

# „Nachhaltige Mobilität im Sozialen Wohnungsbau“

Effektivität zielgruppenspezifischer  
Kommunikationsmaßnahmen

Forum B-2, DECOMM 2022, München  
12.09.2022

# AGENDA

1. Einführung und Fragestellungen
2. Projekthintergrund der Evaluationsstudie
3. Wesentliche Ergebnisse
4. Schlussfolgerungen



# WORKING GROUP „MOBILITY MANAGEMENT“ AT THE RHEINMAIN UNIVERSITY WIESBADEN

- Aktuell 7 Professuren, 12 Wiss. Mitarbeitende, 3 Sekretariatskräfte, 2 LfbA, 1 PostDoc ... n Hiwis
- Drei Studiengänge:
  - Bachelor „Mobilitätsmanagement“
  - Master „Nachhaltige Mobilität“
  - Master Umweltmanagement und Stadtplanung in Ballungsräumen
- Promotionszentrum Mobilität und Logistik
- Forschungs- und Transferaktivitäten

Jahresbericht 2021: [https://www.hs-rm.de/fileadmin/Home/Fachbereiche/Architektur\\_und\\_Bauingenieurwesen/Studiengaenge/Mobilitaetsmanagement\\_B.Eng./Publikationen/Jahresbericht\\_2021.pdf](https://www.hs-rm.de/fileadmin/Home/Fachbereiche/Architektur_und_Bauingenieurwesen/Studiengaenge/Mobilitaetsmanagement_B.Eng./Publikationen/Jahresbericht_2021.pdf)



# EINLEITUNG

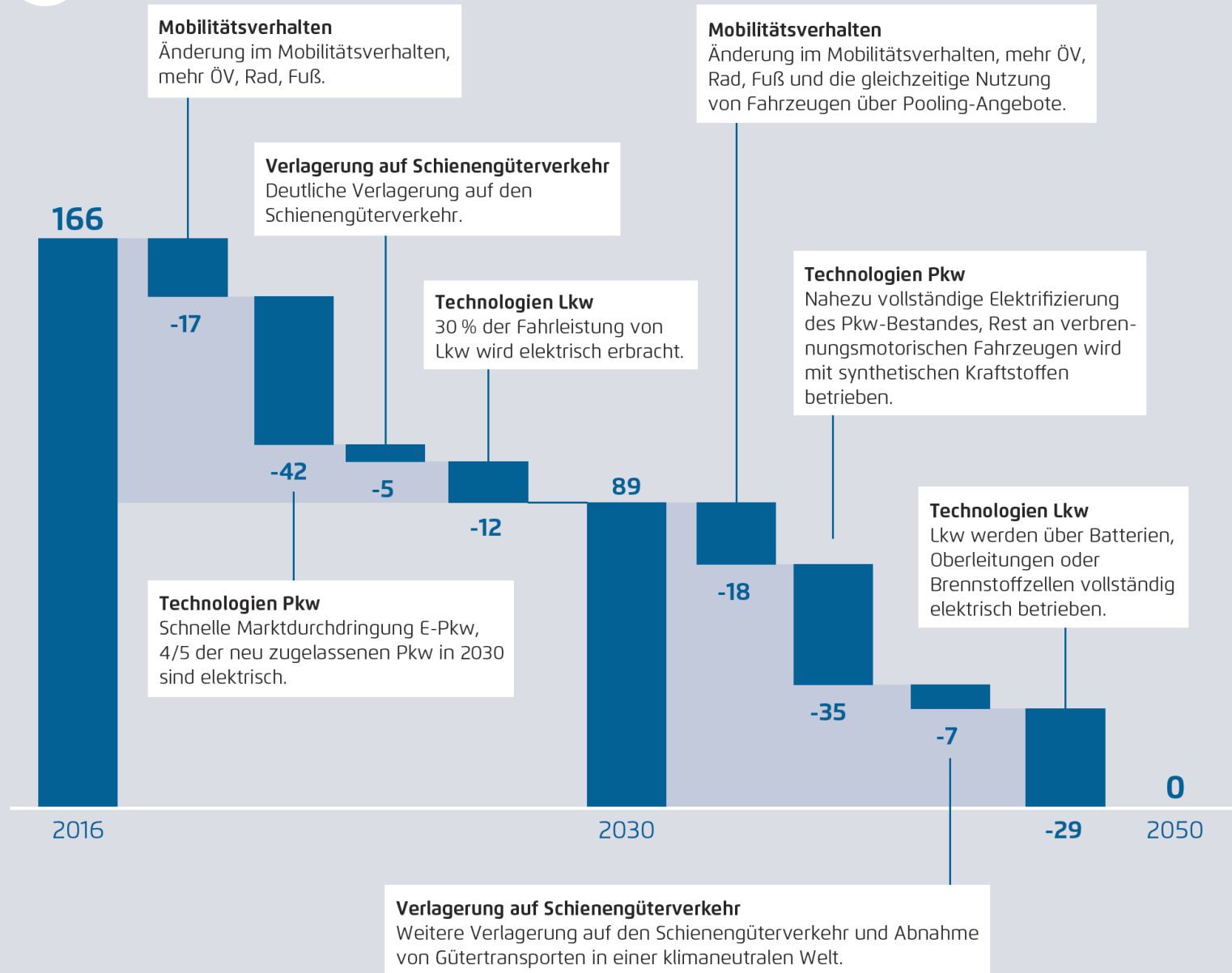
- Die Erreichung der Klimaschutzziele erfordert eine Verlagerung auf nachhaltige Verkehrsträger und damit Verhaltensänderungen
- Es stellt sich die Frage, wie man für die Mehrheit der Bevölkerung eine Verhaltensänderung 1. ermöglicht und 2. fördert.
- Besondere Relevanz haben hierbei Gruppen, die nicht per se eine Affinität für nachhaltige Modi auszeichnet

*Prognos, Öko-Institut, Wuppertal-Institut (2020): Klimaneutrales Deutschland. Studie im Auftrag von Agora Energiewende, Agora Verkehrswende und Stiftung Klimaneutralität*

09.09.2022



## Verkehr



HA-PROJEKT-NR.: 686/19-06



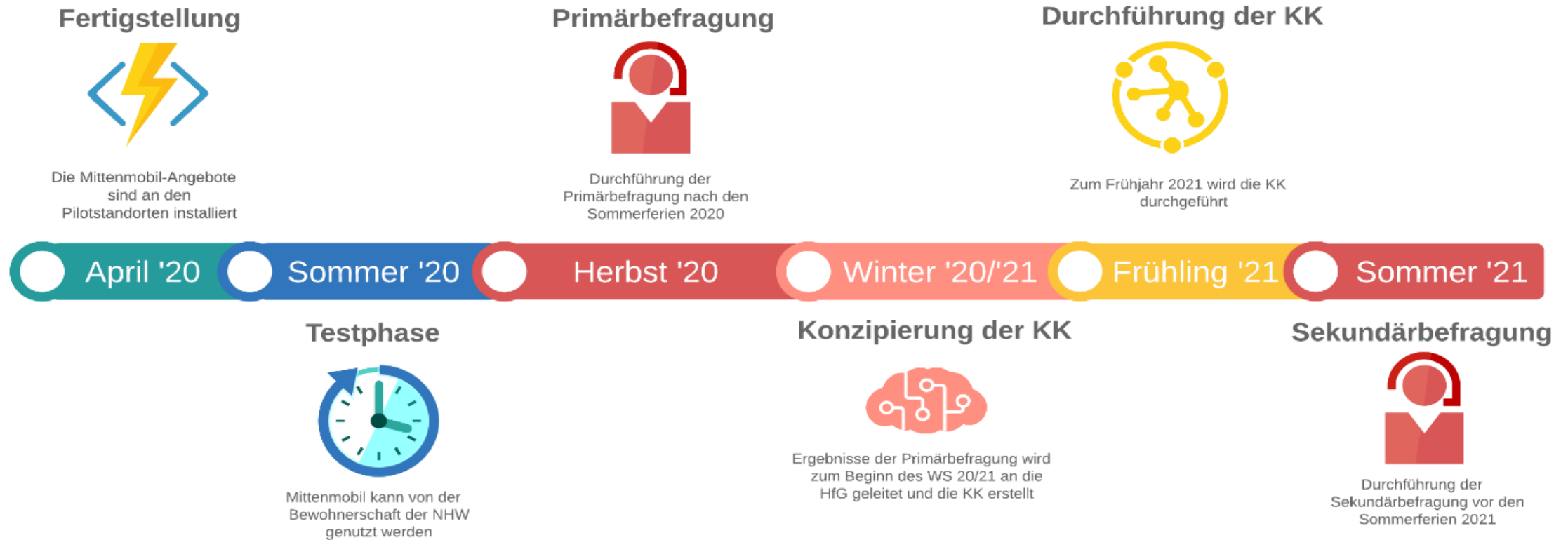
# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSTUDIE

## Wesentliche Fragestellungen und Annahmen

- Grundlegende Forschungsfragen: Wie müssen nachhaltige Verkehrsmittel kommuniziert und/oder gestaltet werden, um einen signifikanten Effekt
  - (1) auf die Wahrnehmung dieser Verkehrsmittel und in der Folge
  - (2) auf die Steigerung ihrer Nutzung in Gebieten des sozialen Wohnungsbaus im Raum Frankfurt RheinMain hervorzurufen?
- Speziell: Welche Effektivität haben in diesem Zusammenhang zielgruppenspezifische Kommunikationskampagnen und wie müssen sie ausgestaltet sein?
- (grundlegende) Annahmen zur Zielgruppe:
  - Die verkehrsmittelbezogenen Einstellungen sind pro PKW ausgeprägt
  - der private Pkw dominiert die Alltagsmobilität, im Gegensatz dazu ist die Akzeptanz von geteilten Modi ist generell gering
  - die Bewohner können sich aufgrund ihres ökonomischen Status‘ einen Wechsel auf private Elektrofahrzeuge kurzfristig nicht leisten
  - Die Nutzung geteilter Modi böte andererseits einen objektiven Vorteil, da hierdurch Mobilitätsoptionen zu einem verhältnismäßig geringen Preis geschaffen werden

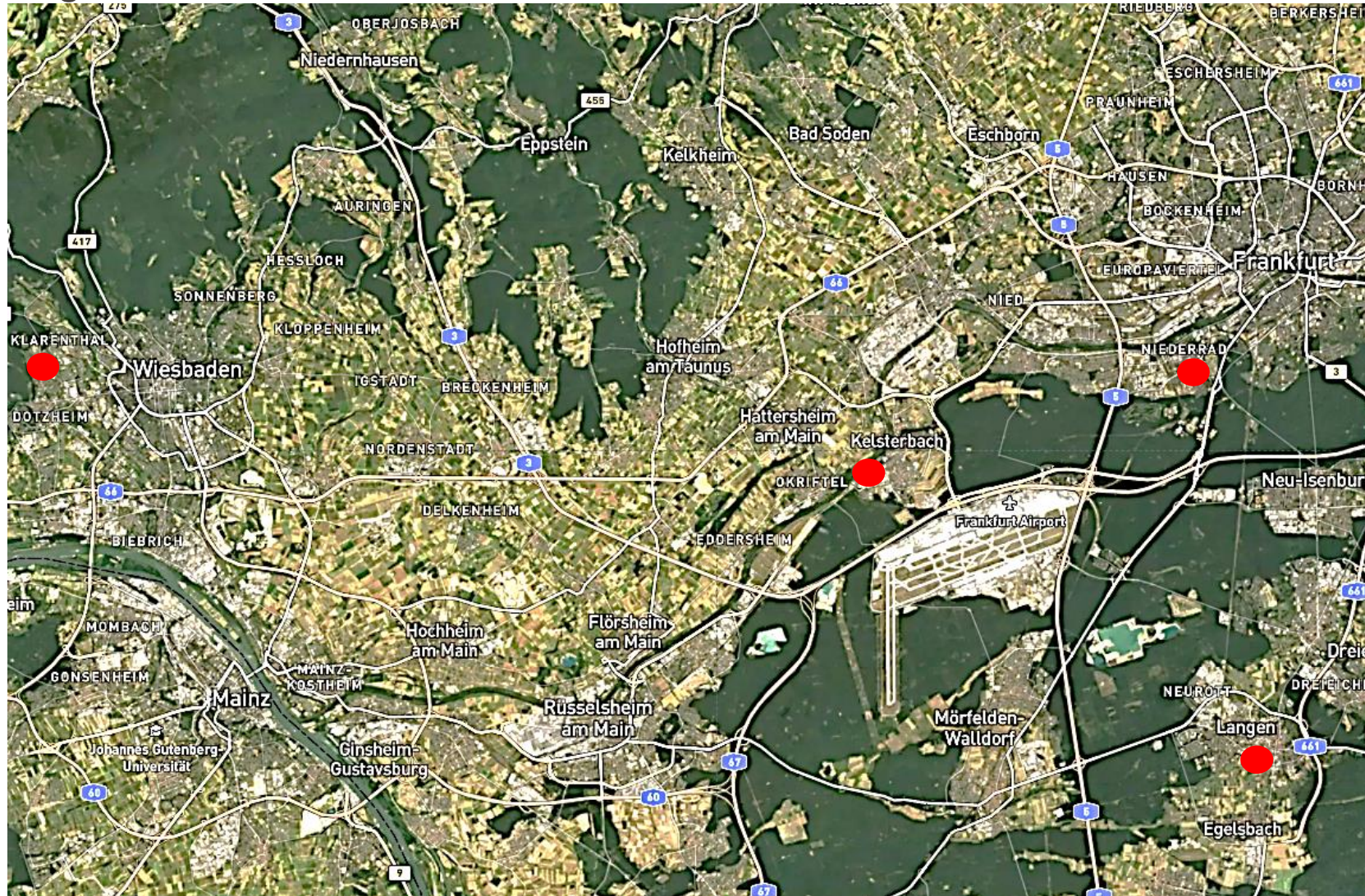
# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSTUDIE

## Projektphasen



# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSSTUDIE

## Lage der Pilotstandorte



 = pilot areas



# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSTUDIE

## Fahrradboxen



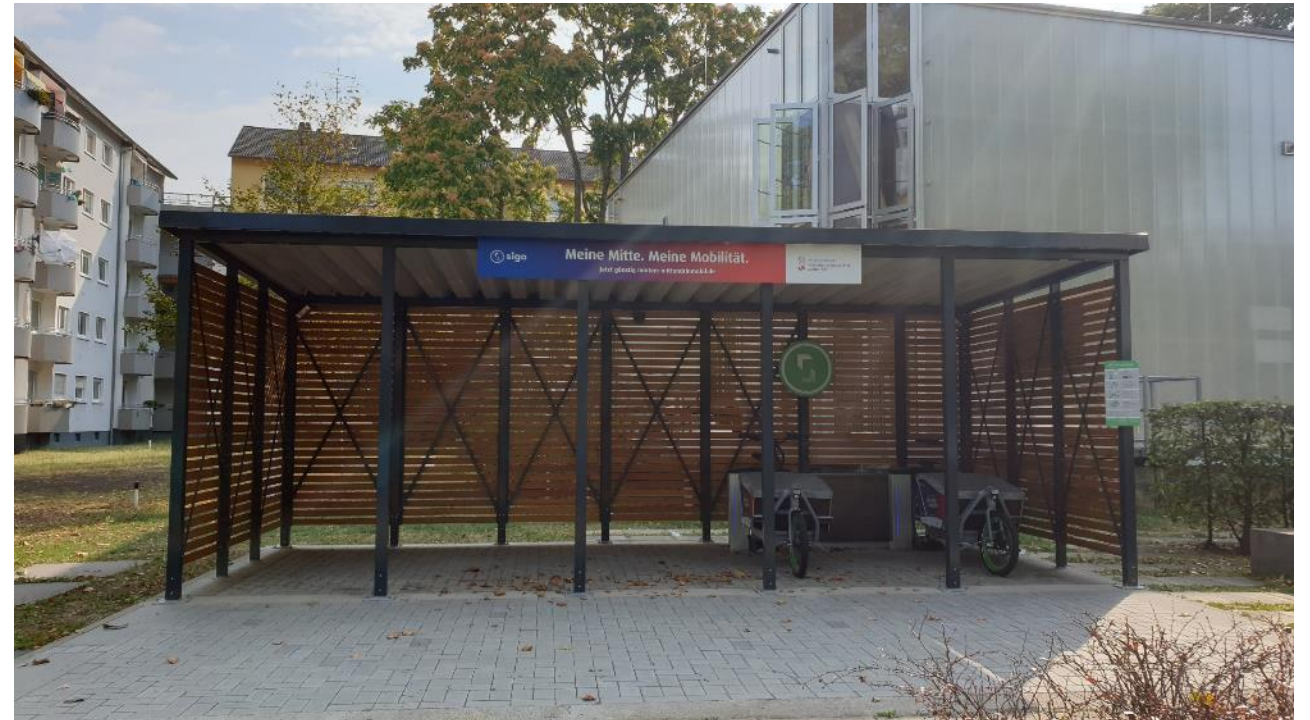
Fotonachweise: Özge Zengin (HSRM), 12.08.2020.

# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSTUDIE

## E-Cargo-Bike-Sharing



Fotonachweis: Özge Zengin (HSRM), 12.08.2020.



Fotonachweis: Özge Zengin (HSRM), 12.08.2020.

# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSTUDIE

## E-Car-Sharing und Ladestation



Fotonachweis: Özge Zengin (HSRM), 12.08.2020.



Fotonachweis: Özge Zengin (HSRM), 04.09.2020.







Fotonachweis: Özge Zengin (HSRM), 12.08.2020.



Fotonachweis: Özge Zengin (HSRM), 12.08.2020.

# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSSTUDIE

## Angebotsübersicht

Services - Areas	Frankfurt – Niederrad 496 apartments	Wiesbaden – Kohlheck 112 apartments	Kelsterbach – Mainhöhe 243 apartments	Langen – South 440 apartments
 Fahrradboxen	14	-	1	-
 E-Cargobikes	2	2	2	2
 E-Car-Sharing (stadtmobil©)	1	-	-	-
 Ladesäulen	1	1	1	-
Stellplätze	66	Ca. 60 (Tiefgarage)	165	170

# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSSTUDIE

## Kommunikationskampagne: Mietermagazin und Postwurfsendung

MOBIL



**...leichter mit Carsharing**

41 Stunden verbringen Autofahrer in deutschen Städten jährlich mit der Suche nach einem Parkplatz. Zu dem Zeitverlust kommen laufende Kosten und Reparaturen. Zusammen mit der Carsharing-Agentur stadtmobil bieten wir unseren Mieterinnen und Mietern die Möglichkeit, ohne ein eigenes Auto flexibel und günstig mobil zu sein. besuchen Sie unsere Homepage [wohnen-in-der-mitte.de](http://wohnen-in-der-mitte.de)

12

MOBIL

Gemeinschaftliches Verkehrsmittel: In den „Meisagrün“ in Frankfurt-Preungesheim stehen jetzt 2 E-Lastenräder für Sie bereit.

**MIETERMOBILITÄT**

### Bereit für eine neue Erfahrung?

**Nachhaltig, flexibel und günstig mobil mit Carsharing und E-Lastenrad**

Sie sind Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie und eines vom Land Hessen unterstützten Modellprojekts zur Förderung der Elektromobilität. Denn die Mobilität in den Städten muss sich ändern und die Luftverschmutzung reduziert werden. Doch dazu braucht es Menschen, die bereit sind, ihr Mobilitätsverhalten zu ändern: die vom eigenen Auto umsteigen auf Carsharing für den Weg zur Arbeit, die sich für den täglichen Einkauf aufs Fahrrad setzen oder sich für den Getränkekauf ein E-Lastenrad ausleihen – es ist groß genug für zwei Getränkekisten und produziert null Gramm CO<sub>2</sub>. Eine Station mit jeweils zwei E-Lastenrädern bieten wir derzeit an diesen Pilotstandorten:

- Frankfurt-Niederrad-/Preungesheim, Melbocusstr. 66 und Beskoopstr. 12
- Kelsterbach, Mainhöhe 9-13
- Langen, Südliche Ringstr. 149
- Wiesbaden, Hühnerweg 3
- Darmstadt, Eichbergstr. 12-14, Berliner Allee 26

**Aufregend leise und CO<sub>2</sub>-sparsam: Elektroautos mit 30 Euro Startguthaben**

An den Pilotstandorten Niederrad, Wiesbaden und Kelsterbach wartet ein Elektroauto Renault Zoe inklusive Ladestützen auf unsere interessierten Mieterinnen und Mieter. Zeigen Sie in einer Niederlassung unseres Kooperationspartners stadtmobil Ihren Führerschein und Ausweis und Sie erhalten 30 Euro Startguthaben. Mehr dazu auf [www.mitteadmobilit.de](http://www.mitteadmobilit.de)

**Up in the sky: E-Mobilität kinderleicht**

Doch wie die Lust zum Ausprobieren von E-Mobilität steigern? Am besten mit einer Werbekampagne, die auf Luftballons und Sticker setzt und zeigt, wie kinderleicht so ein für viele noch fremd anmutendes E-Lastenrad zu fahren ist. Mit dieser Idee hat Studentin Cornelia Stelling von der Hochschule für Gestaltung (Offenbach) unseren Wettbewerb für das beste Kommunikationskonzept gewonnen... „das auch noch kinderleicht zu verstehen ist“, so NEM-Geschäftsführer Dr. Constantin Weisphal. 5.000 Euro Preisgelder stellen wir hierfür bereit.

**Wer verändert sich wie?**

Wie schnell ändern Menschen freiwillig ihr gewohntes Mobilitätsverhalten und welche Angebote brauchen sie dafür? Mit wissenschaftlicher Akribie geht dieser Frage die Hochschule RheinMain in ihrem Studiengang Mobilitätsmanagement nach und ist damit verantwortlich für die Evaluation unseres Mobilitäts-Pilotprojekts. Werden erst Hundebesitzer oder Familien das E-Lastenrad ausprobieren und wer wagt sich zuerst an die Elektroautos? Jung oder Alt, Frau oder Mann? Auf die ersten Erkenntnisse darf man gespannt sein.

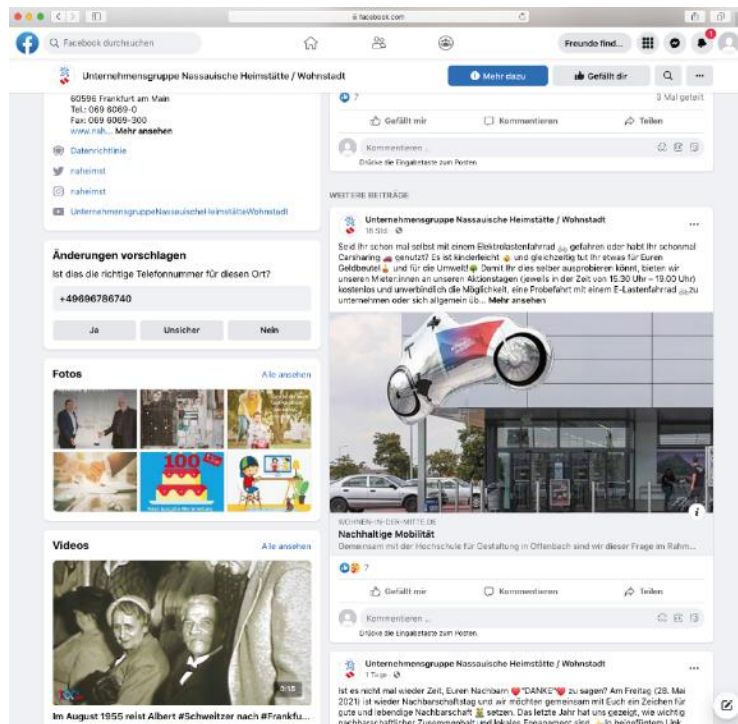


13

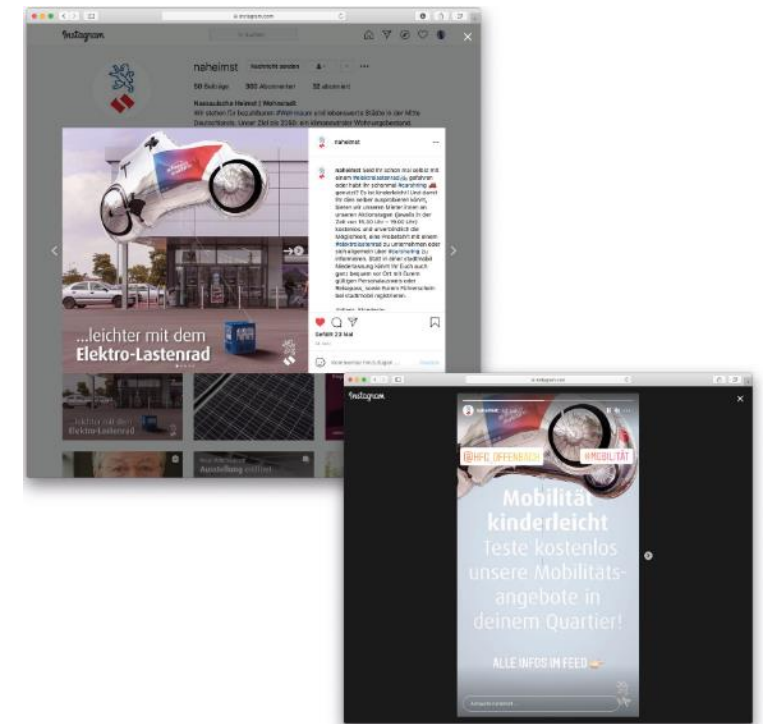


# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSTUDIE

## Kommunikationskampagne: Facebook, Homepage, Instagram



**E-Mobilität kinderleicht: Unsere Aktionstage vor Ort**



# FÖRDERPROJEKT - EVALUATIONSSTUDIE

Kommunikationskampagne: Events der Anbieter



# KENNZAHLEN DER QUANT. EMPIRIE

## Rücklauf und Stichprobengrößen

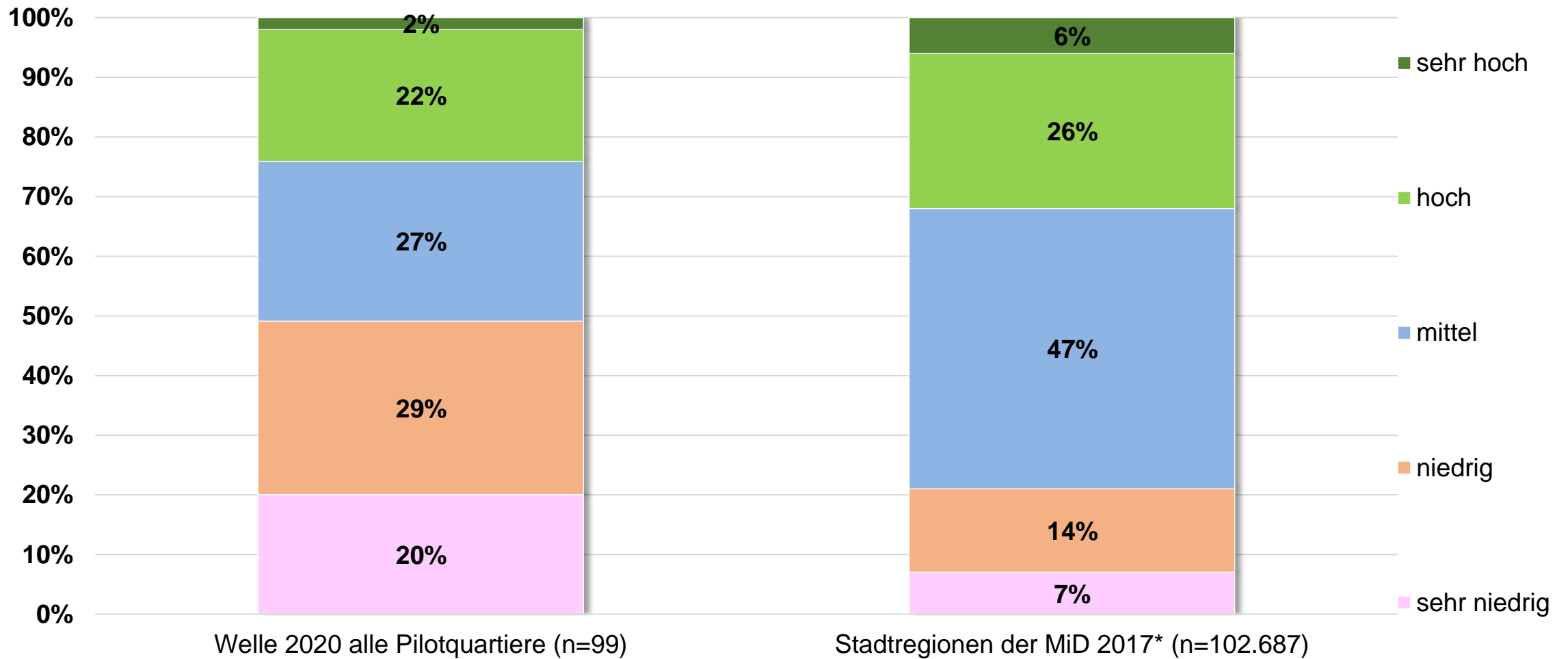
	Welle 1: Sommer 2020			wave 2: Sommer 2021			panel-sample		
	Haushalte	abs.	rel.	Haushalte	abs.	rel.	Haushalte	abs.	rel.
<b>Niederrad</b>	496	53	10,69%	480	40	8,33%	22	4,58%	55,00%
<b>Langen</b>	440	48	10,91%	422	29	6,87%	15	3,55%	51,72%
<b>Wiesbaden</b>	112	18	16,07%	112	14	12,50%	9	8,04%	64,29%
<b>Kelsterbach</b>	243	12	4,94%	225	10	4,44%	6	2,67%	60,00%
<b>total</b>	1.291	131	10,15%	1.239	93	7,51%	52	4,20%	55,91%

Hinweis: Sowohl die Kommunikationskampagne als auch die empirische Feldarbeit stand unter dem Einfluss der COVID-19-Pandemie. Die Aussagekraft der Daten muss vor diesem Hintergrund vorsichtig interpretiert werden.



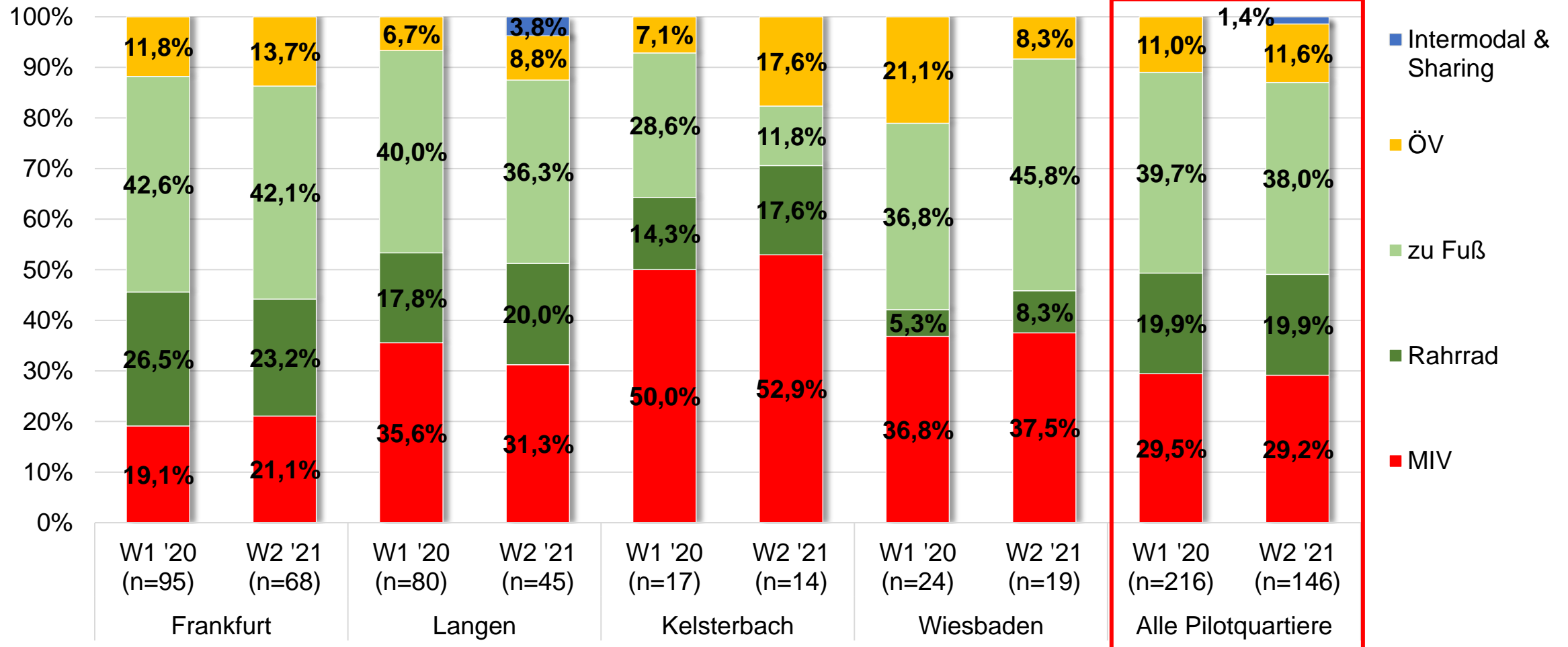
# ÖKONOMISCHER STATUS (OECD)

Erhebungswelle 2020 verglichen mit Werten aus der MiD 2017 in vergleichbaren Raumstrukturtypen



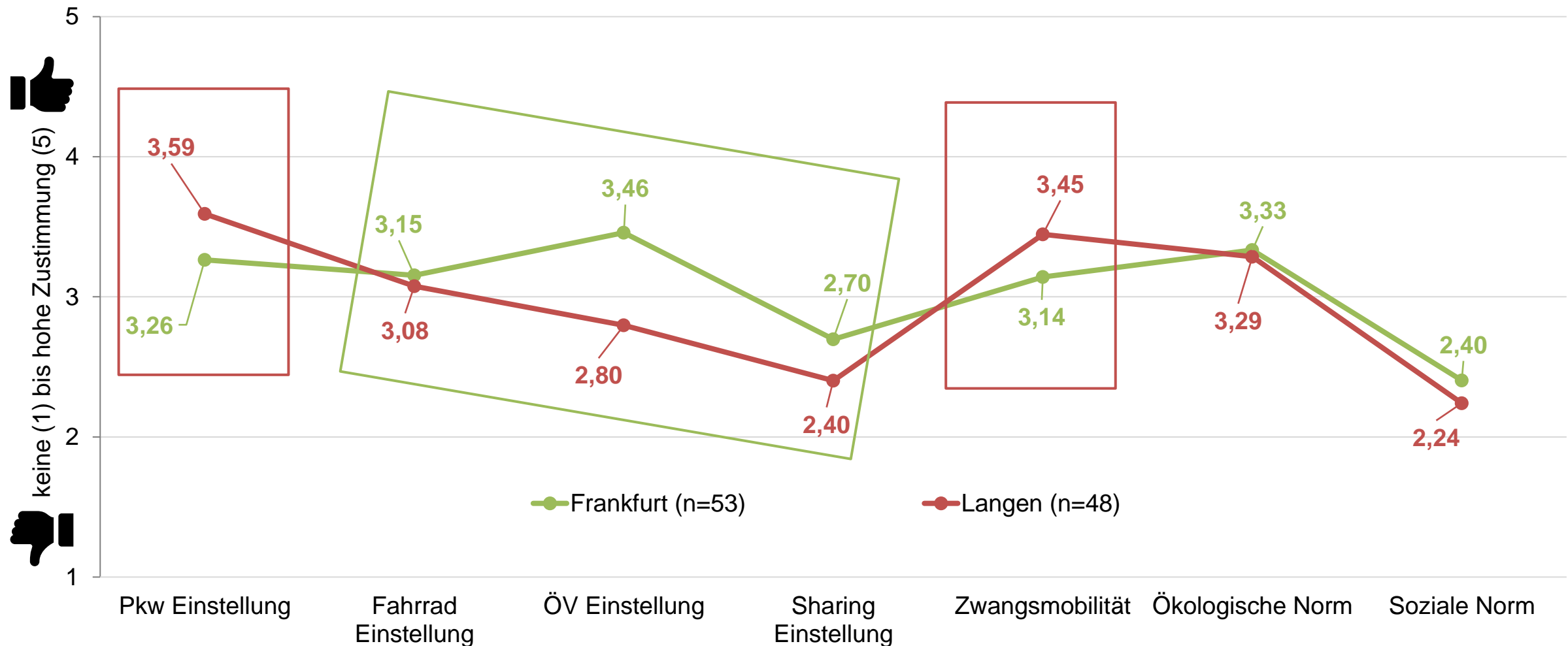
# VERKEHRSMITTELNUTZUNG

## Tägliche Verkehrsmittelnutzungshäufigkeiten



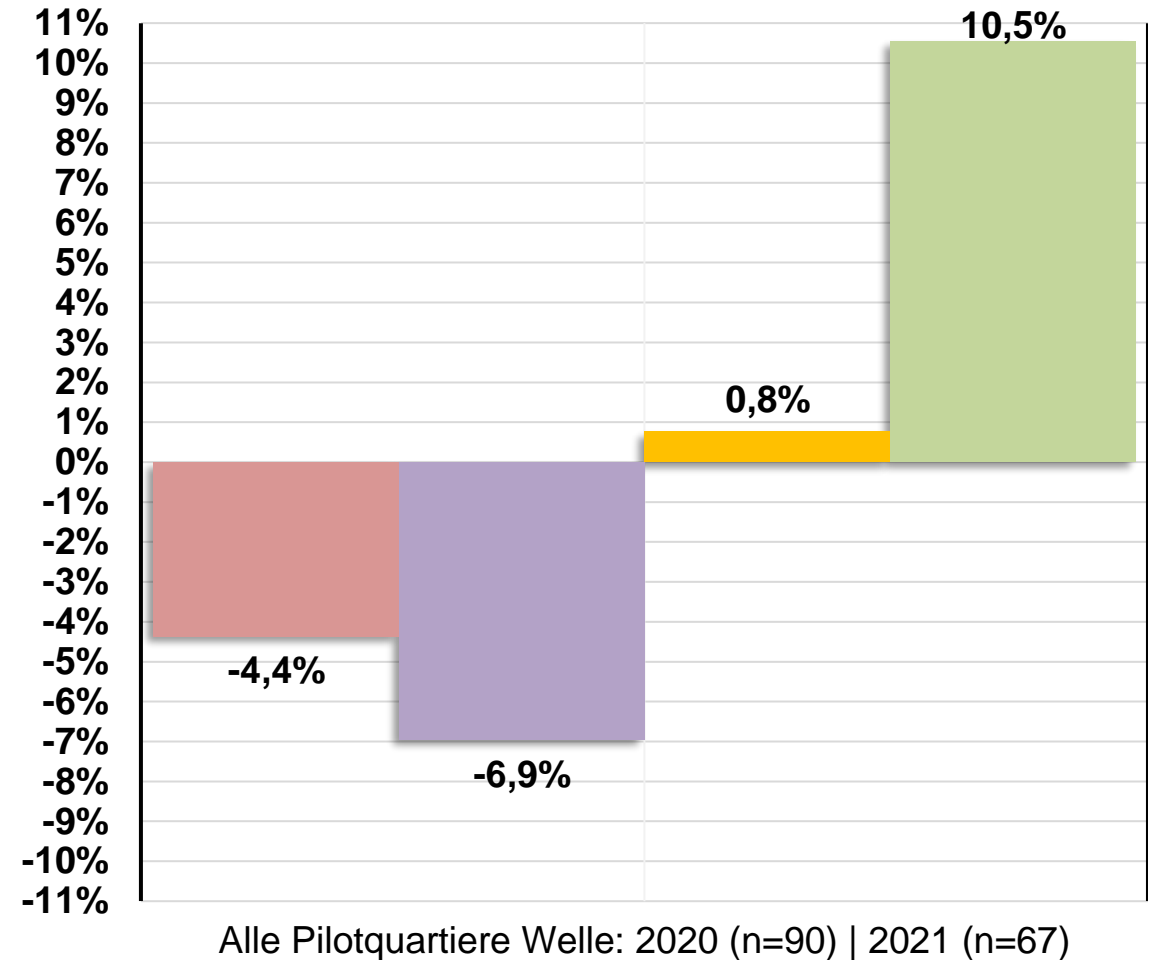
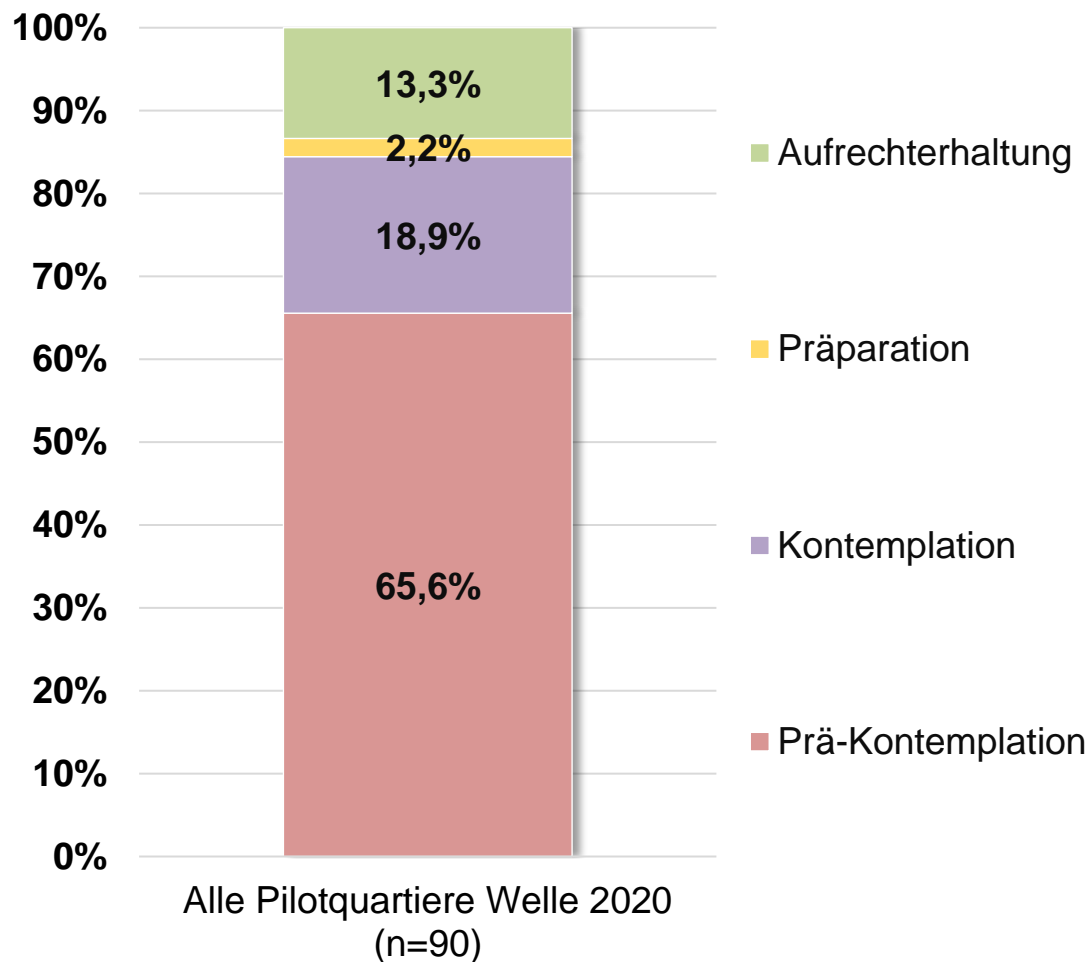
# MOBILITÄTSBEZOGENE EINSTELLUNGEN

Einstellungsdimensionen der 2. Erhebungswelle für Langen und Niederrad als arithmetisches Mittel der 5-stufigen Likert-Skala



# PHASEN DER VERHALTENSÄNDERUNG

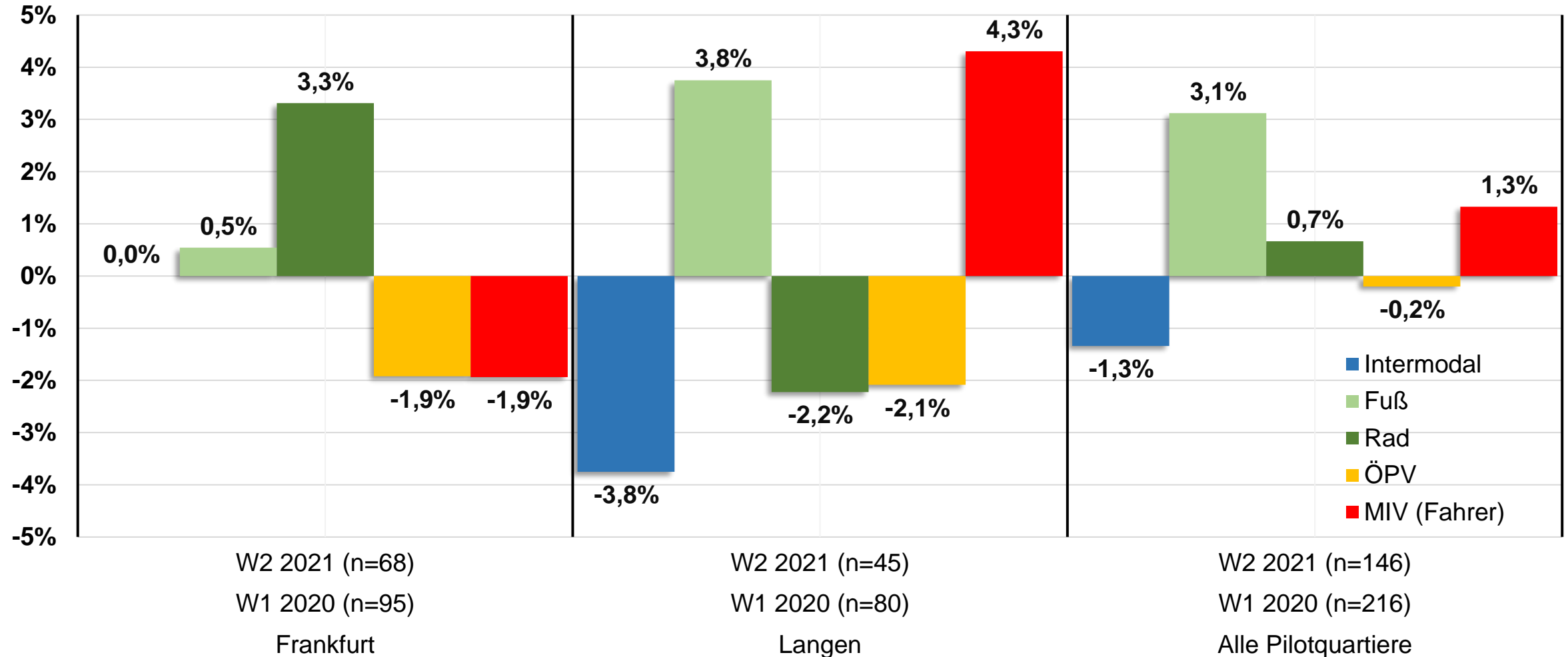
Einstufung nach dem Stage Model of Self-Regulated Behavior Change (SSBC), Status Quo 2020 und Veränderungen 2020/21



# VERKEHRSMITTELNUTZUNG - VERÄNDERUNGEN

Veränderungen der täglichen Verkehrsmittelnutzungshäufigkeiten

2020/21



- die Einführung alternativer Mobilitätsangebote und/oder –dienstleistungen mit nur unspezifischen Kommunikationsmaßnahmen vermindert oder verzögert ihre Wirkung
- aber auch zielgruppenspezifische Kampagnen, die z.B. auch emotionale Aspekte der Verkehrsmittelnutzung adressieren, sind nur wenig effektiv, sofern
  - (a) die alternativen Angebote nicht sowohl qualitativ als auch quantitativ auf die Zielgruppe zugeschnitten sind
  - (b) keine einheitlichen und verständlichen Informationen zu den Angeboten vorliegen
  - (c) neben individuellen Aspekten nicht auch die soziale Norm adressiert wird
- Einbettung neuer Angebote in den Rahmen eines systematischen, wohnortbezogenen Mobilitätsmanagements
- Tiefenintegration von Mobilitätsangeboten in das Kerngeschäftsmodell von (Immobilien-)Bestandshaltern

## Kontakt

Hochschule RheinMain Wiesbaden  
Rüsselsheim

*Fachbereich Architektur und  
Bauingenieurwesen*

*Fachgruppe Mobilitätsmanagement*

Kurt-Schumacher-Ring 18  
65197 Wiesbaden, Germany



Prof. Dr.-Ing. André Bruns  
T +49 611 94 95-1448  
Andre.Bruns@hs-rm.de



Leon Yessad (M.Eng.)  
T +49 611 94 95-1450  
LeonWalid.Yessad@hs-rm.de