



Betriebliches Mobilitätsmanagement (BMM)

Zentrale Erkenntnisse und Kernbotschaften

Fazit aus zwei Förderaufrufen der Bundesinitiative „mobil gewinnt“ | Förderprogramm Betriebliches Mobilitätsmanagement des BMDV

Bearbeiter:innen

Michael Wedler (B.A.U.M. Consult GmbH)

Dr. Andrea Dittrich-Wesbuer (ILS)

Jörg Hake (TÜV Rheinland)

Februar 2023

Inhalt

1	WIRKUNGEN DES FÖRDERPROGRAMMS BETRIEBLICHES MOBILITÄTSMANAGEMENT.....	3
1.1	BMM schützt das Klima nachweislich	3
1.2	BMM trägt zur Einsparung von Ressourcen bei und steigert die Zufriedenheit der Beschäftigten	3
2	BEDINGUNGEN FÜR EIN ERFOLGREICHES BMM.....	4
2.1	BMM als Multitalent für alle Unternehmenstypen.....	4
2.2	BMM als Change-Management-Prozess.....	4
2.3	BMM als gemeinsame Aufgabe mit internen und externen Partner:innen auffassen.....	4
3	ZUKUNFT DES BMM.....	5
3.1	Mit den Positiv-Beispielen für erfolgreiches BMM wächst auch die Überzeugung bei weiteren Betrieben.....	5
3.2	Um in die flächenhafte Verbreitung zu kommen, sind mehr als Pilotförderungen notwendig	5

1 Wirkungen des Förderprogramms Betriebliches Mobilitätsmanagement

1.1 BMM schützt das Klima nachweislich

- Mit Hilfe individuell zugeschnittener BMM-Konzepte lassen sich in Betrieben CO₂-Minderungen von einigen Hundert kg pro Beschäftigten erzielen. Im Fokus stehen hier Maßnahmen zur Vermeidung und Reduzierung von Arbeitswegen und Dienstreisen, zur Verlagerung auf umweltfreundliche Verkehrsträger sowie zur Optimierung von Fuhrparks und Mobilitätsabläufen. Die Corona-Pandemie wirkte als starker Beschleuniger von Prozessen der Arbeitsorganisation, insbesondere der inzwischen etablierten Praxis des Arbeitens auf Distanz (Homeoffice).
- Die Initiative „mobil gewinnt“ mit dem Förderprogramm Betriebliches Mobilitätsmanagement des BMDV konnte in geförderten Vorhaben erfolgreich zur CO₂-Emissions-Minderung von durchschnittlich 320 kg CO₂ pro Mitarbeitendem und Jahr beitragen. Zum im Rahmen des ersten Förderaufrufs ermittelten jährlichen CO₂-Vermeidungspotenzial von rund 230 kg sind weitere Einsparungen von rund 90 kg pro Mitarbeitendem und Jahr durch die nunmehr etablierte Nutzung von Home-Office, als eine Maßnahme des BMM, zu ergänzen. Dieser bei der Evaluation¹ ermittelte Effekt erhärtet die Einschätzungen aus vorhergehenden Untersuchungen.
- BMM birgt große Potenziale und kann einen Beitrag zum Klimaschutz im Verkehrssektor liefern: Würde ein vergleichbares Angebot wie in den Projekten von „mobil gewinnt“ nur für 10 % aller Beschäftigten bereitgestellt, könnten kurzfristig jährliche Einsparungen von etwa 1,5 Million Tonnen CO₂ erzielt werden².

1.2 BMM trägt zur Einsparung von Ressourcen bei und steigert die Zufriedenheit der Beschäftigten

- Die Evaluation zeigte deutliche Effizienzgewinne durch BMM, z. B. mittels einer besseren Auslastung und Verkleinerung von Fahrzeugflotten.
- Die Förderung der Nutzung von Verkehrsmitteln des Umweltverbundes kann den Flächenverbrauch bremsen, in dem keine neuen Stellplätze für den Pkw-Verkehr errichtet bzw. bestehende umgewandelt werden. Auf dem Platz von einem Pkw-Stellplatz lassen sich beispielsweise bis zu 14 Fahrradabstellmöglichkeiten unterbringen.³
- Umfragen aus den geförderten Einzelprojekten in „mobil gewinnt“ zeigen, dass BMM die Mitarbeiterzufriedenheit erhöht. Dies führt zu einer höheren Attraktivität der Betriebe und verstärkt die Bindung der Beschäftigten ans Unternehmen.

¹ Die evaluierten Unternehmen sind sehr heterogen auf Grund unterschiedlicher Branchen, Größen und Lagen. Dies hat Einfluss auf die individuell ermittelte Emissionsminderung.

² Zur Einordnung: Im Verkehrssektor (Personen- und Güterverkehr) wurden im Jahr 2021 etwas weniger als 150 Mio. t CO₂ Äquivalente emittiert.

³ Vgl. ADFC 2010 (unter: https://www.adfc-nrw.de/uploads/media/ADFC_Hinweise_Planung_Abstellanlagen.pdf) (letzter Zugriff 21.07.2021).

2 Bedingungen für ein erfolgreiches BMM

2.1 BMM als Multitalent für alle Unternehmenstypen

- BMM ist grundsätzlich für alle Unternehmenstypen geeignet. Auch ohne gute ÖPNV-Anbindung können Betriebe, z. B. durch die Förderung des Radverkehrs und die Nutzung digitaler Plattformen zur Vernetzung, eine beträchtliche CO₂-Minderung erreichen.
- Digitalisierung unterstützt das BMM, indem bedarfsgerechte Mobilitätsangebote erschlossen und zugänglich gemacht werden können; die Entwicklung und Verfügbarkeit komfortabler integrierter Lösungen (Apps, standardisierte Schnittstellen zu Plattformen usw.) muss hierzu weiter vorangetrieben werden.
- Viele Unternehmen vermeiden bislang restriktivere Maßnahmen. Die Effekte von BMM könnten nachweislich deutlich gesteigert werden, wenn nicht nur Anreize für attraktive Mobilitäsalternativen (Pull), sondern auch klare Regeln und Grenzen für Pkw-Nutzung (Push) umgesetzt würden.

2.2 BMM als Change-Management-Prozess

- Neben Kostenvorteilen zeigen sich strategische Motive wie Mitarbeiterzufriedenheit, Standortattraktivität sowie Imagegewinn als wirkmächtige Treiber. Betriebe und öffentliche Verwaltungen übernehmen mit BMM zunehmend gesellschaftliche und ökologische Verantwortung.
- Kommunikation bestätigt sich als Schlüsselfaktor. Die Veränderung des Mobilitätsverhaltens der Belegschaft benötigt einen kontinuierlichen Austausch und geeignete Kommunikationsformate im Unternehmen.
- Die nachhaltige Änderung von Mobilitätsroutinen gelingt dann am effektivsten, wenn Unternehmen und Behörden BMM als langfristige Aufgabe konsequent verfolgen und in ihrer Unternehmenskultur⁴ verankern.
- Einbindung bestehenden Knowhows von Fachleuten und Anbietern von Mobilitätslösungen hilft den Betrieben, Lernprozesse abzukürzen und integrierte Lösungen zu finden.

2.3 BMM als gemeinsame Aufgabe mit internen und externen Partner:innen auffassen

- Kommunen nehmen als Initiierende, Koordinierende, Serviceanbieterende und als Rahmengestaltende (Flächenwidmung, Stellplätze, Nahverkehr) eine Schlüsselrolle im BMM ein.
- Kommunen können BMM zur Interaktion mit ihren Betrieben nutzen. So kann im Sinne einer nachhaltigen Verkehrsplanung gezielter auf den Berufsverkehr eingewirkt werden und erwünschte Entzerrungseffekte und Verlagerungseffekte als gemeinsames Interesse angestrebt werden. Sie sollten Betriebe mittels Bereitstellung bedarfsgerechter Angebote des Umweltverbunds zur Verlagerung des Verkehrs aktiv

⁴ U.a. Schaffung von interdisziplinären Mobilitätsteams oder Mobilitätsbeauftragte als „Kümmerer:in“.

unterstützen, z. B. bei der Bereitstellung von ÖPNV-Angeboten oder durch eine sichere und gut ausgebaute Radwege-Infrastruktur.

- BMM bietet grundsätzlich innovative Geschäftsmodelle für proaktive städtische Versorgungs- und Verkehrsbetriebe sowie für die Immobilienwirtschaft (Carsharing und Plattformen).
- Allianzen mit Nachbarbetrieben unterstützen den Aufbau kritischer Nachfragemengen und den Betrieb gemeinsamer wirtschaftlicher Angebote.

3 Zukunft des BMM

3.1 Mit den Positiv-Beispielen für erfolgreiches BMM wächst auch die Überzeugung bei weiteren Betrieben

- „mobil gewinnt“ zeigt, dass auch mit begrenzten finanziellen Mitteln gezielte Maßnahmen für ein erfolgreiches Mobilitätsmanagement gestartet werden können. Dieses Wissen sollte durch Vernetzung von Akteur:innen an interessierte Betriebe und „Neueinsteiger“ weitergegeben werden.
- BMM ist eine anspruchsvolle organisatorische Aufgabe. Daher ist eine Förderung eines angemessenen (langen) Zeitraumes notwendig, damit sich erste Erfolge im Wandel der Mobilitätsroutinen verstetigen und geförderte Angebote auch langfristig wirken können.
- Der prozesshafte Charakter zur Unterstützung des Wandels verlangt nach einer zentralen koordinativen Rolle als „Kümmerer:in“. Daher ist insbesondere eine Förderung der Personalkosten dieser Rolle zentral für die Einführung eines erfolgreichen Mobilitätsmanagements.

3.2 Um in die flächenhafte Verbreitung zu kommen, sind mehr als Pilotförderungen notwendig

- Der Mittelstand benötigt niederschwellige Einstiegsangebote wie kostenlose Erstberatung, Vermittlung von Best-Practice innerhalb seiner Region oder Branche, digital gut aufbereitetes Orientierungswissen und einfachen Zugang zur Umsetzungsförderung.
- BMM ist ein interdisziplinäres Feld, in dem Schnittmengen zwischen verschiedenen Fördermöglichkeiten nicht ausgeschlossen werden können, z. B. bei der Elektromobilität. Daher ist eine Berücksichtigung von ergänzenden Förderungen von BMM sinnvoll. Der Aufwand in Antragstellung und Projektabwicklung sollte so gering wie möglich gehalten werden.
- Durch ein standardisiertes Monitoring zur Erfolgsmessung auf betrieblicher Ebene und zur Wirkungsevaluation auf aggregierter Ebene sollte die Datenlage zum BMM künftig auf eine breitere Basis gestellt werden.
- Auf eine Vereinfachung der komplizierten Rechtslage (Steuerrechtliche Behandlung verschiedener Mobilitätslösungen inkl. Ladestrom, Versicherungsfragen, Tarifverträge) sollte dringend hingewirkt werden.

- Die Übernahme von Verantwortung für die vom Betrieb verursachten Verkehre sollte selbstverständlich werden. Es gibt zahlreiche Erfolgsbeispiele aus unseren europäischen Nachbarländern. Zum Beispiel verbindliche Einführung von Mobilitätskonzepten, ggf. durch (Selbst-)Verpflichtung in öffentlichen Institutionen und größeren (oder verkehrsintensiven) Unternehmen.