

Aus der Literatur ließen sich nur wenige spezifische Rebound-Effekte ableiten, die direkt auf kommunale Gegebenheiten zutreffen. Es scheint daher schwierig, das Auftreten solcher Effekte gezielt auf der Ebene der Kommunalverwaltungen zu erfassen. Es wird allgemein angenommen, dass keine Rebound-Effekte existieren, die eindeutig kommunentypisch sind oder Kommunen besonders betreffen.

Wenn bei der Umsetzung von Effizienz-Maßnahmen im Verkehr Rebound-Effekte systematisch mitberücksichtigt werden, kann die Gefahr der Verfehlung politisch gesetzter Ziele reduziert werden. Dazu werden entsprechende Ansätze formuliert.

Die Kurzstudie steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

2.2 Visualisierung der Projekte: Die Projektbilder

Das folgende Kapitel stellt die Visualisierungen der Gewinnerprojekte des #mobilwandel2035 dar (im Folgenden sog. „Projektbilder“). Durch die Aufarbeitung der Gewinnerprojekte in grafischer Form wurde der Projektzyklus der Vorhaben von der Problemdefinition über die konzeptionelle Ausgestaltung bis hin zu konkreten Umsetzungsschritten sichtbar gemacht. Den Projekten selbst wurde zudem die Möglichkeit gegeben, die eigenen Ideen und Ansätze nochmals kritisch zu reflektieren.

Die fertigen Projektbilder können für vielfältige interne und externe Kommunikationsanlässe genutzt werden. Dazu zählen beispielsweise Strategieprozesse mit Partner*innen in- und außerhalb der Verwaltung, der Einsatz in der öffentlichen Kommunikation mit Bürger*innen oder auch die Nutzung für Projektwochen in Bildungseinrichtungen. Die Projektbilder sind so gestaltet, dass einzelne (Bild-)Elemente bei Bedarf aus dem großen Kontext herausgelöst und separat eingesetzt werden können.

Die Projektbilder stellen folgende vier Aspekte grafisch dar:

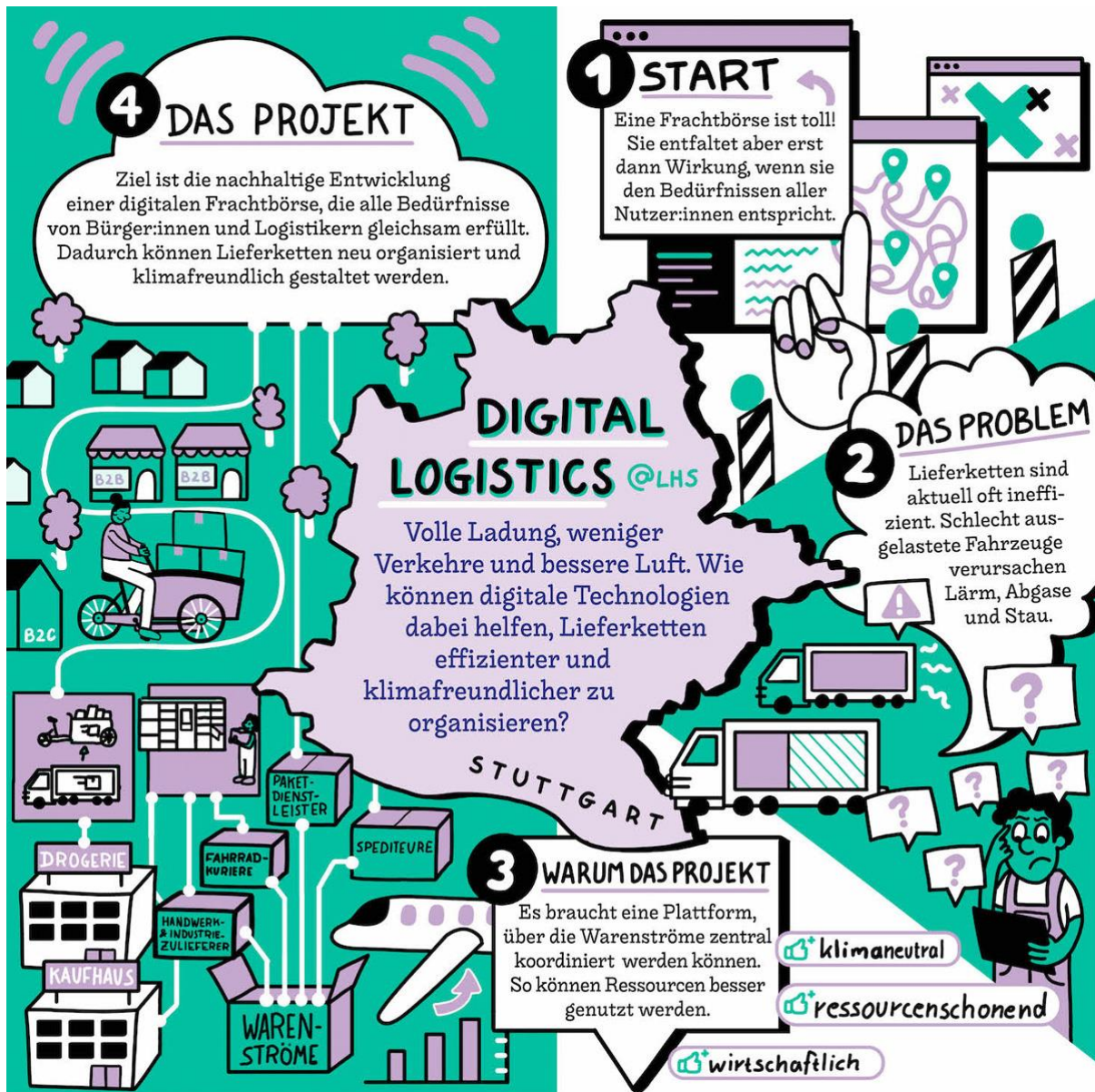
- ▶ Start/Ist-Zustand
- ▶ Das Problem
- ▶ Warum das Projekt?
- ▶ Das Projekt/Lösungsansatz

Die Einordnung des Projektes in einen größeren Rahmen erfolgt jeweils in einer zentral angeordneten Kurzbeschreibung. Unterlegt ist dies mit einem Umriss der jeweiligen Stadt/Region, in der das Projekt verortet ist. Dadurch wird der räumliche Bezug verdeutlicht und gleichzeitig die Spezifik der beschriebenen Probleme und Lösungen verdeutlicht. Die textlichen Inhalte sind stark komprimiert. Damit geht eine hohe Komplexitätsreduktion einher, die aber nicht zu Lasten der Exaktheit geht. Vielmehr erfolgt durch die unterstützenden grafischen Elemente eine Kontextualisierung und die Adressat*innen werden zur assoziativen Weiterverarbeitung animiert.

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen die neun Projektbilder, die im Rahmen des NaMoWe-Vorhabens entwickelt wurden. Ein Projekt („Leitbild nachhaltige Mobilität 2035 für neue Stadtquartiere im Berliner Nordwesten“) verzichtete schlussendlich auf die Erstellung des Projektbilds:

Abbildung 2: Projektbild – Digital Logistics @LHS

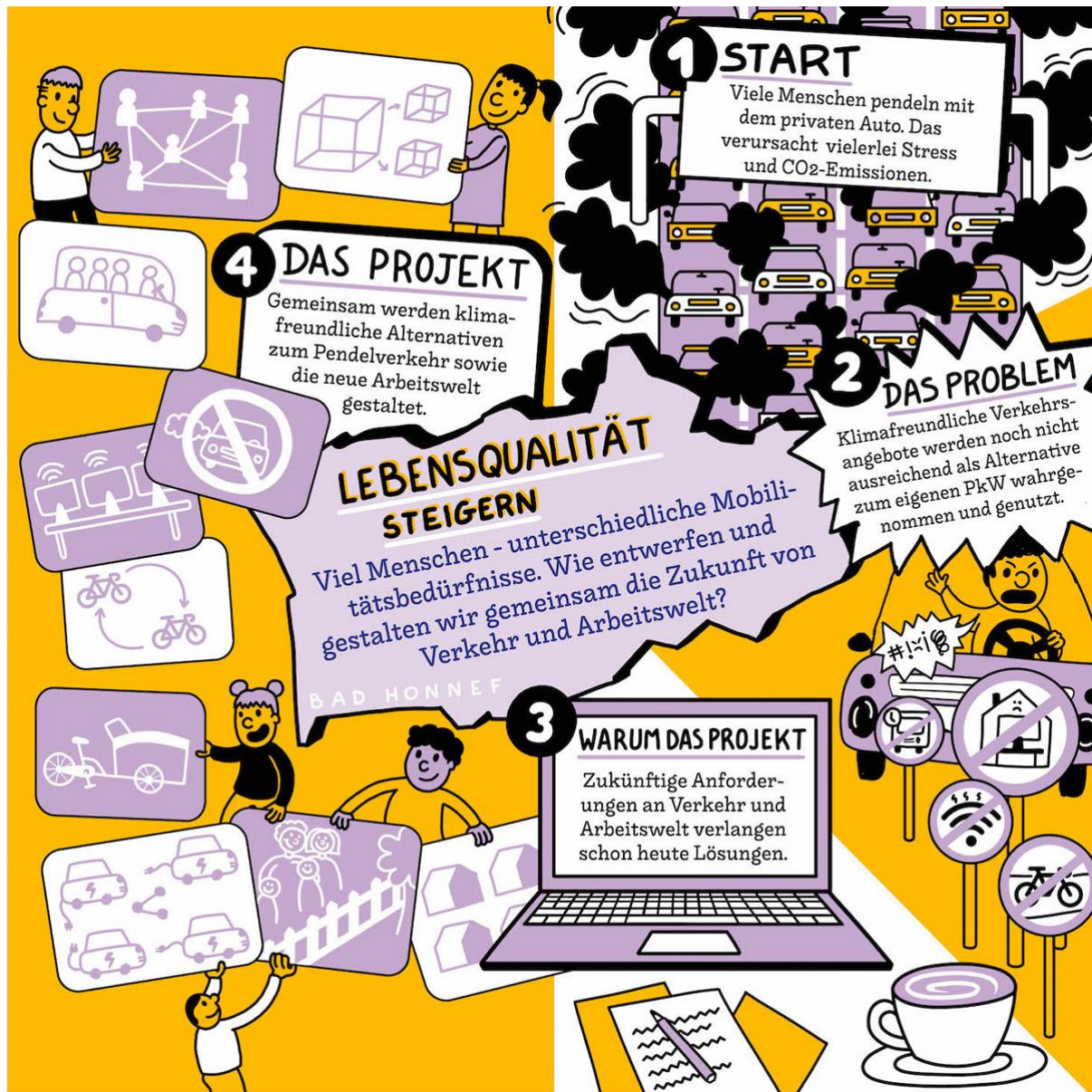
Eine Citylogistik-Plattform zur Generierung nachhaltiger und raumeffizienter Warenströme in der Region Stuttgart (Baden-Württemberg)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 3: Projektbild – Lebensqualität steigern durch #mobilwandel2035

Ein breit angelegter Bürgerbeteiligungsprozess zur Entwicklung eines Zielbilds und Maßnahmen für nachhaltige Mobilität in Bad Honnef (NRW)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 4: Projektbild – Mobil ans #werk

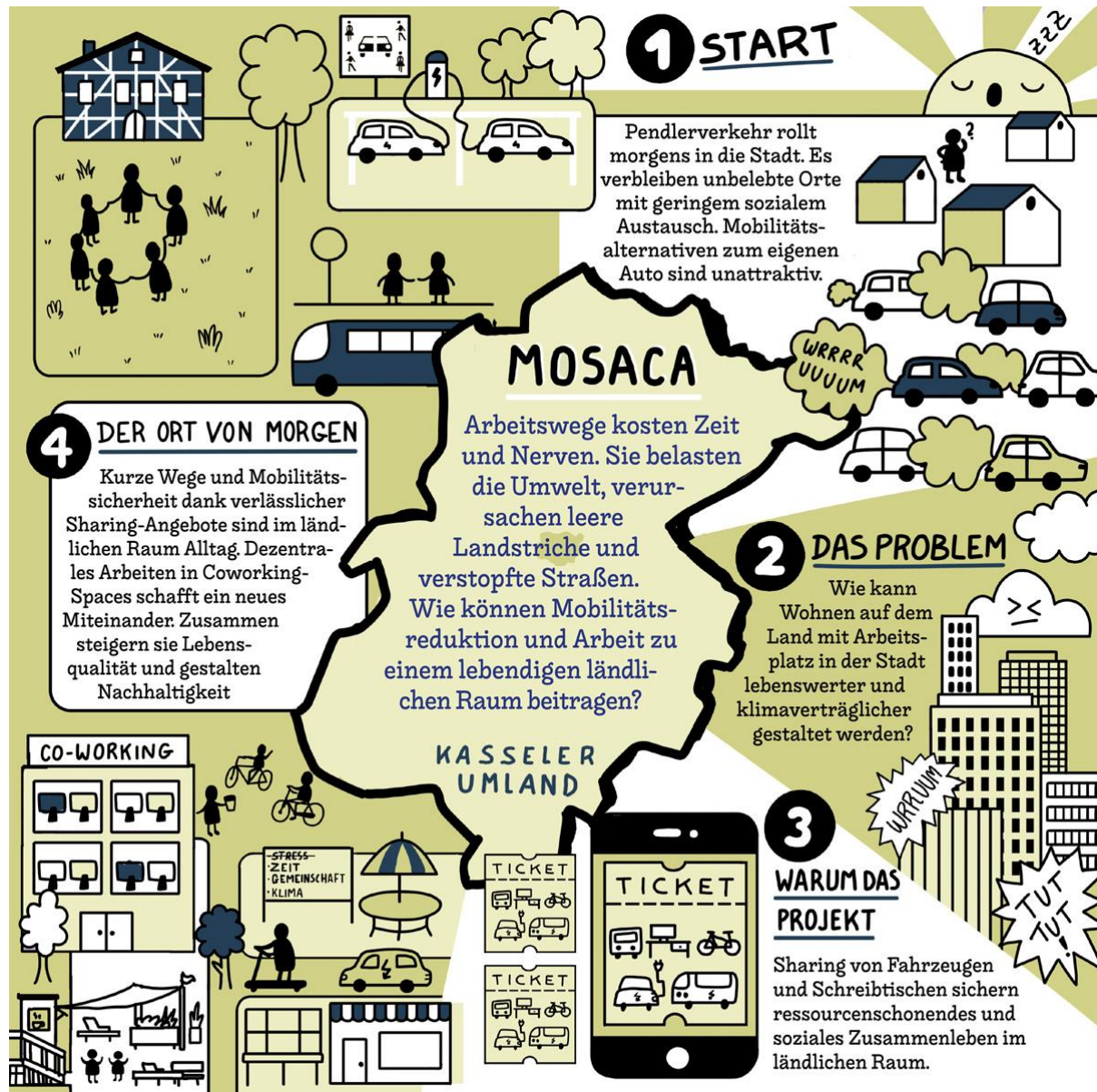
Förderung nachhaltiger berufsbedingter Mobilität in Burgwedel und dessen Gewerbegebieten (Niedersachsen)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 5: Projektbild – MOSACA

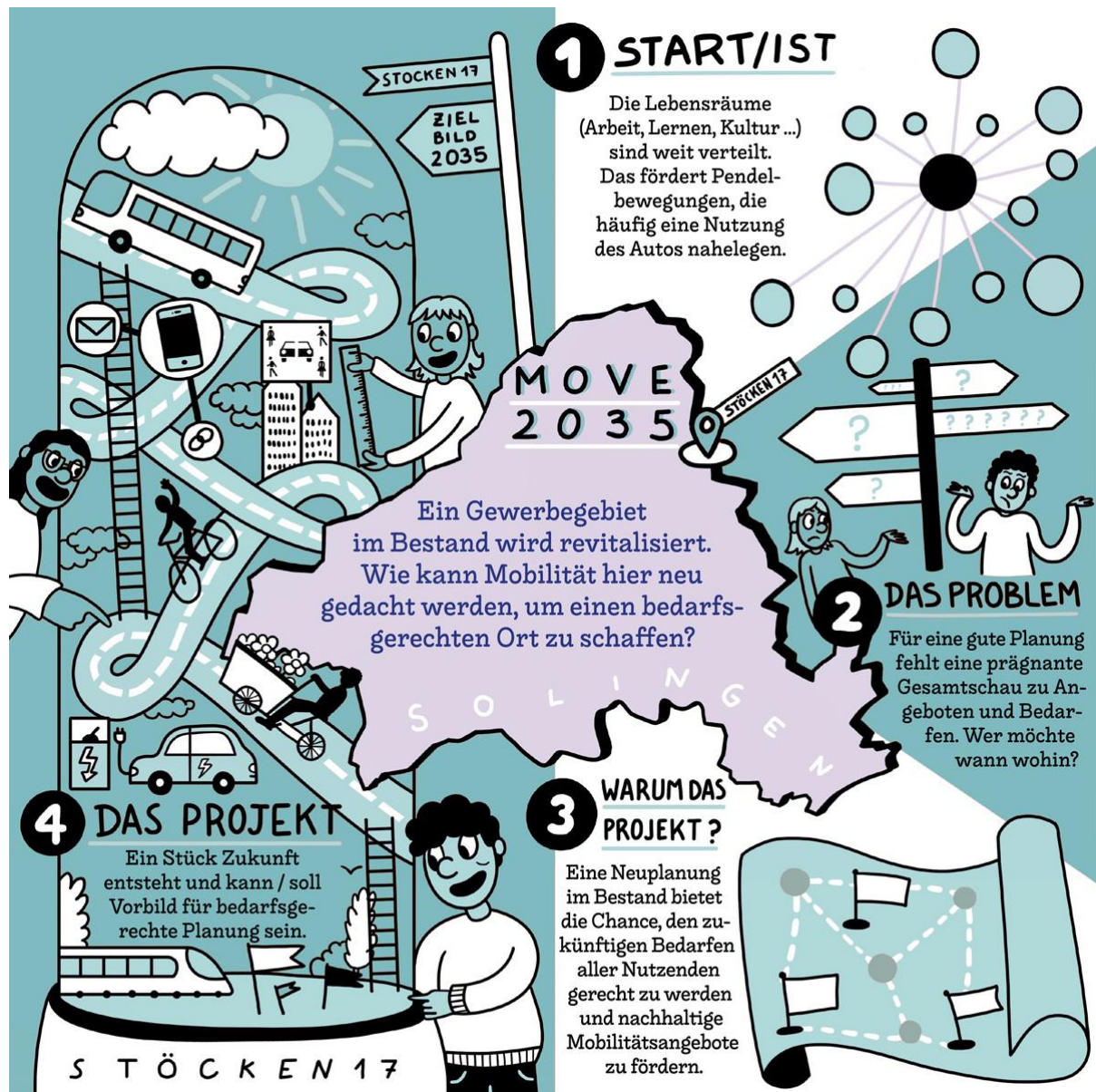
Mobiles Arbeiten in wohnortnahen Satellitenbüros in Kombination mit nachhaltigen Verkehrsangeboten im Schwalm-Eder-Kreis (Hessen)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 6: Projektbild – MOVE Solingen 2035

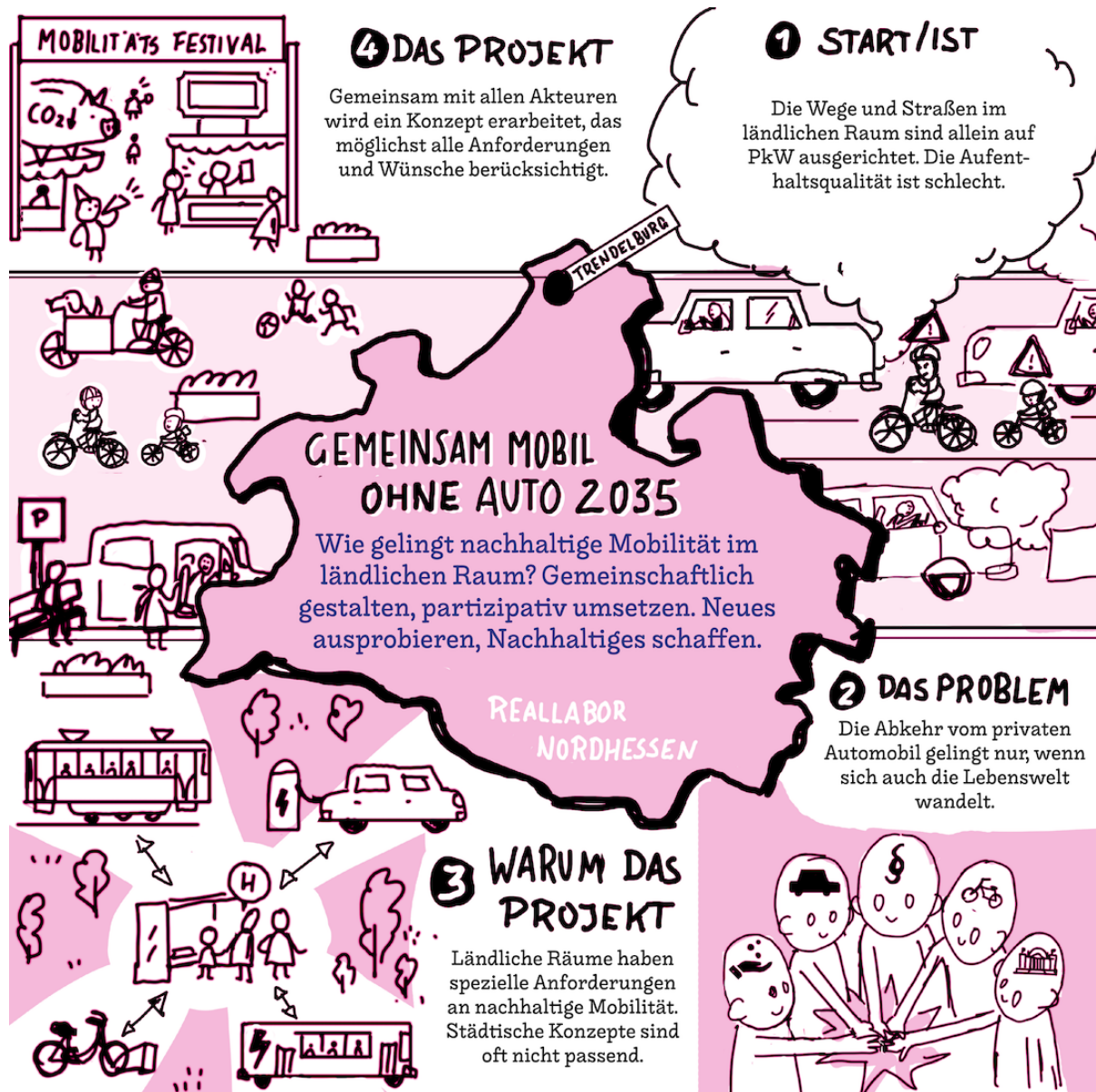
Die Entwicklung eines Zielbilds für nachhaltige Mobilität in der Stadt Solingen (Nordrhein-Westfalen)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 7: Projektbild – Reallabor Hessen

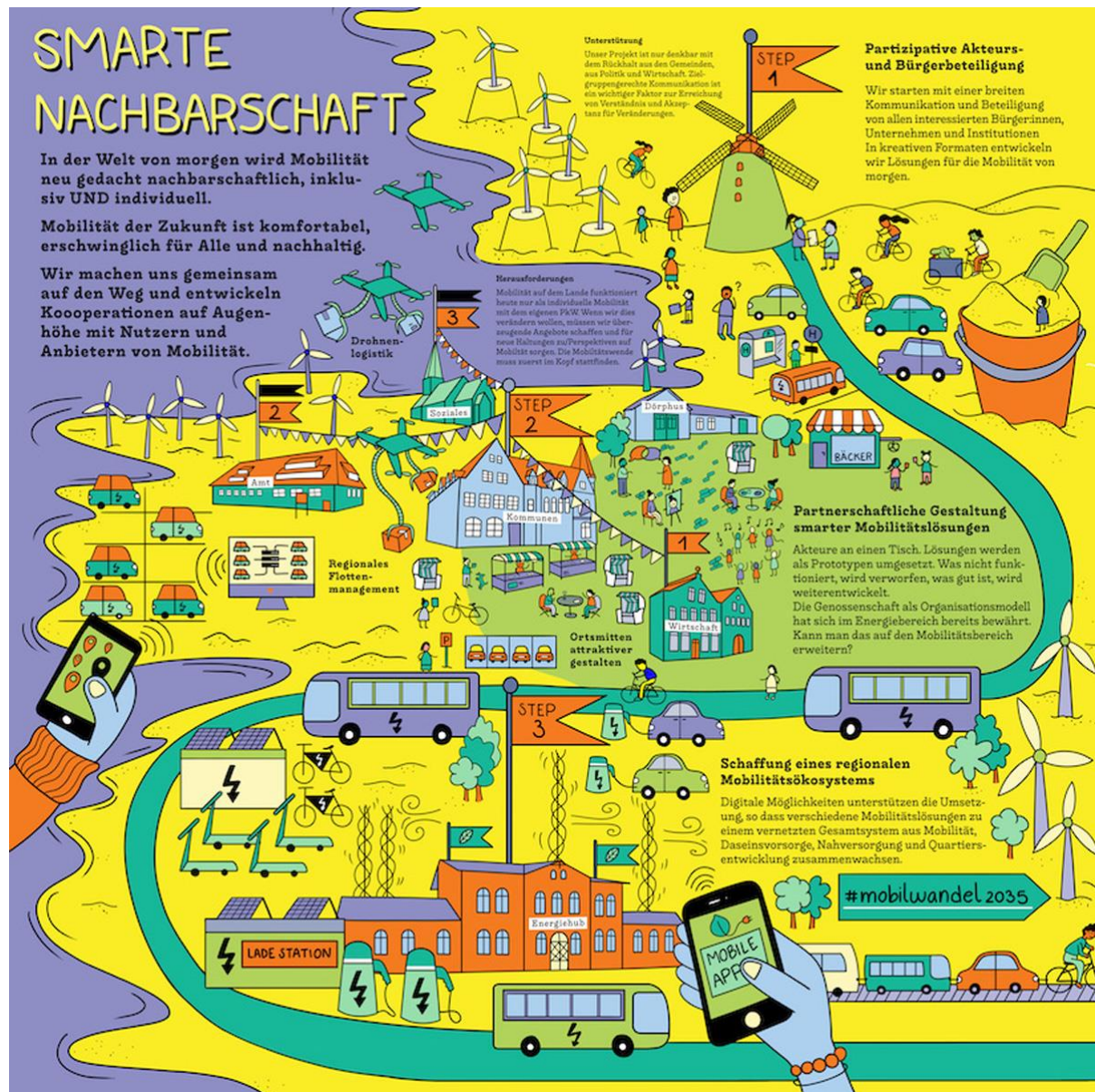
Die Entwicklung eines Zielbilds für nachhaltige Mobilität in der Stadt Solingen (Nordrhein-Westfalen)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 8: Projektbild – SMARNA (Smarte Nachbarschaft)

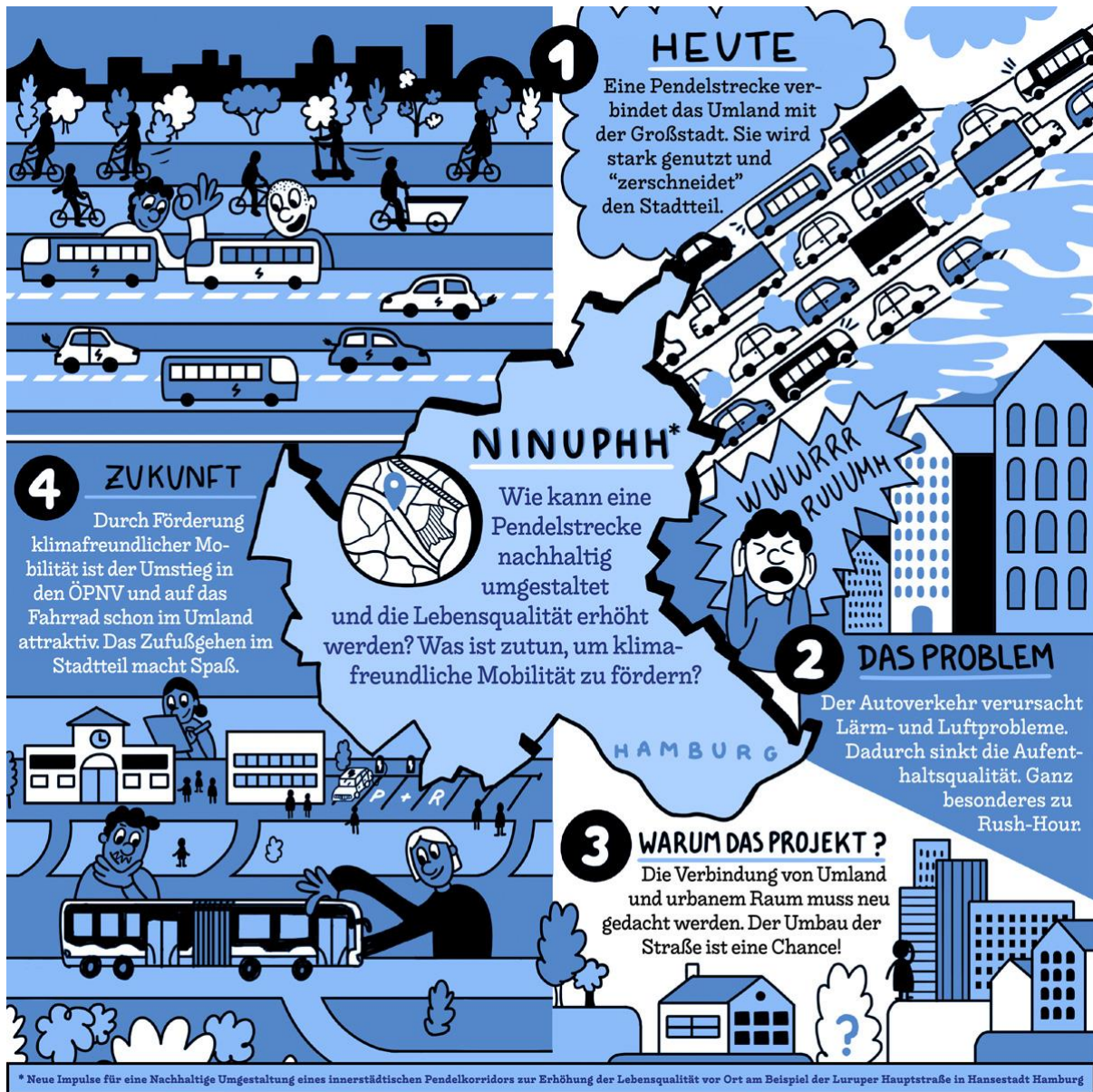
Eine Smarte Nachbarschaft für die Mobilität der Zukunft in der Stadt Bredstedt (Schleswig-Holstein)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 9: Projektbild – NINUPHH

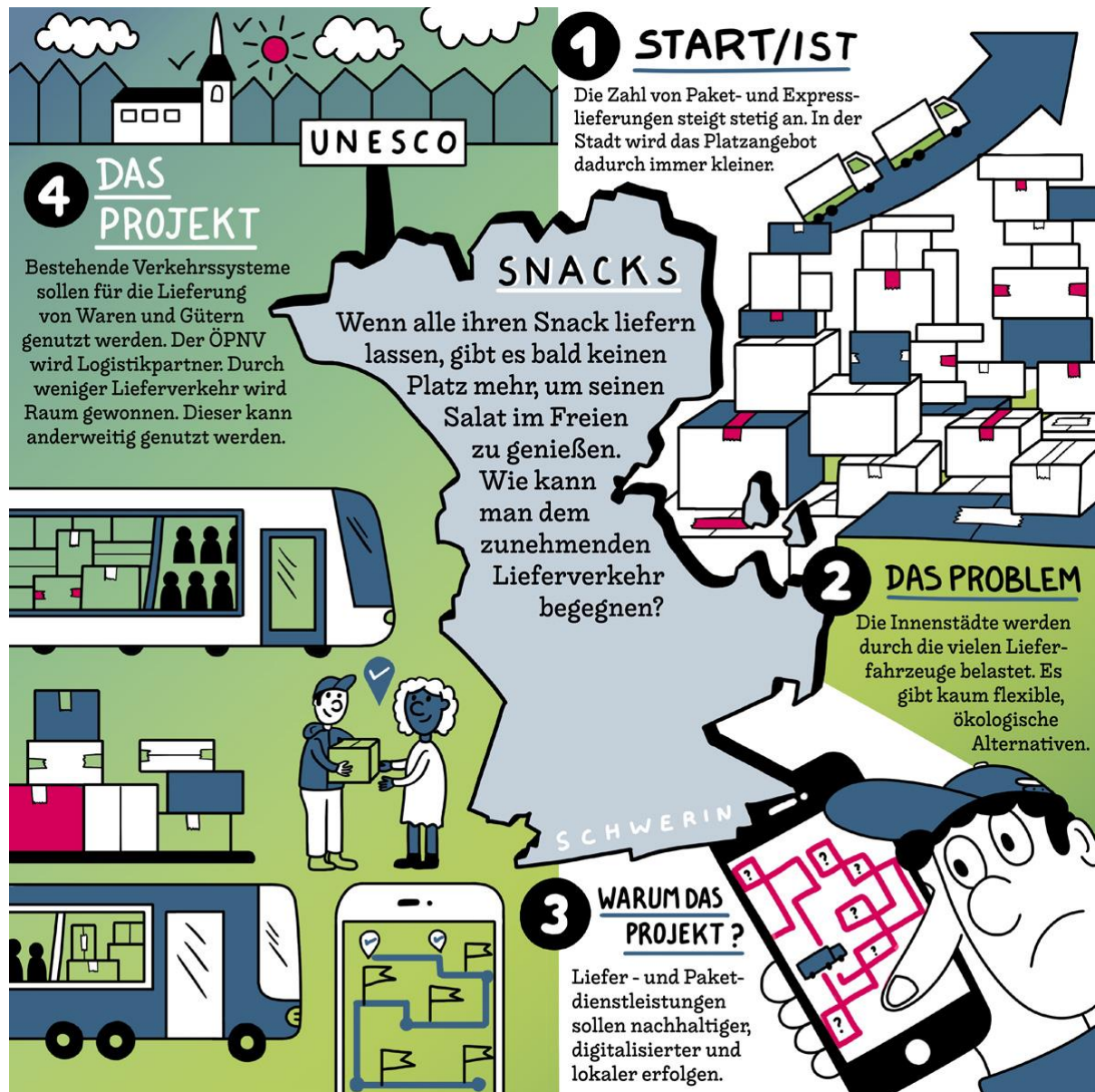
Neue Impulse für eine nachhaltige Umgestaltung eines innerstädtischen Pendelkorridors zur Erhöhung der Lebensqualität vor Ort (Hamburg)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

Abbildung 10: Projektbild – SNACKS

Nachhaltiger Lieferverkehr in Schwerin (Mecklenburg-Vorpommern)



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR, bereits veröffentlicht

2.3 Erfahrungsaustausch und Beratung: Vernetzungsworkshops, Einzelberatungen und Web-Seminare

Die unterschiedlichen Formate zum Erfahrungsaustausch und Beratungsangebote innerhalb von AP 1.2 dienten als Unterstützung für die Aktivitäten der 10 ausgewählten Projekte im Rahmen des #mobilwandel2035 Wettbewerbs und wurden darüber hinaus den 5 Projekten der zweiten Wettbewerbsphase weiterhin angeboten. AP 1.2 umfasste drei Arten von Unterstützungsangeboten.

Unterstützungsangebote

- ▶ Vernetzungsworkshops zum Erfahrungsaustausch
- ▶ Einzelberatungen
- ▶ Web-Seminare

Ziel der **Vernetzungsworkshops** war der Erfahrungsaustausch zwischen den ausgewählten Projekten zu inhaltlichen und methodischen Aspekten sowie Verfahrensfragen des Wettbewerbs. Inhaltlich boten sich hierfür Querschnittsthemen (bspw. Digitalisierung) an, die auch in den sehr unterschiedlichen Projekten übergreifend eine Rolle spielten. Auf methodischer Seite eigneten sich vor allen Fragen im Zusammenhang mit der Entwicklung von Zielbildern. Die Vernetzungsworkshops ermöglichten zudem eine Vernetzung über #mobilwandel2035 hinaus, insbesondere durch den Einbezug von guten Beispielen aus anderen Regionen zu relevanten Themen.

Die **Einzelberatungen** boten individuelle Unterstützung für die zehn ausgewählten Projekte in folgenden Bereichen:

- ▶ Unterstützung bei der Klärung projektspezifischer und fachlicher Fragen mit der Expertise aus dem Konsortium
- ▶ Unterstützung bei Fragen der Prozessgestaltung mit Erfahrung im Bereich Beteiligungsprozesse / Moderation
- ▶ Vorbereitung des Austauschs zwischen den #mobilwandel2035-Gewinnerprojekten durch Sammlung von relevanten Aspekten aus spezifischer Projektsicht für die Themensetzung nachfolgender Unterstützungsbausteine (verallgemeinert für Kurzstudien und Web-Seminare, konkret für 2. Vor-Ort Besuche)
- ▶ Vermittlung von Kontakten zu geeigneten Good-Practice Projekten in Deutschland und ggf. Vorstellung erfolgreicher, inspirierender Projekte
- ▶ Methodische Unterstützung bei der Erfolgsmessung im Hinblick auf Umweltwirkungen der Projekte
- ▶ Unterstützung bei der Sichtbarmachung der Projekterfolge.

Ziel der **Web-Seminare** war die Verbreitung der Inhalte und Erkenntnisse aus den erarbeiteten Kurzstudien, angereichert um weitere Einblicke und Sichtweisen durch externe Beiträge zu den Themen.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der drei verschiedenen Unterstützungsangebote dargestellt.

2.3.1 Vernetzungsworkshops

Vernetzungsworkshop 1 (12.05.2021)

Der erste Vernetzungsworkshop behandelte folgende Inhalte und lieferte dazu die beschriebenen Ergebnisse:

- ▶ Die Vertreter*innen der Gewinnerprojekte lernten sich kennen.
- ▶ Es wurde ein Eindruck von den möglichen Unterstützungsangeboten aus dem NaMoWe Projekt gegeben.
- ▶ Die Kernthemen der Gewinnerprojekte wurden gesammelt.
- ▶ Die Runde erhielt die Gelegenheit mögliche Unterstützungsbedarfe anzumelden und Themenwünsche für den weiteren Austausch zu platzieren.
- ▶ Um der Vernetzungsrunde die Zielbilder der einzelnen Projekte vor Augen zu führen, wurden Antworten zur Frage gesammelt, welche Innovationen durch die Zielbilder für das Jahr 2035 angestrebt werden.

Online-Befragung der Gewinnerprojekte

Aufbauend auf den Ergebnissen des ersten Vernetzungsworkshops wurden separate Kurzbefragungen zu den Kurzstudien, Vor-Ort Beratungen sowie Illustrationen der Projektbilder entworfen. Diese wurden den Gewinnerprojekten übermittelt. Deren Antworten erfüllten folgenden Zweck:

- ▶ Hinweise für die finale Festlegung der ersten vier Themen der Kurzstudien
- ▶ Hinweise für mögliche Anlässe und Termine für erste Vor-Ort Beratungen
- ▶ Erkenntnisse zur Bedeutung von Zielbildern und der Möglichkeit für übergreifende, gemeinsame Zielbilder

Vernetzungsworkshop 2 (02.12.2021)

Der zweite Vernetzungsworkshop behandelte folgende Inhalte und lieferte dazu die beschriebenen Ergebnisse:

- ▶ Dieser Workshop diente zum einem dem Austausch zum Stand der Arbeiten in den einzelnen Projekten, bisherigen Highlights und pandemiebedingten Herausforderungen und Umplanungen.
- ▶ Zudem wurde weiter geklärt mit welchen inhaltlichen und methodischen Unterstützungsbausteinen den Projekten am meisten geholfen wäre.

Vernetzungsworkshop 3 (04.03.2022)

Der dritte Vernetzungsworkshop behandelte folgende Inhalte und lieferte dazu die beschriebenen Ergebnisse:

- ▶ Der Workshop stand im Zeichen der Methodik des Backcastings im Zusammenhang mit der Entwicklung der Zielbilder. Backcasting dient dazu als „Überlegung (...) wie wünschenswerten Zukünfte erreicht werden können. Der Ansatz ist daher ausdrücklich normativ und beinhaltet die Rückentwicklung von einem wünschenswerten Endstadium bis zur Gegenwart, um die Realisierbarkeit dieser Zukunft sowie die dafür notwendigen

politischen Maßnahmen zu bestimmen“ definiert (Robinson 1990, S. 822, eigene Übersetzung).

- Die Projekte gaben einen Einblick in den aktuellen Stand der Projektaktivitäten mit einem Schwerpunkt auf den Herausforderungen bei der Erarbeitung des Zielbildes.

In einem interaktiven Workshop-Teil wurden Antworten auf folgende Fragen gegeben:

- Inwieweit ist das Zielbild normativ (Annahmen-gestützte alternative Zukünfte) und inwieweit prognostisch (also von heutigen Trends und Entwicklungen aus fortgeschrieben)?
- Inwieweit ist das Zielbild an übergeordneten Transformationszielen (z. B. Klimaneutralität, angestrebter Modal Split etc.) orientiert?
- Lassen sich jetzt bereits Unterschiede absehen, dass durch die Rückkopplung mit einem Zielbild für 2035 andere Entscheidungen und Maßnahmen für die nächsten Umsetzungsschritte abgeleitet werden als es sich aus einer Trendfortschreibung für 2025 oder 2030 ergeben hätte?

Vernetzungsworkshop 4 (11.05.2022)

Der vierte Vernetzungsworkshop behandelte folgende Inhalte und lieferte dazu die beschriebenen Ergebnisse:

- Austausch zum Stand der Arbeiten in den einzelnen Projekten mit Blick auf das Ende der ersten Förderphase
- Fokus auf das Querschnittsthema Digitalisierung
- Einführung zum Themenschwerpunkt Digitalisierung
- Gemeinsamer Austausch zur Bedeutung der Digitalisierung in den Projekten
- Raum für Fragen zum #mobilwandel2035-Wettbewerb und Unterstützungsangeboten

Vernetzungsworkshop 5 (31.03.2023)

Der fünfte Workshop stellte gleichzeitig den ersten Workshop der zweiten Wettbewerbsphase dar, in der die fünf ausgewählten Projekte in ihren Umsetzungsphasen weiter durch Vernetzungsaktivitäten im Austausch bleiben sollten.

Folglich stand die Präsentation der neu aufgestellten Konsortien und der geplanten Aktivitäten für die zweite Wettbewerbsphase im Mittelpunkt. Es wurden die Bezüge zwischen den in der ersten Phase entwickelten Zielbildern und den Umsetzungsaktivitäten der zweiten Phase verdeutlicht. Zudem wurde die Gelegenheit genutzt, um den geeigneten Unterstützungsbedarf für die Umsetzungsphase aus den NaMoWe-Vorhaben heraus zu ermitteln.

Vernetzungsworkshop 6 (12.10.2023)

Der sechste Vernetzungsworkshop stellte den Erfahrungsaustausch zu Verkehrsversuchen in den Mittelpunkt.

Folgende externe Impulse regten den Erfahrungsaustausch an:

- Bericht aus laufenden Forschungsvorhaben: Was bedeutet „Erfolg“ bei Verkehrsversuchen?
- Forschungsprojekt „MobilBericht“ Pankow - Einblick in die Umsetzungspraxis
- Verkehrsversuch „Brühl macht Platz!“ - Einblick in die Umsetzungspraxis

Zudem teilten die Projekte ihre Erfahrungen zu ihren größten Herausforderungen bei der Durchführung von Verkehrsversuchen.

Vernetzungsworkshop 7 (29./30.04.2024)

Der siebte Workshop wurde als Präsenzveranstaltung in Berlin durchgeführt. Die Projekte berichteten zum Umsetzungsstand entlang der folgenden Leitfragen:

- ▶ Was sind unsere aktuellen Hauptaktivitäten?
- ▶ Was ist unser bisheriges Projekt-Highlight?
- ▶ Was sind aus unserer aktuellen Sicht die größten Herausforderungen – speziell im Hinblick auf die Verstetigung der Aktivitäten?

Die Fragestellung zur Verstetigung der Projektaktivitäten wurde in Kleingruppen zu den beiden folgenden Themenschwerpunkten vertieft:

- ▶ Logistik-Schwerpunkt
- ▶ Alltags-/Berufsmobilität

Für einen praxisnahen Erfahrungsaustausch besuchten die Teilnehmenden ein bekanntes Leuchtturmprojekt vor Ort: Der Kiezblock Pankow wurde in einem moderierten Spaziergang entlang der Bizetstraße erkundet.

Vernetzungsworkshop 8 (16.12.2024)

Der achte und finale Vernetzungsworkshop ermöglichte einen gemeinsamen Rückblick auf die Projektaktivitäten. Die fünf #mobilwandel2035-Wettbewerbsprojekten der zweiten Phase berichteten entlang der folgenden Leitfragen:

- ▶ Wie hat sich unser Endspurt gestaltet?
- ▶ Was war unser Projekt-Highlight?
- ▶ Wie gut ließen sich unsere Herausforderungen meistern?

Zudem waren die Projekte eingeladen Rückmeldungen zum Förderrahmen und den Modalitäten an die Förderseite zu richten.

2.3.2 Einzelberatungen

Den Projekten wurden je zwei Einzelberatungen vor Ort angeboten. Ursprünglich sahen die Planungen einen 1. Termin im Zeitraum August 2021 bis Frühjahr 2022 - zum Start und im Verlauf der ersten Projektphase (Konzeptionsphase) sowie einen 2. Termin im Zeitraum August 2022 bis Oktober 2022 - zum Start der zweiten Projektphase (Umsetzungsphase) vor. Aufgrund der unterschiedlichen Unterstützungsbedarfe **wurden individuelle Lösungen** in den Projekten gesucht, wie die Termine den größten Nutzen für die Gewinnerprojekte stiften würden. Zudem mussten durch Pandemie-Einschränkungen virtuelle Alternativen zu vor-Ort-Terminen gefunden werden. Nicht in allen Projekten konnten entsprechende Bedarfe ermittelt werden.

Tabelle 5: Übersicht Einzelberatungen

Projekt	Termine
1. Digital Logistics @LHS (Stuttgart)	Unterstützung Öffentlichkeitsarbeit (April/Mai 2022)
2. Lebensqualität steigern durch #mobilwandel2035 (Bad Honnef)	Pressetermin (07.12.2021)
3. mobil ans #werk (Burgwedel)	Workshop / Vor-Ort Besichtigung (02./03.09.2021)
4. Reallabor Nordhessen	Interne Fachgespräche (02.11./11.11.2021)
5. Smarter Marktplatz für die Mobilität der Zukunft (Bredstedt und andere Kommunen)	Steuerungsrunde (14.12.2021)
6. Verbindungen stärken, Trennungen überwinden (Hamburg)	Akteurs-Workshop (10.02.2022)

Pilotprojekt „Lebensqualität steigern durch #mobilwandel2035“ (Bad Honnef, NRW)

Der virtuelle Termin fand am 07.12.2021 im Rahmen eines Pressetermins statt. Dabei wurden die Unterstützungsmöglichkeiten für das Projekt diskutiert und die Verbindung zur Öffentlichkeitsarbeit des #mobilwandel2035-Wettbewerbs hergestellt.

Pilotprojekt „mobil ans #werk – gemeinsam mit Unternehmen mobil“ (Burgwedel, Niedersachsen)

Der erste Vor-Ort Termin beim Pilotprojekt mobil ans #werk – gemeinsam mit Unternehmen mobil Burgwedel (Niedersachsen) fand am 2./3. September 2021 statt. Die Vertretung des NaMoWe-Konsortiums war folgendermaßen vor Ort eingebunden:

- ▶ Teilnahme am Projektauftritt am 2./3. September
- ▶ Teilnahme an der Vor-Ort Besichtigung des Projektteams (E-Bike Tour) unterwegs in Burgwedel; dabei fachlicher Austausch zum Themenschwerpunkt betriebliche Mobilität in Gewerbegebieten
- ▶ Einbindung als externe Expert*innen zum Thema betriebliches Mobilitätsmanagement beim Auftaktworkshop am 3. September 2021 mit Unternehmen aus der Region (inklusive Pressetermin)
- ▶ Weitere Klärung der konkreten Unterstützungsbedarfe im Projekt

Pilotprojekt „Reallabor Nordhessen“ (Trendelburg, Hessen)

Der virtuelle Termin fand zweigeteilt am 02.11.2021 sowie am 11.11.21 statt. In Austausch mit dem Projektverantwortlichen für die Befragungen der Bürger*innen im Untersuchungsgebiet wurden methodische Fragen diskutiert. Zudem wurden Einschätzungen zu psychologischen Aspekten der Ansprache der ausgewählten Zielgruppen geteilt.

Pilotprojekt „Smarter Marktplatz für die Mobilität der Zukunft Bredstedt und andere Kommunen“ (Schleswig-Holstein)

Der virtuelle Termin fand im Rahmen einer Projekt-Steuerungsrunde am 14.12.21 statt. Im Zentrum stand dabei die Verknüpfung der Öffentlichkeitsarbeit im Projekt mit der Öffentlichkeitsarbeit des #mobilwandel2035-Wettbewerbs.

Pilotprojekt „NINUPHH - Nachhaltige Umgestaltung eines innerstädtischen Pendelkorridors zur Erhöhung der Lebensqualität vor Ort“ (Hamburg)

Der virtuelle Termin fand am 10.02.2022 im Rahmen eines Workshops mit Schlüsselakteuren des Projekts statt. Eine der beiden Akteursgruppen wurde im interaktiven Teil durch das NaMoWe-Konsortium moderiert. Mit Bezug auf die Entwicklung der Luruper Hauptstraße wurde dabei den folgenden beiden Fragestellungen nachgegangen:

- Haben wir ein gemeinsames Verständnis der Problematik und des Bedarfs?
- Welche Chancen und Herausforderungen sehen wir?

2.3.3 Web-Seminare

Es wurden insgesamt 6 Web-Seminare, die inhaltlich auf den Kurzstudien aus AP 1.1 aufbauen, durchgeführt. In Kooperation mit dem UBA-Vorhaben „Ökologische Wirkungsanalyse von nicht-investiven Mobilitätsmaßnahmen“ konnte die Web-Seminarreihe um zwei weitere Termine zu dieser Thematik am 05.04.2022 und 07.04.2022 erweitert werden. Die Web-Seminare dienten der Vermittlung von Fachinhalten und Streuung von guten, konkreten Umsetzungsbeispielen. Es erfolgte eine niedrigschwellige Einbindung der Teilnehmenden: Chats, Abfrage-TEDs sowie eine Einbindung der Diskussionen über die Chats. Die Themen und Termine der durchgeführten Web-Seminare sind der untenstehenden Übersicht zu entnehmen. Im Folgenden werden die Inhalte der durchgeführten Web-Seminare dargestellt.

Web-Seminar 1 „Umverteilung öffentlicher Räume“

Im Web-Seminar am 17.12.2021 wurde die Kurzstudie und deren wesentliche Ergebnisse vorgestellt. Neben den fachlichen Präsentationen des UBA AT wurden die Ergebnisse der Akzeptanzbefragung zur Umnutzung von Parkplatzflächen während des ParkingDays im Rahmen der EMW 2021 Stadt Mönchengladbach seitens B.A.U.M. dargestellt. Ebenso wurden interaktive Abfragen mit Antwortoptionen geschaltet („In welchen der folgenden Wirkungen sehen sie in Zukunft die größten Potenziale durch Umverteilung?“; „Was würde Kommunen beim Thema Umverteilung helfen?“). Diskutiert wurden vor allem Fragen und Anregungen zu Potenzialen der Flächenumverteilung und konkrete Handlungsansätze von Kommunen und Regionen für eine nachhaltige Steuerung von Pendelströmen.

Die Präsentation des Web-Seminars steht unter folgendem Link bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

Web-Seminar 2 „Mobiles Arbeiten und Pendeln“

Aufgrund passender thematischer Überschneidungen wurde aus den Kurzstudien zum mobilen Arbeiten und der Analyse von Pendelströmen (Kap. 2.1.2 und Kap. 2.1.3) ein gemeinsames Web-Seminar konzipiert, das die wesentlichen Ergebnisse und umsetzungsorientierte Handlungsansätze in komprimierter Form vermittelte und welches am 03.03.2022 stattfand. Neben den fachlichen Präsentationen des ILS konnte neuland21, ein unabhängiger und gemeinnütziger Think & Do Tank (<https://neuland21.de/>) mit Sitz in Brandenburg, für einen praxisorientierten Input zu Coworking Spaces gewonnen werden. Besonders diskutiert wurden Fragen und Anregungen zu Potenzialen von Coworking Spaces für eine nachhaltige Verkehrswende aber auch konkrete Handlungsansätze von Kommunen und Regionen für eine nachhaltige Steuerung des Pendelgeschehens. Insbesondere die Bedeutung von Lösungen für die erste und letzte Meile wurde in der Diskussion hervorgehoben.

Die Präsentationen des Web-Seminars stehen unter folgendem Link bereit:

<https://www.ils-forschung.de/projektergebnisse/namowe-web-seminare-praesentationen/>

Web-Seminar 3 „Urbane Logistik“

Im Web-Seminar am 17.03.2021 wurden die Kurzstudie und die wesentlichen Ergebnisse vorgestellt. Es erfolgte eine fachliche Präsentation des UBA AT begleitet von interaktiven Abfragen. Außerdem beinhaltete das Web-Seminar auf Anregung des BMUV eine Präsentation von Frau Julia Nagel der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit zum Thema „Hintergründe und Beispiele zu nachhaltiger urbaner Logistik in China - Deutsch-Chinesische Zusammenarbeit für Klimafreundlichen Verkehr (CLCT)“.

Die Präsentation des Web-Seminars steht unter folgendem Link bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

Web-Seminar 4 „Aktive Mobilität“ (Zufußgehen und Radfahren)

Das Web-Seminar wurde am 12.05.2022 abgehalten. Unter „Aktiver Mobilität“ werden Fortbewegungsarten zusammengefasst, die ganz oder teilweise auf eigener Muskelkraft basieren. Neben mikromobilen Ausprägungen wie Tretrollern, Inline-Skates oder Skateboards sind vor allem das Radfahren und das Zufußgehen die hier relevanten Fortbewegungsarten. Es wurden Aktivitäten zur Förderung des Fuß- und Radverkehrs auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene betrachtet. Die präsentierten guten Beispiele erlaubten den Blick über Deutschland hinaus. Der Gastbeitrag der Deutschen Gesellschaft für Zusammenarbeit gewährte Einblick zu aktiver Mobilität in China in der Vergangenheit und heute.

Die Präsentationen aus dem Web-Seminar stehen unter folgendem Link bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

Web-Seminar 5 „Multimodalität und neue Mobilitätsangebote“

Im Web-Seminar vom 19.05.2022 wurde über den aktuellen Entwicklungsstand von Multimodalität, Intermodalität und Multioptionalität berichtet. Illustriert wurde die Thematik durch gute Beispiele aus dem Bereich Multimodalität und Fahrradnutzung. Im interaktiven Teil wurde der Fokus auf die Bedeutung von Multimodalität in und für Kommunen gerichtet. Die Transportradinitiative Nachhaltiger Kommunen (TINK, <https://tink.bike/>) beleuchtete in einem Gastbeitrag die Rolle von Transportradverleihsystemen als Baustein der Mobilitätswende ebenso wie die Handlungsmöglichkeiten der Kommunen in diesem Bereich.

Die Präsentationen aus dem Web-Seminar stehen unter folgendem Link bereit:

<https://www.ils-forschung.de/projektergebnisse/namowe-web-seminare-praesentationen/>

Web-Seminar 6 „Wertewandel – Wissensbildung“

Die Veranstaltung vom 02.06.2022 wurde mit dem Motto „Mobilitätswende im Kopf - ein Wertewandel ist unerlässlich“ überschrieben. Es wurden die Zusammenhänge von Mobilitätsgewohnheiten, Motivationen und Mobilitätsentscheidungen beleuchtet. Bei korrespondierenden Handlungsstrategien standen Resilienz, Verzicht, Möglichkeitsräume und Innovationen im Mittelpunkt. Der Gastbeitrag „Gesund unterwegs in der Stadt“ des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt rundete das Angebot ab. Im Mittelpunkt stand die Frage

inwieweit die Bereitstellung von Gesundheitsinformationen das Radfahren und zu Fuß gehen in der Stadt fördern kann.

Die Präsentationen aus dem Web-Seminar stehen unter folgendem Link bereit:

<https://docs.umweltbundesamt.at/s/SZTcmacjG52EN9e>

3 Bereich 2: Nationaler Wettbewerb der Europäischen Mobilitätswoche

Mit der Europäischen Mobilitätswoche (EMW) hat die EU-Kommission die größte EU-Kampagne für Kommunen ins Leben gerufen, um jährlich in einer Woche vom 16. bis 22. September nachhaltige Mobilitätsaktionen durchzuführen und Mobilitätsangebote öffentlichkeitswirksam zu bewerben, vorzustellen und zu testen.

Im Rahmen der EMW wird neben den konkreten Angeboten nachhaltige Mobilität als klima- und umweltpolitisches Thema beleuchtet. Das Ziel ist, die Menschen vor Ort dafür zu sensibilisieren und zum Umdenken zu animieren: Beispielsweise, indem Kommunen über Projekte und Planungen für Fußgänger*innen und Fahrradfahrer*innen informieren oder Kinder und Jugendliche gezielt den Straßenraum erkunden und diskutieren. Es werden Straßenfeste durchgeführt, Innenstädte autofrei für den Zeitraum gestaltet und der Parking Day in die Aktionen integriert. Vielerorts erfolgt also die zeitweise Verkehrsberuhigung von Innenstadtbereichen und die Erprobung innovativer Nutzungsszenarien. Häufig wird die EMW auch genutzt, um alternative Mobilitätsoptionen konkret vorzustellen, etwa indem Interessierte mit lokalen Shared-Mobility-Angeboten vertraut gemacht werden oder Familien und Unternehmen mehr über die Möglichkeiten von Lastenrädern lernen und diese Probe fahren können.

Die EMW unterscheidet zwischen drei Teilnahmekategorien: Aktionswoche, Autofreier Tag und Dauerhafte Maßnahme. In den vergangenen Jahren ist die Zahl der teilnehmenden Städte und Gemeinden in Deutschland stetig gestiegen. Mit den EUROPEAN**MOBILITYWEEK**-Awards findet jährlich ein europäischer Wettbewerb statt, der Kommunen mit Gold-Status – eine mit über 100.000 Einwohner*innen sowie eine unter dieser Schwelle – auszeichnet und damit andere Städte und Gemeinden zum Nachahmen animiert. 2020 gewannen die deutschen Städte Lilienthal und Mönchengladbach jeweils in den Kategorien Klein- und Großstadt.

Ein deutschlandweiter EMW-Wettbewerb bot die Möglichkeit, besonders engagierten Kommunen hierzulande noch größere Aufmerksamkeit und Wertschätzung zu geben. Darüber hinaus war ein besserer Zuschnitt auf nationale Gegebenheiten möglich. Somit hatte ein deutschlandweiter EMW-Wettbewerb das Potenzial, zahlreiche Leuchttürme für nachhaltige Mobilität zu schaffen, die anderen Kommunen als Vorbild dienen können. Mit der Auszeichnung von Aktivitäten nicht-kommunaler Akteure wie Vereinen, Institutionen und Unternehmen – den sogenannten **MOBILITYACTIONS** – konnte auch diese Beteiligungsmöglichkeit an der EMW bekannter gemacht werden und deren Engagement ausgezeichnet werden.

3.1 Wettbewerbskonzeption und -vorbereitung

Folgende vier Wettbewerbskategorien wurden festgelegt und ein geeigneter Schwellenwert zwischen großen und kleinen Kommunen definiert:

Wettbewerbskategorien

- ▶ Bestes EMW-Programm großer Kommunen (>100.000 Einwohner*innen)
- ▶ Bestes EMW-Programm kleiner Kommunen (<100.000 Einwohner*innen)
- ▶ Innovativste Aktion in der EMW
- ▶ Beste MOBILITY ACTION (nicht-kommunale Akteure)

Der definierte Schwellenwert von 100.000 Einwohnern – welcher Mittelstädte von Großstädten abgrenzt – orientiert sich an den vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) definierten Stadt- und Gemeindetypen in Deutschland (ebd. 2021). Mit Blick auf die weitergehende Unterscheidung des BBSR zwischen großen Großstädten – mit mehr als 500.000 Einwohner*innen – und kleineren Großstädten – mit weniger als 500.000 Einwohner*innen – wurde von einer Auswahl dieses Schwellenwerts abgesehen, auch wenn große Großstädte hinsichtlich eines nachhaltigen Mobilitätsangebots und des Mobilitätsverhaltens ihrer Einwohner*innen häufig eine Vorreiterrolle einnehmen. So wurde sichergestellt, dass die Zahl der potenziellen Bewerber*innen in beiden Kategorien in einem ausgewogenen Verhältnis zueinanderstehen. Außerdem wurde mit dem Schwellenwert von 100.000 Einwohnern vermieden, dass zwischen den Kommunen in beiden Kategorien ein übermäßig großes Gefälle hinsichtlich der Personalressourcen- und Verwaltungsstrukturen besteht. Die Orientierung an den Stadt- und Gemeindetypen des BBSR erleichterte auch die Bewertung der Bewerbungen, da zahlreiche wissenschaftliche Veröffentlichung diese Typen nutzen, um Phänomene und Entwicklungen abzubilden und kleinräumig zu analysieren.

Folgende Teilnahmekriterien wurden festgelegt:

- ▶ Die Kommunen und Akteure haben sich für die EMW 2021 offiziell auf der internationalen Website der EU registriert.
- ▶ Für das beste Programm (Kategorie 1 und 2) müssen Kommunen in allen drei Kategorien der EMW (Woche der Aktivitäten, Dauerhafte Maßnahme und Autofreier Tag) aktiv gewesen sein und so den sogenannten Gold-Status erreicht haben.
- ▶ Für die Prämierung der innovativsten Aktion (Kategorie 3) ist der Gold-Status keine Voraussetzung, sie muss jedoch von der Kommune auf der internationalen Website der EU registriert worden sein.
- ▶ Nicht-kommunale Akteure müssen ihre Aktivitäten als MOBLITYACTION (Kategorie 4) ebenfalls offiziell registriert haben.

Folgende Preise wurden für die Preisträger*innen ausgelobt:

- ▶ Urkunden und nachhaltige Trophäen für die Preisträger*innen.
- ▶ Feste für Helfer*innen mit hochrangigem Besuch für die Erstplatzierten der vier Auszeichnungskategorien. Die Feste sollten auf die Bedürfnisse der Preisträger*innen zugeschnitten und in Zusammenarbeit der vor Ort aktiven EMW-Organisator*innen und Mitstreiter*innen ausgestaltet werden. Neben angemessener Verpflegung war ein Rahmenprogramm, etwa mit Schnupperfuhrparks, Gastredner*innen oder künstlerischer Begleitung gefragt. Die Veranstaltungen sollten zugleich öffentliche Aufmerksamkeit entfalten.

Alle Teilnehmer*innen, die nicht prämiert wurden, erhielten Anerkennungsurkunden. Folgende Bewertungsfelder und Detailkriterien wurden definiert:

Tabelle 6: Bewertungsfelder und Detailkriterien des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW

Bewertungsfeld	Detailkriterien
Mobilitätswende-Effekt	Verlagerung von Verkehrsströmen auf nachhaltigere Verkehrsmittel Vermeidung von motorisiertem Individualverkehr

Bewertungsfeld	Detailkriterien
	Förderung von multimodalen und vernetzten Mobilitätsangeboten
Umweltaspekte	Einsatz klimafreundlicher Antriebe Reduktion von Luftschadstoffen und Treibhausgasen Reduktion von Lärmemissionen
Lebenswerte Umwandlung von Verkehrsflächen mit Innovationsgehalt im Verhältnis zu den örtlichen Gegebenheiten	Ambition der angestrebten Veränderungen Einbindung ungewöhnlicher Akteure und Organisationen Förderung neuartiger Geschäftsmodelle Sinnvoller Einsatz von Technologien Nutzung digitaler Informations- und Organisationstools sowie Apps
Zielgruppenansprache, Reichweite und Praxistauglichkeit	Zielgruppenorientierte Kommunikation und innovatives Informations- sowie Marketingmaterial Einbindung regionaler Medien Reichweite und Multiplikatoren-Effekt Unterhaltungswert Messbarkeit der Wirkung Akzeptanz und Potenzial für Verhaltenswandel
Transferpotential	Modellcharakter Skalierbarkeit und potenzielle Hebelwirkung
Integrationscharakter	Einbindung von regionalen Akteuren und Zivilgesellschaft Berücksichtigung spezifischer Standortfaktoren

Auf Grundlage der Bewertungsfelder und Detailkriterien wurden Vorlagen für die Online-Bewerbungsformulare in den vier Wettbewerbskategorien entwickelt. Berücksichtigung fand dabei die Ausgangslage der potenziell teilnehmenden Kommunen. Das schließt neben der verkehrlichen Situation auch die finanziellen und personellen Ressourcen ein. Die rahmengebende Zeitschiene wurde folgendermaßen festgelegt:

- **Europäische Mobilitätswoche:** 16. – 22. September 2021
- **Bewerbungsphase:** 23. September – 19. November 2021
Nach Ende der EMW konnten sich beteiligte Kommunen sowie nicht-kommunale Akteure mit ihren MOBILITYACTIONS acht Wochen lang auf der Internetseite des Wettbewerbs bewerben. Im Anschluss wurden die Bewerbungen für die Bewertung durch die Jury aufbereitet.
- **Vorbewertung und Entscheidung durch Jury:** Dezember 2021/Januar 2022
Alle Wettbewerbsbeiträge wurden gesichtet und vorbewertet und eine Jurymappe wurde erstellt. Im Anschluss legte die Jury zwölf Preisträger*innen (drei je Kategorie) fest.
- **Preisverleihung:** April 2022
Der Parlamentarische Staatssekretär zeichnete die Gewinner*innen mit attraktiven Preisen und Trophäen aus. Die Gewinnerprojekte wurden in Kurzfilmen und Porträts vorgestellt. Gleichzeitig wurde die Preisverleihung durch flankierende Pressearbeit in regionalen Medien und Fachmedien begleitet. Die Preisverleihung fand als eigenständige virtuelle Veranstaltung statt.

► **Feste für Helfer*innen:** Ab Juni 2022

Es fanden insgesamt vier Feste für Helfer*innen statt (zwei davon aufgeteilt auf jeweils zwei Termine).

3.2 Wettbewerbskommunikation

Im Rahmen der Begleitkommunikation wurden die zahlreichen herausragenden Praxisbeispiele präsentiert und verbreitet. Damit wurde eine entscheidende Grundlage für den Wissenstransfer geschaffen. Dabei stand die Botschaft im Fokus, dass nachhaltige Mobilitätsangebote im Rahmen der EMW überall und mit wenigen Ressourcen möglich sind und neue Maßnahmen ausprobiert werden können. Darüber hinaus wurde die zentrale Rolle von Kommunen für die Verkehrswende verdeutlicht.

Die Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen des EMW-Wettbewerbs sollten potenzielle Bewerber*innen und die breite Öffentlichkeit gleichermaßen ansprechen. Ziel war es, bis zu 40 Bewerbungen zu generieren und die nachhaltigen Mobilitätsangebote der beteiligten Kommunen und Akteure bekannter zu machen. Um möglichst viele geeignete Bewerbungen zu erhalten, wurden der Ablauf, die Kriterien und das Auswahlverfahren des EMW-Wettbewerbs klar kommuniziert, die Internetseite als zentrale Informationsquelle hervorgehoben und der Teilnahmebogen besonders benutzerfreundlich gestaltet. Im Verlauf des Wettbewerbs wurde die Website mit Informationen zu den Preisträger*innen ergänzt. Flankierende Pressearbeit, Meldungen auf der UBA-Website und die Nutzung von UBA-Social-Media-Kanälen sorgten für eine möglichst hohe Sichtbarkeit und Relevanz des Wettbewerbs bei einer interessierten (Fach-)Öffentlichkeit.

Ein besonderer Fokus lag darauf, Kommunen anfänglich zu einer EMW-Teilnahme in allen drei Kategorien zu motivieren und nicht-kommunale Akteure – zu denen kein aktives Netzwerk existiert – reichweitenstark über die EMW und den nationalen EMW-Wettbewerb zu informieren.

Zwei Monate vor der EUROPÄISCHENMOBILITÄTSWOCHE 2021 versendete das UBA eine Pressemitteilung, in welcher der EMW-Wettbewerb öffentlichkeitswirksam angekündigt wurde. Es wurden zielgruppenspezifische One-Pager für Kommunen und nicht-kommunale Akteure zur Verfügung gestellt. Diese wurden an ausgewählte Fachmedien und Multiplikator*innen versendet.

Hinsichtlich der vorgesehenen Broschüre wurde zudem eine hybride Alternative entwickelt: Die Good-Practice-Beispiele der Nominierten und Preisträger*innen in den einzelnen Kategorien wurden leicht verteilbar und kostengünstig in Form eines Faltflyers aufbereitet. Interessierte konnten über eine auf dem Flyer prominent platzierte Verlinkung detaillierte Informationen auf der Wettbewerbsseite erhalten. Dort bestand auch die Möglichkeit, eine Vielzahl an Bildern, Videomaterial etc. zu präsentieren.

3.3 Wettbewerbsdurchführung

Bei der Durchführung des EMW-Wettbewerbs stand ein reibungsloser und motivierender Teilnahmeprozess für alle Bewerber*innen im Mittelpunkt. Das schloss neben einer leicht bedienbaren TeilnahmeSeite eine breit gefächerte Jurybesetzung und einen transparenten Bewertungsprozess ein.

Bei der Besetzung der acht externen Jurymitglieder wurde neben einem ausgeglichenen Geschlechterverhältnis auf ein weites Spektrum an repräsentierten Stakeholdern geachtet. Für die Bewertung der Wettbewerbsbeiträge wurden auf Basis der definierten Bewertungsfelder

und Detailkriterien Steckbriefe erstellt, welche die Festlegung der Preisträger*innen durch die Jury unterstützten. Damit die Jury die Beiträge zu nachhaltiger Mobilität möglichst differenziert bewerten konnte, wurden bei der Auswahl der externen Mitglieder verschiedenste Akteure berücksichtigt. Dazu gehörten Vertreter*innen relevanter Wissenschaftseinrichtungen, öffentlicher Institutionen, Think Tanks und aus der praktischen Forschung sowie von Verbänden, Interessenvertretungen und privaten Unternehmen. Die Steckbriefe der einzelnen Wettbewerbsbeiträge beinhalteten eine Zusammenfassung der Aktivitäten, eine Vorbewertung in den einzelnen Bewertungsfeldern sowie ein Spinnendiagramm, das Stärken und Schwächen der Beiträge visualisierte.

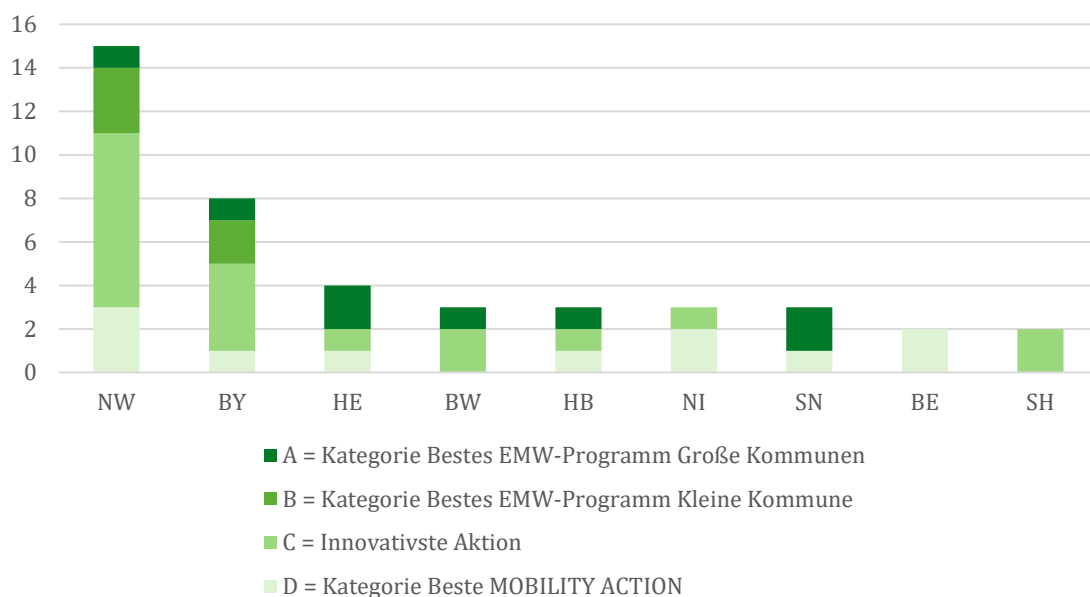
Nach Ende des Bewerbungszeitraums am 19. November 2021 entfielen auf die vier Wettbewerbskategorien insgesamt 45 Beiträge von 39 Teilnehmenden. Unter den Einreichenden waren 28 Kommunen (25 Städte und 3 Landkreise) und 11 Nicht-Kommunen. Fünf Kommunen (Bremen, Fürstentum Brück, Landkreis Kassel, Jülich, Stuttgart und Eitorf) haben neben einem vollständigen Beitrag für das „Beste EMW-Programm“ auch einen Beitrag für die „Innovativste Aktion in der EMW“ eingereicht.

Tabelle 7: Zahl der gültigen Beiträge zum Wettbewerb im Rahmen der EMW nach Kategorie

Kategorie	Zahl der gültigen Beiträge
Bestes EMW-Programm großer Kommunen über 100.000 Einwohner*innen	8
Bestes EMW-Programm kleiner Kommunen unter 100.000 Einwohner*innen	5
Innovativste Aktion in der EMW (Kommunen)	19
Beste MOBILITYACTION (nicht-kommunale Akteure)	11

Aus Nordrhein-Westfalen (NRW) stammten die meisten Einreichungen insgesamt. Bayern und NRW waren in allen Kategorien vertreten.

Abbildung 11: Verteilung der Einreichungen auf Bundesländer



Quelle: Eigene Darstellung, B.A.U.M. Consult GmbH & LoeschHundLiepold GmbH

Die einzelnen Beiträge wurden gesichtet und gemäß der festgelegten Bewertungsfelder sowie Detailkriterien vorbewertet. Die Wettbewerbsbeiträge, eingereichten Materialien und Vorbewertungen wurden in Steckbriefen zusammengefasst, die gemeinsam mit Erläuterungen und Statistiken zu den Teilnehmer*innen in einer Jurymappe zusammengefasst wurden. Die Mappe ging den Juror*innen im Vorfeld der Jurysitzung zu. Die Jury war wie folgt zusammengesetzt:

Tabelle 8: Personelle Zusammensetzung der Jury des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW

Name	Zugehörigkeit
Anja Betker	Referatsleiterin IG I 5 – Umwelt und Verkehr; Elektromobilität
Michael Birk	Leiter Strategisches Kunden- und Projektmanagement bei DB Vertrieb und Initiator von Driversity, der Netzwerkinitiative für moderne Mitarbeitermobilität
Prof. André Bruns	Mobilitätsmanagement und Verkehrsplanung, Hochschule RheinMain
Katja Diehl	Autorin, Lead Communications & PR bei doo2door, Moderatorin des Podcasts she drives mobility und Mitglied im VCD-Bundesvorstand
Kerstin Hurek	Leiterin des Stabs Verkehrspolitik beim ACE
Anne Klein-Hitpaß	Leiterin des Forschungsbereichs Mobilität am Deutschen Institut für Urbanistik
Julian Römer	Strategie und Organisationsentwicklung, u-institut für unternehmerisches Denken & Handeln
Melanie Schade	Leiterin des National Focal Point Mobilitätsmanagement am BBSR
Martin Schmied	Abteilungsleiter im Umweltbundesamt
Jan Strehmann	Referatsleiter Mobilität, Wirtschaftsförderung, Tourismus, Regionalpolitik beim DStGB

Die Jury wählte unter den Bewerber*innen in diesen Kategorien besonders innovative, reichweitenstarke und abwechslungsreiche Beiträge aus. In der Jurysitzung wurden folgende Preisträger*innen ausgewählt:

Tabelle 9: Preisträger*innen des nationalen Wettbewerbs im Rahmen der EMW

Kategorie	Preisträger*innen
Bestes EMW-Programm großer Kommunen über 100.000 Einwohner*innen	1. Preis: Stadt Kassel 2. Preis: Stadt Bremen 3. Preis: Stadt Chemnitz
Bestes EMW-Programm kleiner Kommunen unter 100.000 Einwohner*innen	1. Preis: Große Kreisstadt Fürstenfeldbruck 2. Preis: Stadt Lindau 3. Preis: Gemeinde Eitorf
Innovativste Aktion in der EMW (Kommunen)	1. Preis: Stadt Karlsruhe 2. Preis: Stadt Dortmund 3. Preis: Stadt Fürth

Kategorie	Preisträger*innen
Beste MOBILITYACTION (nicht-kommunale Akteure)	1. Preis: Verkehrswende Leipzig 2. Preis: VCD Minden-Lübbecke Herford e. V. 3. Preis: Buchholz fährt Rad e. V.

Es wurden Good-Practice-Texte und Bilder mit den Preisträger*innen abgestimmt, die im Nachgang der Preisverleihung auf der Wettbewerbsseite unter www.umweltbundesamt.de veröffentlicht wurden. In Vorbereitung auf die Präsentation während der Preisverleihung wurden für die Dritt- und Zweitplatzierten je Wettbewerbskategorie Clipshows mit zugelieferten (Bewegtbild-) Impressionen aus der EUROPÄISCHEN **MOBILITÄTSWOCHE** 2021 produziert. Für die vier Erstplatzierten wurden die Impressionen mit O-Tönen von Vertreter*innen der jeweiligen Kommunen bzw. Organisationen zu zwei- bis dreiminütigen Filmen aufgewertet. Dafür erfolgten vor Ort in Fürstentfeldbruck, Karlsruhe, Kassel und Leipzig Dreharbeiten.

Am 25. April 2022 fand die zweistündige virtuelle Preisverleihung statt. Im Anschluss wurde ein ebenfalls virtuelles Networking über die Plattform Wonder.me angeboten. Insgesamt nahmen 120 Personen an der Preisverleihung teil. Christian Kühn, Parlamentarischen Staatssekretär beim BMUV, hielt zu Beginn der Veranstaltung ein Grußwort. Dr. Ingrid Hanhoff, Ministerialdirigentin im BMUV, übernahm die Laudatio für die erstplatzierte Stadt Kassel in der Kategorie „Bestes EMW-Programm großer Kommunen“.

Die Filme der Erstplatzierten wurden nach der Preisverleihung über den YouTube-Kanal und die Website des Umweltbundesamts veröffentlicht. Alle Preisträger*innen erhielten die Trophäen und bzw. oder die Urkunden. Außerdem wurden ihnen Preisträgersiegel zur Verfügung gestellt, die beispielsweise auf der Website oder in Printpublikationen zum Einsatz kommen können.

4 Bereich 3: Öffentliche Diskurse zu nachhaltiger Mobilität

Im nachfolgenden Bereich 3 wird der Blick auf öffentliche Diskurse rund um nachhaltige Mobilität gerichtet. Insbesondere geht es dabei um die Verhandlung von Alltags- und Freizeitmobilität in den Medien. Hierbei wird zunächst der aktuelle Forschungsstand zur Analyse der medialen Verhandlung von (nachhaltiger) Alltags- und Freizeitmobilität erschlossen (AP 3.1). Auf dieser Grundlage werden mittels medienanalytischer Zugänge und gestützt durch Expert*innen-Interviews Darstellungsformen von (nachhaltiger) Mobilität in verschiedenen Unterhaltungsformaten erfasst (AP 3.2). Aufbauend auf der wissenschaftlichen Studie (vgl. Kapitel 4.1) wurden Workshops mit Medienschaffenden und Mitarbeitenden des BMUV und des UBA durchgeführt (vgl. Kapitel 4.2). Dadurch konnte das in AP3.1 und AP3.2 generierte Wissen an verschiedene Zielgruppen herangetragen werden. In allen drei Teilen des Arbeitspakets wurden ausschließlich Unterhaltungsmedien als Analyseschwerpunkt thematisiert und informative Medien (z. B. Nachrichten) sind aus der Analyse ausgenommen.

4.1 Wissenschaftliche Studie zu Mobilität in den Medien

Im Folgenden werden die wesentlichen Bestandteile und Ergebnisse der Studie von Sören Groth, Henrike Hesping, Thomas Klinger, Rafael Eggebrecht, Eusebia Flamm und Noa Groicher (2023) zusammengefasst. Eine umfangreiche Darstellung ist als UBA-Fachpublikation veröffentlicht und hier verfügbar:

Download

<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/nachhaltige-mobilitaetswende-mobilitaet-in-den>

Die Studie untersuchte, wie Medien Alltags- und Freizeitmobilität mit Fokus auf umweltfreundliche Ansätze darstellen. (Massen-)Medien spielen dabei eine Schlüsselrolle für eine nachhaltige Mobilitätswende, da sie gesellschaftliche Debatten prägen, neue Normen schaffen und so auch Verkehrspolitik und -planung sowie das Mobilitätsverhalten beeinflussen. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Bilder von Mobilität die Medien erzeugen und ob sie Entwicklungen hin zu umweltfreundlicheren Praktiken aufzeigen. Zur Analyse wurden drei Methoden genutzt: eine Literaturanalyse zum Forschungsstand, eine Untersuchung von Unterhaltungsformaten in deutschsprachigen Medien und Interviews mit Expert*innen aus den Bereichen Mobilität und Medien. Abschließend gibt die Studie Denkanstöße, wie Medien progressiver mit dem Thema Mobilität umgehen könnten. Die systematische Literaturanalyse basiert auf zwei zentralen Fragestellungen:

- Wie werden Formen der Alltags- und Freizeitmobilität nach jetzigem Stand der Forschung medial verhandelt?
- Inwieweit spiegeln die in den Studien gemachten Beobachtungen Entwicklungen hin zu einer umweltorientierten Verkehrsnachfrage wider?

Insgesamt wurden 190 Studien ausgewertet, überwiegend aus international referierten Fachzeitschriften mit Forschungskontexten im Globalen Norden. Der multidisziplinäre Textkorpus zeigt eine große methodische, terminologische und konzeptionelle Vielfalt und wurde in fünf thematische Cluster gegliedert:

1. **Medien(bild)sprachen:** Analysiert Normen und Symboliken, die Verkehrsmittel in Medien prägen, und deren Einfluss auf die Wahrnehmung und Bewertung durch Konsument*innen.

2. **Verkehrs(un)sicherheiten:** Betrachtet soziale Medien als (Verkehrs-) Erziehungsinstanzen, aber auch als Verstärker von Verkehrsunsicherheiten.
3. **Nachhaltigkeitstrends:** Untersucht medial erzeugte Vorstellungen nachhaltiger Mobilität.
4. **Mediale Verkehrspolitik:** Identifiziert politische Einflüsse der Medien auf verkehrspolitische Debatten.
5. **Zukunftstechnologien:** Reflektiert über mediale Darstellungen und deren potenziellen Einfluss auf die heutigen hierarchischen Verkehrsstrukturen.

Im Rahmen der Medienanalyse wurden fünf deutschsprachige Unterhaltungsformate untersucht, um Mobilitätsverhalten und dessen emotionale Konnotation zu analysieren. Betrachtet wurden dabei die gezeigte Alltagsmobilität, die geografische Verortung, der Zweck der Fortbewegung sowie das Geschlecht der dargestellten Personen. Die Auswahl der Formate basierte auf Kriterien wie Reichweite, Zielgruppenvielfalt und Sendezeit. Auch On-Demand bzw. Streaming-Formate wurden berücksichtigt, da lineare Kanäle an Bedeutung verlieren. Analysiert wurden Die Rosenheim-Cops (ZDF), Ehrenpflaume (YouTube), How to Sell Drugs Online (Fast) (Netflix), Köln 50667 (RTL 2) und Tatort (ARD). In insgesamt 179 Szenen mit Mobilitätsbezug waren nachhaltige Fortbewegungsmittel deutlich unterrepräsentiert. Umweltfreundliche Mobilität kommt häufiger in Formaten für ein jüngeres Publikum vor, wie How to Sell Drugs Online (Fast) und Ehrenpflaume. Über alle Formate hinweg dominiert der motorisierte Individualverkehr, während nachhaltige Alternativen wie Gehen und Fahrradfahren seltener auftreten. Verkehrsmittel wie ÖPNV, Mikro- oder Elektromobilität wurden gar nicht gezeigt. Bezüglich Raumtyp (urban/ländlich), Wegezweck (beruflich/privat) und Geschlecht der Figuren ergaben sich keine klaren Muster.

Die Expert*innen-Interviews als dritter methodischer Baustein sollten die Ergebnisse der Literaturanalyse und Medienanalyse validieren, Einblicke in die Perspektiven von Medienschaffenden zu nachhaltiger Mobilität geben und Impulse für einen Wandel in der Produktion von Unterhaltungsformaten liefern. Zehn Expert*innen aus der Film- und Fernsehbranche nahmen teil, darunter Aufnahmeleiter*innen, Drehbuchautor*innen, Redakteur*innen, Produzent*innen und Geschäftsleitende. Die meisten zeigten ein hohes Bewusstsein für nachhaltige Mobilität, betonten jedoch, dass diese in deutschen Unterhaltungsformaten bislang kaum präsent ist. Es herrschte weitgehend Einigkeit, dass Unterhaltungsformate das Verhalten und die Meinung von Zuschauer*innen, besonders junger Menschen, beeinflussen können.

Die Mehrheit unterstützte die These, dass nachhaltige Mobilität sichtbarer gemacht werden sollte, und Medienschaffende dazu aufgefordert werden sollten, nachhaltige Mobilitätsformen stärker und positiv in Produktionen zu integrieren. Unterschiede gab es bei der Frage, wie dies umgesetzt werden könnte:

- Einige plädierten dafür, nachhaltige Mobilität bewusst ins Handlungsgeschehen einzubinden, merkten jedoch an, dass dafür höhere Budgets nötig wären (etwa weil Drehs in öffentlichen Verkehrsmitteln aufwändig und kostenintensiv sind oder da Requisitenfahrzeuge erst noch elektrifiziert werden müssen).
- Andere warnten vor erzwungenen Darstellungen, da diese die kreative Freiheit einschränken und belehrend wirken könnten und so womöglich das Gegenteil erreichen würden.
- Einzelne sahen kein Eingreifen als nötig, da der reale Wandel hin zu nachhaltiger Mobilität in Zukunft ohnehin Einfluss auf Medieninhalte haben werde.

Zusammenfassend zeigen die drei Analysebausteine, dass das Ringen um eine Verkehrswende auch in den (Massen-)Medien stattfindet. Einerseits wird die Vorherrschaft des privaten Autos als hegemoniales Verkehrssystem weiterhin (re)produziert. Andererseits sind erste mediale Ansätze erkennbar, alternative Verkehrsmittel wie Fahrrad, öffentlicher Verkehr und Multimodalität stärker zu fördern. Die Literaturanalyse verdeutlicht die Dominanz autozentrierter Storylines, die Autonutzung als „normale“ Fortbewegungsform sowie deren emotionale und symbolische Aufladung (z. B. Status, Geschwindigkeit, Autonomie) in Medien. Gleichzeitig problematisieren die Medien Automobilität selten, etwa bei der sachlichen Darstellung von Verkehrsunfällen, welche die menschlichen Tragödien hinter den Unfällen oft ausblendet. Medien agieren dabei nicht nur als neutrale Plattform, sondern auch als politische Akteure, die oft das vorherrschende Narrativ privater Automobilität stabilisieren. Dennoch gewinnen alternative Narrative, etwa zum Fahrrad, an Raum. Diese werden jedoch häufig auf ökologische Nachhaltigkeit und Wellness reduziert. Besonders bei jungen Erwachsenen in urbanen Räumen zeigt sich ein Wandel hin zu einer stärkeren Bedeutung von On-Demand-Angeboten: Sowohl Streaming-Dienste und Social Media als auch neue Mobilitätsformen wie Car-, Bike- und Scooter-Sharing werden besonders häufig von Generation Y und Z genutzt. Social Media demokratisiert darüber hinaus auch den Diskurs um Mobilität, da etwa Radverkehrsaktivist*innen direkt und ohne Verzögerung Gehör finden. Dieser Wandel eröffnet Forschungsbedarf:

- Wie wird Mobilität in Streaming-Formaten dargestellt und welche Bedeutung wird dem Thema beigemessen?
- Welche Rolle spielen Social Media-Plattformen im medialen Diskurs über Mobilität?
- Welche verkehrspolitischen Konsequenzen ergeben sich aus der stärkeren Einbindung neuer Akteure wie bspw. Aktivist*innen?

Die untersuchten Studien zeigen, dass stark verankerte Mobilitätsgewohnheiten oft mit etablierten, kaum hinterfragten Sprachmustern in der Berichterstattung einhergehen. Ein Beispiel ist die De-Problematisierung automobiler Gewalt in der Unfallberichterstattung. Damit wird klar, dass die Verkehrswende auch eine mediale Dimension hat: Sprachgewohnheiten und Perspektiven müssen überdacht werden. Für Alternativen zum Auto braucht es neue Sprachbilder und Bedeutungszuschreibungen. Medienschaffende sollten sich ihrer autozentrierten Sozialisation bewusstwerden, um eine Haltung zu einem zunehmend multimodalen und sich wandelnden Mobilitätssystem entwickeln zu können – ohne dabei zwangsläufig für eine Verkehrswende zu plädieren. Die Wissenschaft sollte als Korrektiv dienen und die sozialen und verkehrspolitischen Implikationen medialer Inhalte kritisch begleiten.

Die Medienanalyse mobilitätsbezogener Darstellungen in den fünf erforschten TV- und Streaming-Formaten ergab zwei zentrale Erkenntnisse, die für die Weiterentwicklung der medialen Darstellung zeitgemäßer Mobilität bedeutsam sind:

1. **Zielgruppenspezifische Darstellung:** Formate für jüngere Zielgruppen, wie „How to Sell Drugs Online (Fast)“ oder „Ehrenpflaume“, zeigen häufiger umweltfreundliche Mobilitätsformen als konventionelle TV-Produktionen wie der „Tatort“, der ein älteres Publikum anspricht. Dies legt nahe, dass die „Verkehrswende“ je nach Zielgruppe unterschiedlich medial aufbereitet werden sollte. Jüngere Zielgruppen könnten durch Sharing-Angebote angesprochen werden, während bei älteren Zielgruppen zunächst Elektrofahrzeuge im Fokus stehen könnten.
2. **Budgetabhängigkeit der Darstellung:** Verkehrsmittel in Produktionen werden wesentlich durch Kosten beeinflusst. Szenen mit öffentlichem Verkehr sind teuer, und Kooperationen

wie jene zwischen Automobilherstellern und TV-Formaten fehlen im Bereich des ÖPNV bisher weitgehend. Eine Förderung der Darstellung öffentlicher Verkehrsmittel könnte durch Partnerschaften mit Verkehrsbetrieben oder öffentliche Förderprogramme vorangetrieben werden.

Die Expert*innen-Interviews bestätigen, dass umweltfreundliche Verkehrsmittel, insbesondere der ÖPNV, in Unterhaltungsformaten oft unterrepräsentiert sind, obwohl diese Medien einen erheblichen Einfluss auf den Alltag der Menschen haben. Gleichzeitig betonten die Befragten, dass solche Darstellungen nicht belehrend wirken und die kreative Freiheit der Medienschaffenden nicht einschränken dürfen. Um eine stärkere Präsenz umweltfreundlicher Mobilität zu fördern, wurden mehrere Ansätze vorgeschlagen:

Ansätze, um eine stärkere Präsenz umweltfreundlicher Mobilität zu fördern

- ▶ **Sensibilisierung der Medienschaffenden**, um umweltfreundliche Mobilität authentisch und passend zur Handlung darzustellen.
- ▶ **Schnittbilder als kostengünstige Alternative**, wie etwa der Linienbus im Vorspann der „Lindenstraße“.
- ▶ **Aufstockung der Kulturförderung**, um kostenintensive Dreharbeiten im öffentlichen Raum oder in öffentlichen Verkehrsmitteln zu ermöglichen.
- ▶ **Einbezug von „Mobility Consultants“**, die als Fachberater*innen eine professionelle und moderne Darstellung von Mobilität unterstützen können.

Zusammengefasst lässt sich die Darstellung umweltfreundlicher Mobilität durch zielgruppenspezifische Formate, gezielte Sensibilisierung und verstärkte öffentliche Kulturförderung nachhaltig verbessern.

Als inhaltlicher Ausgangspunkt für die in AP3.3 folgenden Workshopformate (vgl. Kapitel 4.2) identifizierte die Studie wesentliche Handlungspotentiale in der Veränderung von Sprachgewohnheiten und dem Erproben alternativer Medien(bild)sprachen. Wenn Medien(bild)sprache, wie die Studie zeigt, subjektive Lebensrealitäten prägt, stellt sich die Frage, wie sie verändert werden kann, um das Auto als dominierendes Verkehrsmittel zu hinterfragen und umweltfreundliche Alternativen zu normalisieren. Könnte etwa das Fahrrad oder der Bus nicht vom „schrulligen“ Tatort-Kommissar, sondern von zeitgemäßen Rollenvorbildern genutzt werden? Muss die Unfallberichterstattung versachlicht werden, oder sollten auch die menschlichen Tragödien stärker berücksichtigt werden? Muss der Bundesliga-Torschützenkönig für ein neues Automodell werben, oder könnte er stattdessen ein hochwertiges Fahrrad präsentieren? Solche alternativen Narrative und Bilder könnten eine neue Mobilitätskultur fördern.

4.2 Kommunikationsworkshops und Workshop mit Mitarbeitenden des BMUV und UBA

In Arbeitspaket 3.3 wurden insgesamt drei Workshops durchgeführt. Die ersten beiden Workshops fanden mit einer Zielgruppe aus Medienschaffenden, Mobilitätsexpert*innen und Influencer*innen für Nachhaltigkeit digital im März 2022 statt. In der digitalen Ausführung der ersten beiden Workshops wurde trotz der Einschränkungen der digitalen Umgebung gegenüber einer analogen darauf abgezielt, eine offene und kreative Atmosphäre zu kreieren und einen fantasiereichen Austausch abseits täglicher Routinen zu ermöglichen. Der dritte Workshop mit Mitarbeitenden aus dem BMUV und UBA wurde am 06.05.2022 in den Räumlichkeiten des BMUV durchgeführt. Ziel war es, die Ergebnisse aus den vorhergegangenen Workshops zu integrieren, spezifische Kommunikationsherausforderungen anzusprechen und Ansätze zu generieren, wie diese überwunden werden können.

Hauptziele der Workshops

- ▶ Umweltwirkungen des Verkehrs zu verdeutlichen und gleichzeitig konkrete, nachhaltige Mobilitätsoptionen und -konzepte praxisnah darzustellen und
- ▶ für Kommunikationsherausforderungen zu sensibilisieren und Instrumente an die Hand zu geben, wie die jeweiligen Kommunikationsziele am besten erreicht werden können.

Die Teilnehmenden sollten dazu befähigt werden, das Wissen anschließend einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Um die bestmögliche Transferleistung zu garantieren, orientierte sich die Konzeption der Workshops an der Vorarbeit aus Arbeitspaket 3.1: *Stand der Forschung* und Arbeitspaket 3.2: *Medienanalyse und Expert*innen-Interviews*.

Im ersten Schritt sind zunächst relevante Medienschaffende unterschiedlicher Bereiche (Presse- und Online-Medien, Crossmedia, Rundfunk, Nachrichtenagenturen und aus Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) identifiziert worden, um ein breites Spektrum an Medien abzudecken und verschiedene Zielgruppen adressieren zu können. Es ist außerdem eine Erweiterung des Teilnehmendenkreises im Bereich Medien- und Datenanalyse vorgenommen worden, um innerhalb der Workshops auf direktes Wissen über die messbare Wirksamkeit diverser Formate zurückgreifen zu können.

Zur Optimierung des Akquise-Prozesses wurde ein digitaler Workshopflyer konzipiert, welcher relevante Eckdaten der Workshops in Kurzform beschreibt sowie Inhalte aus AP 3.1 und 3.2 berücksichtigt (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 12: Workshopflyer

DICKE KARRE

ODER DOCH LIEBER DAS FAHRRAD?

Nachhaltige Mobilität ist eines der kontroversesten Themen unserer Gesellschaft. Die einen begrüßen Alternativen in der Fortbewegung, die anderen dulden keinerlei Veränderungen in unserem Bild der Mobilität. Die Liebe der Deutschen zum privaten Auto(s) als hegemoniales Kulturgut wird oft auch (nicht ganz ironisch) mit der Liebe der US-Amerikaner zur Schusswaffe verglichen.

Wir lassen uns nun mal nicht hineinreden, wenn es um unsere Autos geht. Nachhaltigkeit? Ja! Anpassen? Jein!

Aber woher kommt diese Einstellung? Wir gehen der Sache auf den Grund.



WORKSHOP

Wann?

09. März 2022
15–19 Uhr
digital

ODER

23. März 2022
15–19 Uhr
digital

Für wen?

Du bist beruflich unterwegs in den Bereichen Presse- und Onlinemedien, Rundfunk, Film und Fernsehen, Nachrichtenagenturen, Kunst und Kultur oder allgemein in der Medienlandschaft tätig? Dann freuen wir uns auf deine Ansichten, Widerrede und den entstehenden Dialog zusammen mit Expert:innen zum Thema Mobilität.

Anmeldung
E-Mail: info@ellerystudio.com

Kommunikationsworkshop zur nachhaltigen Mobilitätswende

In diesem Workshop wollen wir in einem Dialog erkunden, ob man eine ganze Gesellschaft wirklich so einfach über einen Kamm scheren kann. Wir befassen uns mit der Darstellung der Mobilität in diversen Medien und beleuchten wie Mobilität medial vermittelt wird. Scheinbar alternative und nachhaltige Verkehrsmittel wie e-Mobilität, car-sharing und -pooling, genauso wie der Abschied vom Auto als vorherrschendes Fortbewegungsmittel werden kritisch analysiert. Unser Ziel ist es, aufzuzeigen, wie die Medien Einfluss auf Mobilität nehmen und wie dabei Transformationsprozesse entstehen, die von der Gesellschaft aufgefasst werden.

Die Medienlandschaft als Motor der Mobilitätswende

Vielen Menschen in Deutschland ist schon länger klar, dass der Klimawandel nicht nur ein Problem folgender Generationen ist. Um sich den zukünftigen Gegebenheiten anzupassen, besteht Handlungsbedarf – besser gestern schon geschehen, als heute wieder verschoben.

Politik und Wirtschaft stehen in der Verantwortung. Manchmal als Vermittler, manchmal als Sündenböcke oder Verbotende, immer aber als Antreiber von nachhaltigen Initiativen. Sie werden deswegen so kontrovers von der Gesellschaft beäugt, weil sie am Ende bestimmen wo es lang geht. Oder etwa doch nicht? Wer sind eigentlich die Antreiber in unserer Gesellschaft wenn es um nachhaltige Mobilität geht?

Einfluss der Medien

Auf Verbraucher:innenebene spielen Medien die wichtigste Rolle der Einflussnahme. Wer genau zeigt uns denn eigentlich wie wir uns fortbewegen sollen? Sind es nun die Serie *4 Blocks* auf Sky, der Fernsehmoderator Kai Pflaume mit seinem neuesten Projekt *Ehrenpflaume* auf YouTube, die Netflix Serie *How to sell drugs online* (fast) oder doch die allseits-bekannten *Rosenheim Cops* auf ZDF? Das lässt sich sicherlich schwer pauschalisieren. Fakt ist jedoch, dass sich der Einfluss der Medienlandschaft durch alle demographischen Bereiche der Konsument:innen zieht und dabei unsere Mobilitätsidentität bedeutend prägt. Medieneinfluss bringt Sensibilität für nachhaltige Alternativen inmitten der Gesellschaft und animiert zum Umdenken und aktiver Mitgestaltung in der Mobilitätswende.

Also, dicke Karre oder doch lieber (nur) das Fahrrad? Wir beschäftigen uns mit allem, was im toten Winkel zu sein scheint!

NaMoWe

Nachhaltige
Mobilitätswende



Durchgeführt und
organisiert von



umweltbundesamt®



Im Auftrag des



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR

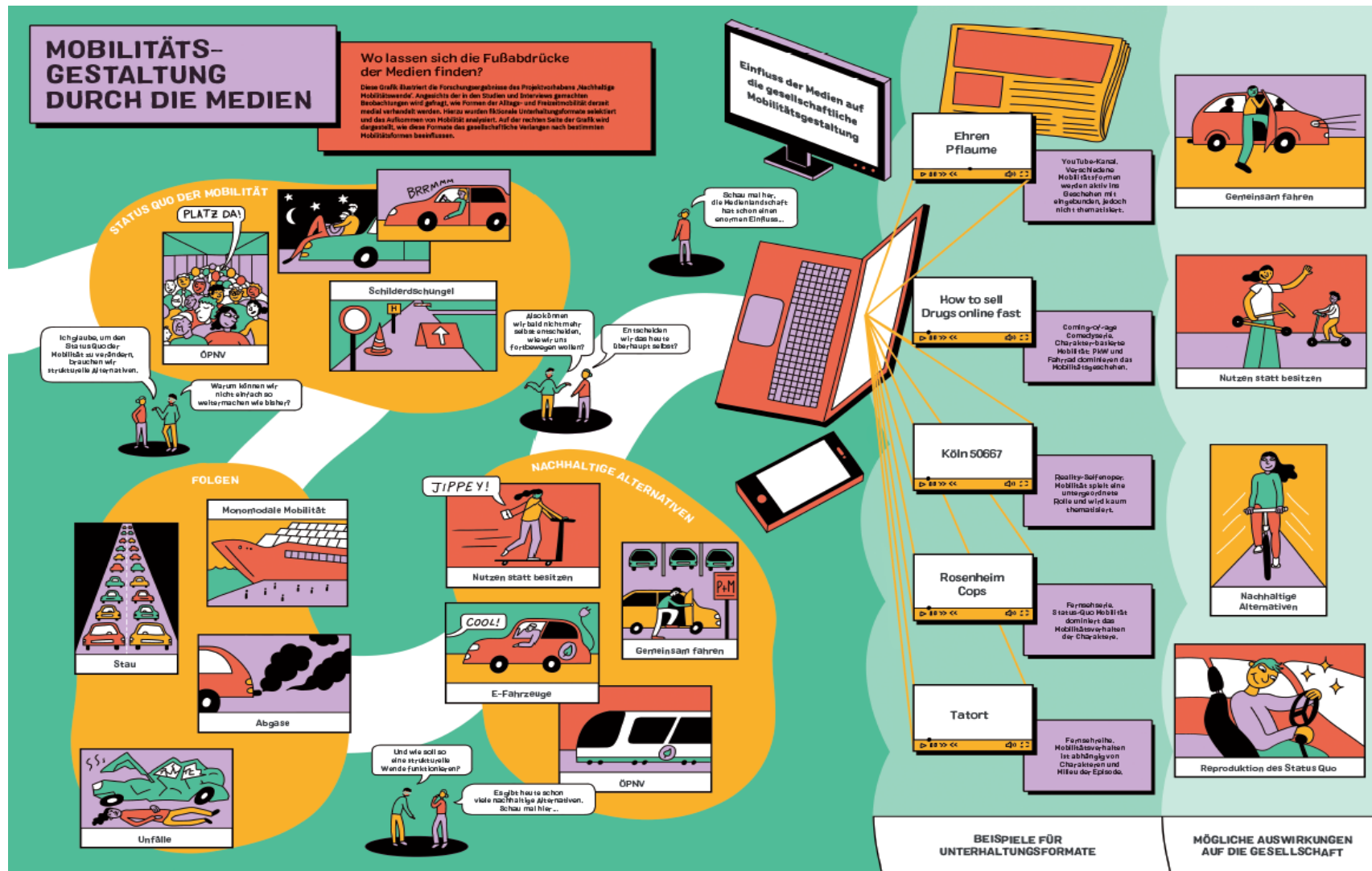
Um die Handlungsempfehlungen aus AP 3.1 umzusetzen und sogenannte „Bottom-Up-Aktivist*innen“ in den Akquise-Prozess einzubinden, wurde die Zielgruppe der Medienschaffenden erweitert. Neben Journalist*innen wurden gezielt Mobilitätsexpert*innen sowie Influencer*innen im Bereich Nachhaltigkeit in die Akquise einbezogen. Dieser Schritt zielte darauf ab, die Sensibilisierung für Kommunikationsherausforderungen zu fördern, indem ein Dialog zwischen den beteiligten Gruppen angeregt wird. Dadurch sollte das Verständnis für die unterschiedlichen Perspektiven vertieft und das Spektrum der Sensibilisierung erweitert werden. Besonderes Augenmerk lag während der Akquise darauf, ein vielfältiges Spektrum an Expert*innen aus den Bereichen Medien, Mobilität und Nachhaltigkeit einzubinden. Der Workshop war als Plattform für Austausch, Dialog und gemeinsames Lernen konzipiert, anstatt ausschließlich nachhaltige Mobilität bekannter zu machen oder eine spezifische Agenda zu kommunizieren.

4.2.1 Workshops mit Medienschaffenden

Die Konzeption der Workshops basierte primär auf den Erkenntnissen aus AP 3.1 und 3.2 sowie dem wissenschaftlichen Forschungsstand im Themenfeld (nachhaltige) Mobilität. Zur weiteren inhaltlichen Untermauerung der Expertise wurden teilweise Erkenntnisse aus den Kurzstudien (AP 1) sowie die Erfahrungen im Umgang mit diesen im Rahmen des Wettbewerbs (AP 2) herangezogen.

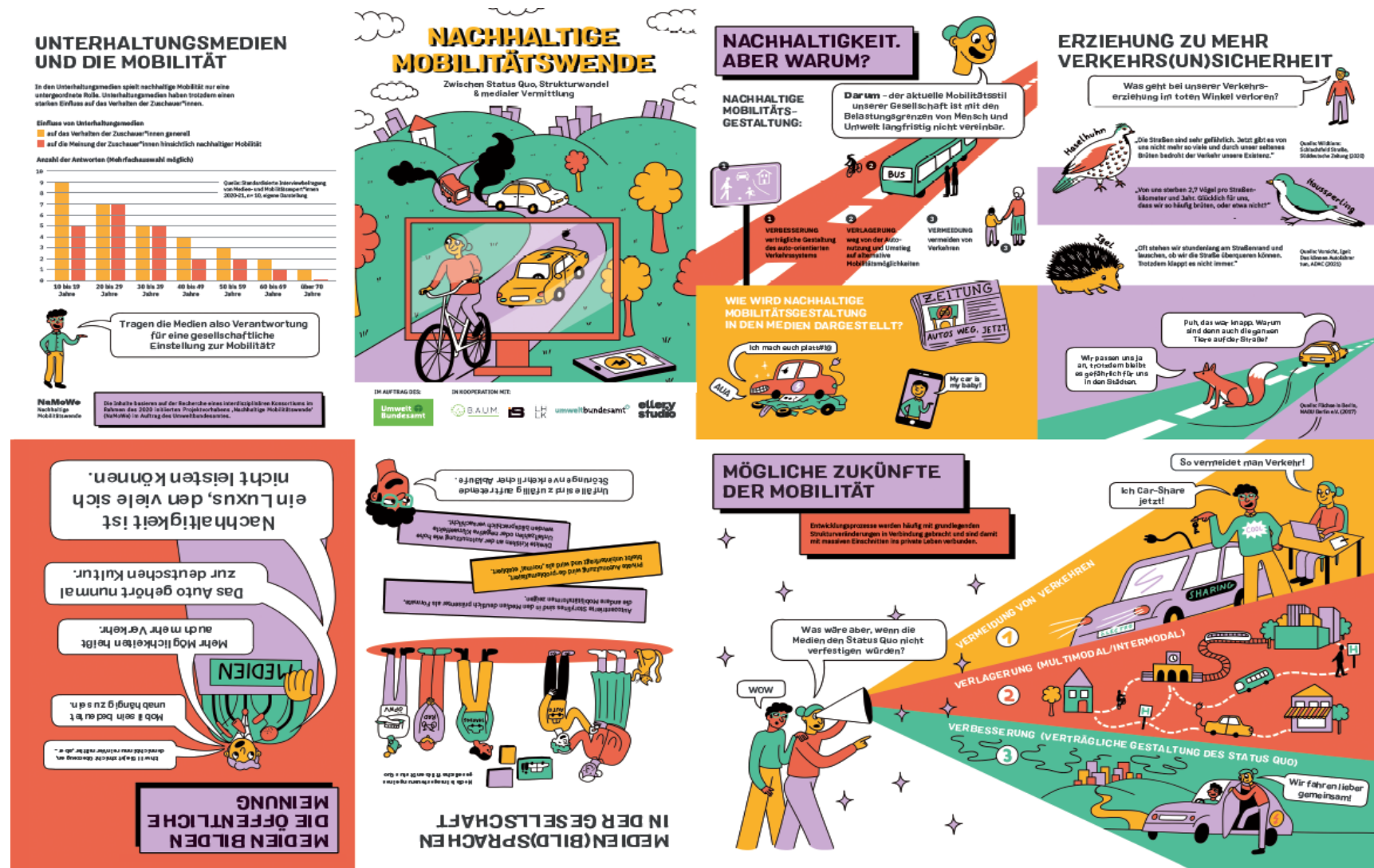
Die vorangegangene Recherche bot demnach die Grundlage für eine sorgfältige Darstellung von Informationen im Workshop. Die wichtigsten Erkenntnisse wurden in anschauliche Tischvorlagen übersetzt (vgl. folgende Abbildungen), die begleitend zum Workshop und in der Vorbereitung von den Teilnehmenden genutzt wurden. Die Tischvorlagen wurde in der Form eines Faltposters konzipiert und aufgrund der digitalen Ausführung der Workshops den Teilnehmenden zunächst per Post vor dem Workshop zugesandt. Das wurde von den Teilnehmenden sehr gut angenommen, da die kollektive Give-Away Box, welche u. a. das Faltposter enthielt, eine analoge Verbindung zur Thematik bot und außerdem zur tatsächlichen Teilnahme am Workshop anregte. Im Workshop wurde das Faltposter als Informationsquelle digital genutzt und die zugänglichen Schaubilder, welche die Recherche aus AP 3.1 und 3.2 abbilden, boten somit die Grundlage für die kreative Phase der Workshops.

Abbildung 13: Tischvorlage "Gallery Walk"



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR

Abbildung 14: Tischvorlage Faltposter



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR

Für die Workshops mit Medienschaffenden, Mobilitätsexpert*innen und Influencer*innen wurden drei Phasen konzipiert: Input-, Arbeits- und Abschlussphase. Während der Workshops wurden die Teilnehmenden in Kleingruppen (ca. 5-7 Teilnehmende) eingeteilt und arbeiteten gemeinsam an den Aufgaben, um kollektive Ergebnisse hervorzubringen. Als digitales Hilfsmittel wurde die Plattform MIRO benutzt. So konnten Ergebnisse nicht nur auf der Tonspur, sondern visuell festgehalten werden, um zum Inhalt des Kurzpapiers beizutragen.

Input-Phase: Der Gallery Walk diente den Teilnehmenden in analoger Form vor dem Workshop und in digitaler Form während des Workshops als Ausgangspunkt für Ideensammlungen und sprach verschiedene Lerntypen und Sinne an. In der Input-Phase wurde der Gallery Walk präsentiert und mit gezielten Fragen näher auf die Inhalte aus der Recherche eingegangen. So konnten sich die Teilnehmenden kennenlernen und gleichzeitig auch ihre Expertise über die Medienlandschaft, Mobilität oder Nachhaltigkeit einbringen. In dieser Phase entwickelten die Teilnehmenden außerdem eine Grundlage für die Erstellung verschiedener Medienformate, die das Thema Mobilität in den Mittelpunkt stellen sollte. Dabei wurden insbesondere die Aspekte Mobilität in Stadt und Land, multimodale Mobilität sowie intermodale Mobilität kritisch beleuchtet.

Arbeitsphase: Das Ziel der Arbeitsphase war es in den verschiedenen Denkräumen der Kleingruppen in den Austausch zu kommen und so im Kollektiv Medienformate zu erstellen. Im Hinblick auf die Inputphase wurde hier das Problemverständnis jeder Gruppe thematisiert und als Ausgangspunkt genommen, um über die Lesbarkeit und Sendbarkeit gewünschter Informationen zu diskutieren und diese dann in fiktive Formate umzuwandeln. Um die Diskussionen in den Kleingruppen auf den Inhalt der zu erstellenden Formate zu fokussieren, dienten die Auswahl bestimmter Zielgruppen (Alter), journalistische Darstellungsformen (z. B. TV, Rundfunk, Online, etc.) und Genres (z. B. Komödie, Drama, Thriller, etc.) als Ausgangspunkte. Diese wurden von den Teilnehmenden am Anfang der Arbeitsphase festgelegt. Die Teilnehmenden wurden dazu angeregt, experimentierfreudig und kreativ zu denken. Das Potenzial des interdisziplinären Workshopformats führte dazu, dass neuartige Narrative diskutiert wurden und letztendlich in die Formatentwicklung mit einfließen.

Abschlussphase: In der Abschlussphase der Workshops wurden u. a. Good-Practice Formate vorgeschlagen. Diese beinhalteten bspw. den öffentlichen Diskurs über das Thema Mobilität durch Satire- und Comedy-Formate aufzulockern, um so eine breitere Öffentlichkeit anzusprechen.

Alle Workshopergebnisse wurden schriftlich und visuell festgehalten. Die wichtigsten Erkenntnisse wurden in einem Kurzpapier zusammengefasst.

Abbildung 15: Dokumentation der Ergebnisse aus den Kleingruppen auf "Miro-Boards"



Quelle: Eigene Darstellung, Ellery Studio GbR

In den beiden Workshops wurden jeweils drei unterschiedliche Medienformate entwickelt. Obwohl sich die Formate in ihrer inhaltlichen Konzeption und Zielgruppenansprache unterschieden, zeichnete sich eine kollektive Präferenz für crossmediale Ansätze ab. Diese umfassten interaktive Formate, Mitmachaktionen und Gamification-Elemente, die überwiegend im Bereich Unterhaltung angesiedelt waren. Ein zentraler Aspekt war die Einbindung der Öffentlichkeit durch eine interaktive Erfahrung mit den jeweiligen Formaten. Außerdem sahen die Teilnehmenden eine hohe Notwendigkeit sowie Potential in neuen, innovativen Formaten.

„What a trip“

Im Format 1 des ersten Workshops mit dem Namen „What a trip“ konzeptualisieren die Teilnehmenden in ihrer Kleingruppe eine Situation, in welcher Mobilität als essenzielles Mittel den Alltag zu gestalten dargestellt wird. Spielerisch wird hier demonstriert, wie bei einer Zweck-Wohngemeinschaft eine essenzielle Zutat für das Abendessen fehlt. Nun begeben sich alle Bewohner*innen dieser Wohngemeinschaft (inklusive des Haustiers) auf die Suche nach dieser wichtigen Zutat. Diese Suche wird aus verschiedenen Perspektiven dargestellt und jeder Charakter begibt sich auf eine Odyssee durch die Welt der Mobilität. Es werden verschiedene Mobilitäts- und Verkehrsarten benutzt. Im Verlauf dieser Reise gestaltet sich diese Suche aufgrund der vielen Mobilitätsarten frustrierend und letztendlich liefert das Haustier, welches die banalste aller Mobilitätsarten, das Laufen, gewählt hat, die Zutat als erstes am Esstisch ab. Die wichtigsten Charaktere dieses kollektiven Formats probieren sich demnach in der Gegenwart an verschiedenen Mobilitätsmöglichkeiten aus. Letztendlich wird aber die einfachste Art der Mobilität, das Laufen, als effektivste dargestellt und damit das gegenwärtige Angebot der Mobilität kritisiert. Die Handlung wird getragen von der Einfachheit des Problems (eine Zutat für ein Abendessen zu finden) und eignet sich demnach für ein Unterhaltungsformat. Das Durchspielen diverser Mobilitätsarten stellt dar, wie viele Möglichkeiten es gibt diese Art von Unternehmung anzugehen und welche alltäglichen Probleme dabei auftreten können. Der Name des Formats („What a trip“) ist eine Anspielung auf die Irrfahrt, welche die Charaktere durchlaufen müssen, um dieses scheinbar simple Problem zu lösen und soll unterschwellig das gegenwärtige Mobilitätsbild kritisieren.

„Race to Zero“

Das Format „Race to Zero“ beschäftigt sich mit Multimodalität und integriert Aspekte von Gamification. Es werden Protagonist*innen im Alter von 40-70 Jahren gezeigt, die sich ohne Autonutzung von einem zum anderen Ort fortbewegen müssen. Da das Format als interaktive Unterhaltung gilt, werden keine Schauspieler*innen ausgewählt, sondern Menschen dabei begleitet, wie sie diese Aufgabe meistern. Aufgrund der Erkenntnisse aus den vorangegangenen Teilarbeitspaketen und den Gesprächen in dieser Kleingruppe wurde deutlich, dass sich ältere Generationen an neue und alternative Mobilität schlechter anpassen können (oder wollen) als es jüngere Generationen tun. Durch das Format „Race to Zero“ soll diese Zielgruppe beim Verändern ihrer Mobilitätsroutinen begleitet werden. In der Handlung dieses Formats spielt der Wettkampf eine große Rolle und soll die Zuschauer*innen an das Format binden. Die Kandidat*innen treten gegeneinander an und müssen ihre Ziele möglichst schnell erreichen. Um letztendlich das Rennen, in welchem sie nur ein gewisses Budget an CO₂-Emissionen verursachen dürfen, zu gewinnen, sind sie zu gezwungen neue und alternative Mobilitätsmöglichkeiten zu nutzen.

„Jan_e Bond Kollektiv jagt Mrs. X Kollektiv“

Das Crossmedia Format „Jan_e Bond Kollektiv jagt Mrs. X Kollektiv“ setzt sich ebenfalls mit dem Thema Multimodalität auseinander. Angelehnt an Ian Flemings Geheimagenten James Bond, zeigt es eine Verfolgungsjagd mit starken Frauenfiguren als Hauptcharaktere. Das Format bindet die Zuschauer*innen interaktiv mit ins Geschehen ein, in dem diese die Handlung aktiv beeinflussen können. Multimodalität ist hierbei zentral, da sich die Verfolgungsjagd mit diversen Verkehrsmitteln bzw. in mehreren Mobilitätsformen abspielt. Die Niedrigschwelligkeit dieses Formats soll die Zielgruppe, die sich normalerweise für Action-geladene, maskuline Unterhaltung interessiert, auch für alternative und nachhaltige Mobilitätsarten und starke Frauenrollen begeistern.

„Kautschuk wird knapp“

Das Format „Kautschuk wird knapp“ thematisiert eine utopisch-dystopische Vorherrschaft des Fahrrads in einer alternativen Zukunft. Dieses Format lässt sich als Science-Fiction einordnen, da es die Zuschauer*innen in eine andere Zukunft versetzt und die Frage stellt: „Was wäre, wenn?“ Die dargestellte Zukunft basiert auf der Annahme, dass die StVO bereits vor Jahren nachhaltig ausgerichtet wurde. Fahrräder haben sich nicht nur als das gängigste, sondern auch als das beliebteste Fortbewegungsmittel etabliert. Fußgänger*innen sind vollständig in das Verkehrsgeschehen integriert, und Turnschuhe gelten als alltägliches Fortbewegungsmittel. Das führt letztendlich zu einer Knappheit eines essentiellen Rohstoffs: Kautschuk. Mit diesem Format entwickelt die Kleingruppe eine Utopie der Nachhaltigkeit, welche sich durch steigende Nachfragen und Regulationen der Regierung letztendlich zu einer dystopischen Wahrnehmung entwickelt. Durch die Knappheit von Kautschuk werden Subventionen für den Rohstoff diskutiert und Fahrräder so teuer, dass sich die Menschen es nicht mehr leisten können, überhaupt mobil zu sein. Das Format veranschaulicht auf humorvolle Weise und in einem alternativen Szenario den Drang zur Nachhaltigkeit.

„Make My Way Challenge“

Das Format „Make My Way Challenge“ ist ein interaktives Format, welches die Zuschauer*innen in den Prozess einbindet und mitgestalten lässt. Es soll als Live-Show konzipiert sein und begleitet Menschen, welche sich in Deutschland von einem Ort zu einem anderen bewegen müssen, ohne dabei viel CO₂ zu emittieren. Es gibt jeweils Bonuspunkte für die schönste Strecke bzw. die kürzeste Zeit, die gebraucht wird, um ans Ziel zu kommen. Im Laufe des Formats nehmen die Zuschauer*innen eine aktive Rolle ein, indem sie die Kandidat*innen vor Herausforderungen stellen. Außerdem können die Zuschauer*innen den Kandidat*innen einen Bonus zukommen lassen und sie damit unterstützen. Die Einnahmen dieser Live-Show werden gespendet. Das Format weckt Wettkampflust, fördert Interaktivität und wirbt niedrigschwellig für nachhaltige Mobilität.

„NaMoWe-Monat mit G. Jauch“

Der „NaMoWe-Monat mit G. Jauch“ ist ein interaktives Format das Familienunterhaltung bietet. Während dieses Monats, erklären sich Zuschauer*innen dazu bereit, in ihrem Mobilitätsalltag

begleitet zu werden. Es ist als sogenanntes „Doku-Tainment“ Format konzipiert, welches in einer wöchentlichen Sendung ausgestrahlt werden soll. Die Handlung soll einen Perspektivwechsel veranschaulichen und den Zuschauer*innen den Alltag anderer Familien in Deutschland mit Bezug auf Mobilität darlegen. Wichtig in der Konzeption war vor allem, dass Stereotype vermieden werden und ein reales Bild der Gesellschaft dargestellt wird. Es soll die Zuschauer*innen intrinsisch dazu motivieren und animieren, über das Thema Mobilität nachzudenken sowie das eigene Mobilitätsverhalten zu hinterfragen.

In der **Reflexions-Phase** wurden die Teilnehmenden gebeten anhand von Leitfragen verschieden Unterpunkte zu diskutieren. Im folgenden Teil sind die dominantesten Narrative jeder Frage aufgeführt:

Was habe ich gelernt?

- ▶ Die Identifikation mit neuen Mobilitätsformen ist wichtig für eine Verhaltensänderung.
- ▶ Ansprüche verschiedenster Zielgruppen müssen berücksichtigt werden.
- ▶ Das Hinterfragen von jeder neuen (alternativen) Mobilitätsform ist essenziell.
- ▶ Visuelle Elemente und menschliche Identifikation sind wichtig für Medienformate rund um Mobilität.

Welche Chancen gibt es?

- ▶ Mobilität kann ein wesentlicher thematischer Bestandteil in Unterhaltungsmedien werden.
- ▶ Alternative Mobilität sollte Zielgruppen-übergreifend ein positives Lebensgefühl vermitteln.
- ▶ Medial sollten Crossmedia und interaktive Formate verwendet werden, um niedrigschwellig die gesellschaftliche Beteiligung zu generieren.
- ▶ Die Diskussion über Mobilität sollte emotional entschärft und mit mehr Lockerheit und Akzeptanz geführt werden.

Wie sieht ein Good-Practice Format aus?

- ▶ Ein solches Format muss viele Lebensrealitäten berücksichtigen.
- ▶ Es muss ein spielerisches/interaktives Format sein, dass nicht bevormunden möchte, sondern neue Möglichkeiten aufzeigt.

Welche Hindernisse gibt es?

- ▶ Die Zielgruppen lassen sich schwer benennen und eingrenzen.
- ▶ Formate über Mobilität sind meist zu seriös und bevormunden die Zuschauer*innen.
- ▶ Die bekannten Diskussionsmuster (Stadt-Land, Auto als Hegemon) schaffen Raum für Antagonismus und Ablehnung bei bestimmten Zielgruppen.
- ▶ Nachhaltige Mobilität wird nicht als hilfreich oder nötig, sondern als belehrend wahrgenommen.

In den ersten beiden Workshops stellte sich heraus, dass diese Form eines interdisziplinären Austauschs sich sehr gut eignet, einen Dialog zur (nachhaltigen) Mobilität zwischen verschiedenen Zielgruppen zu initiieren. Im Vorhinein wurde die Kommunikation „ohne erhobenen Zeigefinger“ als vorwiegende Form der Kommunikation in den Workshops festgelegt. Hierbei agieren die Moderator*innen als Initiator*innen des Dialogs statt Vordenker*innen und Vorreiter*innen einer präferierten Lebensweise mit Bezug auf Mobilität zu werden. Dies ist eine wertvolle Erkenntnis, die durch die positive Resonanz der Teilnehmenden während der ersten beiden Workshops bestätigt wurde. Für den öffentlichen Diskurs über nachhaltige Mobilität und in Anbetracht der Workshopergebnisse und des Inputs der Expert*innen lässt sich demnach schließen, dass die Kombination aus einem kollektiven Dialog sowie einer niedrigschwelligen Herangehensweise (Mitmachaktionen, Gamification, etc.) die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit für nachhaltige Mobilität steigern kann.

Die ersten beiden Workshops haben gezeigt, dass Expert*innen aus der Medienlandschaft aktivierende Elemente in ihre präferierten Medienformate einbauen, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen. Dementsprechend würde eine reine Informationskampagne nicht ausreichen, um die Öffentlichkeit zur Selbstbeteiligung an einer nachhaltigen Mobilitätswende zu begeistern. Die erstellten Formate aus den Workshops haben gezeigt, dass die interaktive Einbindung der Zielgruppe als essenziell für die Aufnahme von Informationen gesehen wird. Demnach lassen die Ergebnisse aus den Workshops darauf schließen, dass öffentliche Diskurse zur nachhaltigen Mobilität vom Einfluss der Öffentlichkeit geprägt sein müssen und diese mit in den Prozess der Mobilitätswende integriert werden sollten.

4.2.2 Workshop mit Mitarbeitenden des BMUV und UBA

Der Workshop mit den Mitarbeitenden des BMUV und des UBA am 06.05.2022 in Berlin sollte den Teilnehmenden eine gemeinsame Grundlage geben, um sich für die Kommunikationsherausforderungen zum Thema sensibilisieren zu können. Den Teilnehmenden wurden Instrumente an die Hand gegeben, mit denen sie die Erkenntnisse der vorangegangenen Recherchen und der Workshops in ihrem beruflichen Kontext nutzen können. Besonders die spezifischen Medienformate, die von den Teilnehmenden der ersten beiden Workshops entwickelt wurden, spielten eine zentrale Rolle für den dritten Workshop, da sie die Chancen und Herausforderungen bei der medialen Gestaltung nachhaltiger Mobilität aufzeigten.

Um eine adäquate Transferleistung der Ergebnisse zu ermöglichen, die sich auch in konkrete Kooperationsmöglichkeiten zwischen dem BMUV und UBA umwandeln ließen, wurden vorwiegend Personen aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der beiden Organisationen für den Workshop gewonnen. Der Workshop wurde in drei Phasen unterteilt – Input, Kreativität und Reflexion – basierend auf der Struktur der ersten beiden Workshops.

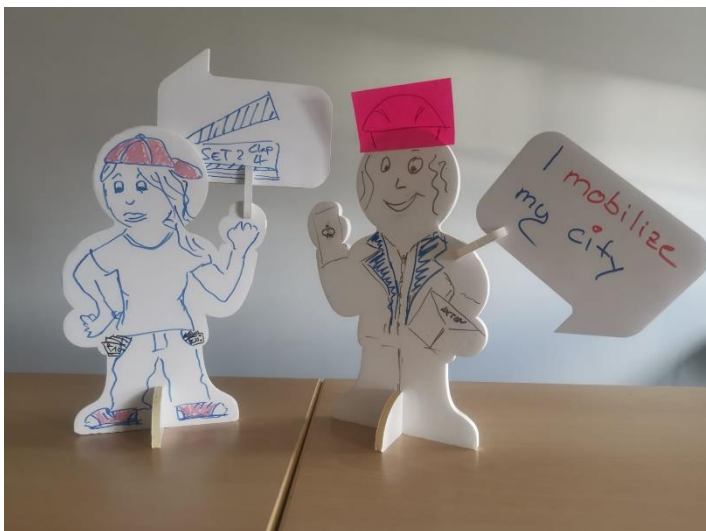
1. Input-Phase

In der Input-Phase ging es darum, den Teilnehmenden, die nicht im Verbundprojekt involviert waren, die wesentlichen Inhalte aus Arbeitspaket 3 zu vermitteln und dabei einen besonderen Fokus auf die pragmatische Verwertbarkeit der Ergebnisse zu legen. Es wurden Personas entworfen, welche die Thematik einer nachhaltigen Mobilitätswende zielgruppenspezifisch aufgreifen und dabei einen Ausgangspunkt für verschiedene Projekte bilden sollten. Hierzu haben sich die Teilnehmenden kreativ eingebracht, um in der Reflexions-Phase Ideen zu sammeln und Zuständigkeiten zuzuweisen.

2. Kreativ-Phase

Für die Kreativ-Phase wurden die Teilnehmenden in Kleingruppen aufgeteilt. Um die Kreativität anzuregen, wurden Personas entwickelt, anhand derer die Teilnehmenden die Ergebnisse erarbeiteten.

Abbildung 16: Personas (Gruppe 1: rechts; Gruppe 2: links)



Quelle: Eigenes Bild, Ellery Studio GbR

Die erste Kleingruppe konzentrierte sich auf ein Kommunikations-Konzept für die Europäische Mobilitätswoche. Dafür sollte insbesondere die Bundesumweltministerin und der UBA-

Präsident mit einbezogen werden. Diese sollten ein Interview in einem stehenden Fahrzeug („Stehzeug“) über die Verkehrswende geben, da dieses insbesondere die Wichtigkeit einer nachhaltigen Mobilitätswende verdeutlicht. Ausgehend von einer Persona einer engagierten Bürgermeisterin bzw. eines engagierten Bürgermeisters, welche*r an der Mobilitäts-Thematik interessiert ist, wurden verschiedene weitere Bestandteile eines möglichen Kommunikations-Konzepts erarbeitet:

- ▶ Die Europäische Mobilitätswoche vom 16.-22. September 2022 mit dem Tag der Schiene am 16./17. September 2022 verbinden, um die mediale Präsenz der einzelnen Aktivitäten des NaMoWe-Vorhabens zu erhöhen sowie Aufmerksamkeit über die Lokalmedien hinaus zu generieren.
- ▶ Themen der Digitalisierung im Bereich Mobilität aktiv miteinbeziehen, bspw. Mobilitäts-Sharing und Pooling thematisieren.
- ▶ Bestehende Kontakte zu Koordinator*innen der Europäischen Mobilitätswoche nutzen und damit den Netzwerkeffekt steigern.
- ▶ Mobilitäts-Challenges für jeden Tag ausschreiben, um Menschen zum Erproben von für sie neuen Mobilitätsoptionen zu animieren und um Vor- und Nachteile unterschiedlicher Mobilitätsformen aufzuzeigen.
- ▶ Vorteile von alternativen Mobilitätsformen herausstellen, bspw. CO₂-Ersparnis, Zeitersparnis, Gesundheit (Schrittzähler, Kalorienverbrauch, etc.) und finanzieller Vorteil.
- ▶ Den Vorbildcharakter der Bundesumweltministerin sowie des Präsidenten des UBA nutzen, bspw. indem diese eine Woche lang auf das Auto verzichten, ihr Mobilitätsverhalten über Tracking/Tracing nachvollziehbar machen und alternativ genutzten Mobilitätsformen Sichtbarkeit verschaffen.
- ▶ Den Vorbildcharakter der Bundesregierung erkennen, bspw. durch Car-Pooling für die Anreise zu gemeinsamen Terminen oder Challenges, z. B. „Wie viele Minister*innen passen in einen Dienstwagen?“
- ▶ Lokale Themenkomplexe und Kommunikationsanlässe berücksichtigen und Kommunen einbinden, um zentralistische Planung zu vermeiden.
- ▶ Strategische Zusammenarbeit mit den Medien anstreben und Mobilitätsthemen in die ARD-Themenwoche und in fiktionale Formate einbinden.
- ▶ Follow-up und Weiterentwicklung der Kommunikation als regelmäßige medienwirksame Aktionen seitens des UBA und BMUV durchführen und die Kommunikation über die Europäische Mobilitätswoche hinaus ausweiten. Außerdem Mobilitätsthemen mit den Sustainable Development Goals (SDGs) verbinden und ggf. weiter thematisch öffnen, auch über das Thema der Mobilität hinaus.

In der zweiten Kleingruppe lag der Fokus darauf, welche Personen die nachhaltige Mobilitätswende in der Öffentlichkeit im Namen des UBA und des BMUV vertreten können. Auch hier stand die Zielgruppe der Medienschaffenden im Vordergrund. Ziel der im Workshop entwickelten Kampagne war es, Medienschaffende als Botschafter*innen für eine nachhaltige Mobilitätswende zu gewinnen und so eine Alternative zu typischen Kampagnen zu schaffen. Ein zentraler Fokus lag darauf, aus behördlicher Perspektive Wege zu finden, die Zielgruppe zur aktiven Mitwirkung als Botschafter*innen zu motivieren. Zum einen sollte die Zielgruppe

intrinsisch motiviert sein, zu einer nachhaltigen Mobilitätswende beizutragen. Zum anderen sollte die extrinsische Motivation durch Fördermittel und Preise gefördert werden. Zur Zielgruppe der Medienschaffenden gehören dafür insbesondere die Filmindustrie mit Produktionsfirmen, Unterhaltungsindustrie, Drehbuch-Autor*innen, Set-Designer*innen und Location-Scouts. Auch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien sollte in die Kommunikation eingebunden werden. Zur Veranschaulichung entwickelte die Kleingruppe im Workshop die Persona einer Filmproduzentin „Linda“. Linda zeigt grundsätzliches Interesse an nachhaltigen Themen, ist aber keine Expertin in diesem Gebiet. Sie steht unter wirtschaftlichen Druck und möchte grüne Produktion als Alleinstellungsmerkmal nutzen, um den Nischenmarkt zu erkunden. Um sie anzusprechen, eignet sich insbesondere:

- ▶ Eine Preisverleihung für nachhaltige Produktion durchführen, die an bestehende Filmpreise und Filmförderungen anknüpft.
- ▶ Die Mobilitätsthemen indirekt kommunizieren und dafür Datenbanken für die Schnittbildproduktion zur Darstellung vielfältiger Mobilität zur Verfügung stellen sowie deren Erweiterung fördern.

3. Reflexions-Phase

In der Reflexions-Phase wurden die Ergebnisse der Kleingruppe im Plenum diskutiert. Es wurde insbesondere Bedarf zur Ansprache junger Menschen gesehen, da Medien eine edukative und prägende Rolle einnehmen. Außerdem können Studierende über private und öffentliche Filmhochschulen angesprochen werden, um ihre Begeisterung für nachhaltige Medienproduktionen zu fördern. Als Kooperationspartner*innen könnten bspw. der VDV, die Bundesstiftung Kultur, die internationale Filmfestspiele Berlin (kurz „Berlinale“), die Green Film Initiative und die Europäische Mobilitätswoche hinzugezogen werden.

5 Fazit

Das transdisziplinäre Projekt verfolgt das Ziel, durch enge Zusammenarbeit verschiedener Akteure und Disziplinen entscheidende Impulse für eine nachhaltige Mobilitätswende zu liefern. Dafür wurde ein breites Themenspektrum betrachtet, welches stark mit Ansätzen und Modellprojekten aus der Praxis verzahnt wurde.

Die wissenschaftlichen Kurzstudien lieferten wissenschaftliche Beiträge in Bereichen wie etwa der Förderung aktiver Mobilität, dem Umgang mit Pendlerströmen und der Entwicklung multimodaler Verkehrslösungen. So konnten Erkenntnisse gewonnen werden, die Kommunen und Organisationen als Grundlage für zukunftsweisende Maßnahmen dienen können. Besonders hervorzuheben ist die enge Verknüpfung zwischen den wissenschaftlichen Erkenntnissen und den Bedarfen aus den Projekten aus der Praxis. Dadurch konnten gleichermaßen wissenschaftliche Erkenntnisse generiert und die Praxisprojekte in ihren Vorhaben unterstützt werden. Die praxisnahen Good-Practice-Beispiele können dabei als Inspiration für weitere Kommunen dienen.

Für die Gewinnerprojekte des #mobilwandel2035 Wettbewerbs standen die individuelle und bedürfnisorientierte fachliche Beratung, Vernetzungsangebote mit anderen Projekten sowie die praxisorientierte Vermittlung von Fachwissen im Zentrum. Die im Rahmen des Projekts erstellten Visualisierungen dienten gleichermaßen der öffentlichkeitswirksamen Kommunikation sowie der Konsolidierung der Projektziele der ausgewählten Gewinnerprojekte.

Durch einen neu konzipierten nationalen Wettbewerb im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche erfuhren besonders engagierte Aktionen in Kommunen größere Aufmerksamkeit und Wertschätzung. In vier Kategorien wurden neun Kommunen und drei nicht-kommunale Organisationen ausgezeichnet. Dadurch konnten Leuchtturmprojekte hervorgehoben werden und der interkommunale Austausch angeregt werden. Die Gewinnerprojekte erhielten Anerkennung durch attraktive Preise.

Eine breit angelegte Studie untersuchte außerdem, wie Medien Alltags- und Freizeitmobilität mit Fokus auf umweltfreundliche Ansätze darstellen. (Massen-)Medien spielen eine Schlüsselrolle für eine nachhaltige Mobilitätswende, da sie gesellschaftliche Debatten prägen, neue Normen schaffen und so auch Verkehrspolitik und -planung sowie das Mobilitätsverhalten beeinflussen. Auch diese Studienergebnisse wurden direkt an die Praxis weitergegeben: In Workshops mit Medienschaffenden sowie Mitarbeitenden des BMUV und des UBA wurden Ansätze entwickelt, wie nachhaltige Mobilitätsformen stärker in den Medien repräsentiert werden können.

Die Ergebnisse des NaMoWe-Vorhabens bieten eine Grundlage für die Gestaltung zukünftiger nachhaltiger Mobilitätsstrategien und -projekte und können als Modell für weitere transdisziplinäre Projekte dienen. Um die Mobilitätswende weiter voranzutreiben, ist es entscheidend, den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis fortzusetzen und die Ergebnisse in den breiteren gesellschaftlichen Diskurs einzubringen.

A Literatur

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2021): Stadt- und Gemeindetypen in Deutschland. <https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/deutschland/gemeinden/StadtGemeindetyp/StadtGemeindetyp.html> (Zugriffsdatum: 26.03.2025).

Robinson, J. (1990): Futures under glass: a recipe for people who hate to predict. In: Futures, 22, 8, Butterworth-Heinemann Ltd, London, S. 820–842. DOI: 10.1016/0016-3287(90)90018-D

Umweltbundesamt (2022): Klimaschutz im Verkehr. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr/klimaschutz-im-verkehr#ziele> (Zugriffsdatum: 01.03.2023)

Groth, S.; Hesping, H.; Klinger, T.; Eggebrecht, R.; Flamm, E.; Groicher, N. (2023): Nachhaltige Mobilitätswende – Mobilität in den Medien. 1. Auflage, Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau. <https://openumwelt.de/entities/publication/3e3ef00a-6b50-4c99-84a0-e1ab548dbb9e> (26.03.2025)