

INTEGRIERTES MOBILITÄTSKONZEPT ALLGÄU

Endbericht Los 2 (Strategiepapier)



Januar 2022

Gefördert durch
Bayerisches Staatsministerium für
Wohnen, Bau und Verkehr



Auftraggeber



Allgäu GmbH

Gesellschaft für Standort und Tourismus

Allgäuer Straße 1
87435 Kempten

mobiltaet@allgaeu.de

Impressum



Green City Experience GmbH

Türkenstraße 55-57
80799 München
<https://ag.greencity.de/experience>
experience@greencity.de

Dr. Jessica Le Bris (GCX)
Julia Korsten (GCX)
Julia Münsch (GCX)



**Urban Software Institute GmbH
Niederlassung München**

Blütenstraße 15
80799 München
<https://ui.city/>
info@the-urban-institute.de

Judith Gessenhardt (ui!)
Markus Bachleitner (ui!)



**Fraunhofer-Institut für
Materialfluss und Logistik**

Joseph-von-Fraunhofer-Str. 9
83209 Prien am Chiemsee
<https://www.iml.fraunhofer.de>
info@prien.iml.fraunhofer.de

Nicole Wagner-Hanl (IML)
Wolfgang Inninger (IML)

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis	5
Vorwort	7
1 Einführung	10
1.1 Der Handlungsdruck steigt	10
1.2 Gemeinsame Lösungen der Region Allgäu für eine nachhaltige Mobilitätsentwicklung	11
1.3 Schwerpunkte des Konzepts	13
2 Prozess und methodisches Herangehen	16
2.1 Quantitative Verkehrsanalysen zum Ist-Zustand und Evaluierung der Sofortmaßnahme	18
2.2 Integration bereits bestehender Allgäuer Konzepte	19
2.3 Beteiligungsprozess	20
3 Leitlinien einer nachhaltigen Mobilitätsförderung im Allgäu	28
4 Handlungsfelder auf interkommunaler Ebene	30
5 Status Quo zur Mobilität im Allgäu	34
5.1 Status Regionale Austauschstrukturen zum Themenkomplex Nachhaltige Mobilitätsförderung	34
5.2 Status Kommunikation	36
5.3 Status Mobilitätsmanagement (MM)	42
5.4 Status Inter- und Multimodalität	50
5.5 Status Motorisierter Individualverkehr (MIV): Privater Pkw-Verkehr und Parken	54
5.6 Status ÖPNV klassisch	79
5.7 Status Flexible und alternative Mobilitätsangebote	96
5.8 Status Radnetz & Radverkehr	106
6 Ableitung Regionaler Maßnahmen	114
6.1 Querschnittsmaßnahmen für die Region Allgäu	117
6.2 Regionale Maßnahmen zu Mobilitätsmanagement (MM)	132
6.3 Regionale Maßnahmen zum Motorisierten Individualverkehr (MIV): Privater Pkw inkl. Parken	144
6.4 Regionale Maßnahmen zu ÖPNV klassisch	150
6.5 Regionale Maßnahmen zu flexiblen und alternativen Mobilitätsangeboten	156
6.6 Regionale Maßnahmen zu Radnetz & Radverkehr	163
6.7 Übersicht zu Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten	169
6.8 Fazit: Basismaßnahmen als Grundlagenorientierung	170
7 Evaluation Sofortmaßnahmen Los 1	172
7.1 Albstadt	172
7.2 Bad Hindelang	174
7.3 Fazit zur Evaluation der Sofortmaßnahme Los 1	178
8 Umsetzung und nächste Schritte	179
8.1 Zentrale Aspekte zur Förderung nachhaltiger Mobilität im Allgäu	179
8.2 Eine Transformationspyramide für das Allgäu	181
8.3 Das partizipative Vorgehen als methodisches Grundprinzip	182
8.4 Tactical Urbanism als Instrument für Projektanstoß auf der lokalen Ebene	184
8.5 Den Wandel aktiv gestalten und eine überregionale Vorreiterrolle einnehmen	185
Anhang	189
Abbildungsverzeichnis	189
Tabellenverzeichnis	190

Anlagen.....	190
--------------	-----

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ADAC	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club
ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club
AEG	Allgemeines Eisenbahngesetz
AG	Auftraggeber
AGFK	Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundliche Kommunen
AK Interkom / AK	Arbeitskreis Interkommunal
AP	Arbeitspaket
App	Application, Anwendungssoftware
AST	Anruf-Sammel-Taxi
AVV	Augsburger Verkehrs- und Tarifverbund GmbH
BayÖPNVG	Gesetz über den öffentlichen Personennahverkehr in Bayern
B+R	Bike und Ride
BK	Beraterkreis Bezeichnung der Konsortialpartner GCX, ui! und IML
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BMI	Bundesministerium des Innern und für Heimat
BMM	Betriebliches Mobilitätsmanagement
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz
BMVI	Bundesministerium für Digitales und Verkehr
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
BMWK	Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz
BoDo	Verkehrsverbund Bodensee-Oberschwaben
BP	Basisprojekt
BS	Basisstruktur
CO ₂	Kohlenstoffdioxid
DAV	Deutscher Alpenverein
DB	Deutsche Bahn
DEFAS	Durchgängiges Elektronisches Fahrgastinformations- und Anschlussicherungs- System Bayern
DELFI	Durchgängige elektronische Fahrgastinformation
DLR	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt
EC	EuroCity
ERA	Empfehlungen für Radverkehrsanlagen
eza!	Energie- & Umweltzentrum Allgäu
FGSV	Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen
GCX	Green City Experience
GK	Gebietskörperschaften
GPS	Global Positioning System
IML	Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik
infas	Institut für angewandte Sozialwissenschaft
IuK	Informationsvermittlung und Kommunikationstechnologien
KI	Künstliche Intelligenz

KMM	Kommunales Mobilitätsmanagement
KPI	Key Performance Indicator
LK	Landkreis
Lkw	Lastkraftwagen
LT	Linientaxi
MDM	Mobilitätsdatenmarktplatz
MiD	Mobilität in Deutschland
MIV	motorisierter Individualverkehr
MM	Mobilitätsmanagement
MoMa	Mobilitätsmanager:in
Mona	Mobilitätsgesellschaft für den Nahverkehr
NRW	Nordrhein-Westfalen
NUM	Nahverkehrsgesellschaft Unterallgäu-Memmingen
NVP	Nahverkehrsplan
ÖBB	Österreichische Bundesbahn
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ÖV	Öffentlicher Verkehr
OVG	Ostallgäuer Verkehrs Gemeinschaft
P+M	Parken und Mitfahren Parkplätze
P+R	Park und Ride Parkplätze
PBefG	Personenbeförderungsgesetz
PoC	Proof of Concept
POI	Point of Interest
PR	Öffentlichkeitsarbeit
PV	Photovoltaik
RegG	Regionalisierungsgesetz
RFID	Radio-Frequency Identification
SDG	Sustainable Development Goals
SMM	Schulisches Mobilitätsmanagement
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
StMB	Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr
StMI	Bayerisches Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration
SVL	Stadtverkehr Lindau GmbH
T.U.	Tactical Urbansim
ui!	the urban institute
VDI	Verein Deutscher Ingenieure
VG OA	Verkehrsgemeinschaft Oberallgäu
VMM	Verkehrsverbund Mittelschwaben
ZG	Zielgruppe
ZIV	Zweirad-Industrie-Verband
ZUM	Zentrale Umsteigstelle
ZUP	Zentraler Umsteigeplatz

VORWORT

*Vorwort von Herrn Staatsminister Christian Bernreiter zum Abschlussbericht
"Mobilitätskonzept Allgäu"*

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Mobilität ist eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Wir haben als Gesellschaft hohe Erwartungen an die Mobilität der Zukunft: Sie soll modern, bedarfsgerecht, klimafreundlich, sicher und bezahlbar sein.

Um den Anforderungen gerecht zu werden, müssen wir alle Verkehrsträger bestmöglich vernetzen. Wir brauchen einen guten Mix der Verkehrsmittel und für ganz Bayern eine leistungsfähige und moderne Infrastruktur. Ich möchte, dass alle Menschen, egal ob in der Stadt oder auf dem Land, passende Mobilitätsangebote zur Verfügung haben.

Im Allgäu stehen wir vor zahlreichen Herausforderungen: Die Region und ihre Bewohner sind durch den grenzüberschreitenden Wirtschaftsverkehr, den Pendel- und Alltagsverkehr wie auch den Ausflugs- und Urlaubsverkehr stark belastet. Während der Pandemie hat sich die Zahl der Tagesausflügler nochmal deutlich erhöht. Staus und überfüllte Parkplätze sind an den schönsten Zielen im Allgäu an der Tagesordnung. Das darf kein Dauerzustand werden!

Um den regionalen Herausforderungen und den vielfältigen klimapolitischen Anforderungen zu begegnen, hat das Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr das Mobilitätskonzept für die gesamte Region Allgäu gefördert. Damit wollen wir kommunale Verwaltungen, Stadt- und Verkehrsplaner, Unternehmen sowie die Bürgerinnen und Bürgern im Allgäu dabei unterstützen, die Mobilität der Zukunft zu gestalten.

Jetzt gilt es, die Leitlinien des Konzepts mit Leben zu füllen und die Maßnahmenvorschläge anzugehen. Dann wird es gelingen, die Marke *Allgäu* auch bei der nachhaltigen Mobilität sichtbar zu machen und die Lebensqualität der Allgäuerinnen und Allgäuer zu verbessern.

Ich wünsche Ihnen allen auf diesem Weg viel Erfolg!

Ihr



Christian Bernreiter
Staatsminister für Wohnen, Bau und Verkehr

Vorwort von Landrätin Maria Rita Zinnecker, Aufsichtsratsvorsitzende der Allgäu GmbH zum „Integrierten Mobilitätskonzept mit Parkraumkonzept für das Allgäu“

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Leserin, lieber Leser,

die beeindruckende Entwicklung des Allgäus in den vergangenen Jahren zu einem der attraktivsten Lebens-, Wirtschafts- und Freizeiträume unseres Landes ist ein gemeinsamer Erfolg aller Allgäuerinnen und Allgäuer. Zusammen haben wir unsere Region zur starken Marke „Allgäu“ gemacht - hier zu leben, zu arbeiten und zu urlauben ist gleichermaßen begehrt.

Das erfolgreiche Wachstum unseres Allgäus bringt jedoch auch neue Herausforderungen mit sich. Sehr deutlich wird dies im Bereich der Mobilität. Beispielhaft sind der zunehmende Individualverkehr auf unseren Straßen, wachsende Qualitätsanforderungen an den öffentlichen Personennahverkehr, noch ungenutzte Entwicklungspotenziale im Rad- und Fußverkehr oder auch veränderte Logistikerfordernisse in Unternehmen zu nennen. Die Erwartungen und Bedürfnisse an eine Mobilität der Zukunft für unser Allgäu sind ebenso vielfältig wie herausfordernd.

Sehr schnell wird klar, dass die Komplexität eines klugen Mobilitätsmanagements, auch durch die Nachbarschaft zu Österreich und der Schweiz, eine partnerschaftliche Zusammenarbeit aller Verkehrsträger-, Verwaltungs- und politischer Ebenen erfordert. Mobilität ist ein enges Geflecht unterschiedlichster Angebote, Services und Infrastrukturen und kann nur regional integriert und gemeinsam abgestimmt zum Wohle des gesamten Allgäus gestaltet werden.

In enger Zusammenarbeit unter dem Dach der Allgäu GmbH haben wir uns deshalb Ende 2020 auf den Weg zum vorliegenden „Integrierten Mobilitätskonzept mit Parkraumkonzept für das Allgäu“ gemacht.

Für die großzügige Landesförderung durch das Bayerische Staatsministerium für Wohnen Bau und Verkehr spreche ich im Namen aller Beteiligten und des gesamten Allgäus großen Dank aus.

Mit vorliegendem Konzept ist es uns gelungen, eine gemeinsame Entwicklungsbasis, abgestimmte Herangehensweisen und konkrete Umsetzungsmaßnahmen für eine zukunftsweisende und bedarfsgerechte Mobilität im Allgäu zu erarbeiten und zu adressieren. Erste Sofortmaßnahmen des digitalen Parkraummanagements für die Konzepterprobung tragen bereits heute zu einer Entlastung verkehrlicher Konzentrationen in unserer Region bei.

Zur Umsetzung dieses integrierten Mobilitätskonzepts sind nun allgäuweit alle Akteurinnen und Akteure auf allen Ebenen mit ihren Beiträgen und zur Zusammenarbeit aufgerufen. Für die regionale Umsetzungscoordination hat der Aufsichtsrat der Allgäu GmbH bereits die Einrichtung eines zentralen Mobilitätsmanagements beschlossen. Auch in der Mobilität werden wir so die erfolgreiche Entwicklung unseres Allgäus gemeinsam weiter fortsetzen.

Für Ihren Beitrag hierzu danke ich Ihnen sehr herzlich.

Ihre



Maria Rita Zinnecker
Vorsitzende des Aufsichtsrats der Allgäu GmbH

1 EINFÜHRUNG

1.1 Der Handlungsdruck steigt

Der Klimaschutz ist eine der zentralen Aufgaben der Gegenwart. In diesem Zusammenhang sprechen die nationale politische Ausrichtung in Form von Wahlergebnissen – mit der auf nationaler Ebene daraus folgenden Bildung des neuen Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz¹ – und dem vermehrten Aufkommen umweltpolitischer Bürger:innenbegehren, wie die Radentscheide² in zahlreichen deutschen Städten, eine klare Sprache. Diese anklingende politische und gesellschaftliche Ausrichtung in Richtung Klimaschutz ist mittlerweile in zahlreichen internationalen und nationalen Gesetzen³ verankert. Sanktionierungen im Sinne des Klimaschutzes sind damit möglich und werden künftig an Bedeutung gewinnen. Um den einzelnen gesetzlichen Verpflichtungen zum Klimaschutz nachzukommen und auch eine Klimaneutralität bis 2050⁴ zu erreichen, ist eine klare Zielorientierung der Kommunen und damit auch ganzer Regionen unumgänglich.

Eine zukunftsfähige Ausrichtung muss sich daher primär an den sogenannten **Key Performance Indicators** orientieren. Je mehr Strategien und Projekte einen Beitrag zu den folgenden Aspekten leisten, desto zukunftsfähiger sind die Kommunen und Regionen aufgestellt:

Kommunale KPIs:

- **Umweltverträglichkeit** mit dem Ziel klimaneutraler und **gesunder Lebensräume**
- **Flächeneffizienz** (v. a. in Städten bestimmt durch Raumknappheit und Verteilungskonflikten zwischen den Verkehrsformen)
- **Mobilitätsgerechtigkeit und sozialverträgliche** Abwicklung des Verkehrs (inklusive Mobilität)
- **Partizipation und Kooperation** zur Beteiligung aller Betroffenen

Die KPIs spiegeln nicht nur die Leitziele des **Klimaschutzes** wider, sondern greifen auch die Ziele einer **gemeinwohlorientierten Mobilitätsentwicklung** sowie **lebenswerter öffentlicher Stadt- und Natur- bzw. Lebensräume** auf. Neben den Klimazielen stellen

1 Vgl. <https://www.bmwi.de/Navigation/DE/Home/home.html> (30.12.2020).

2 Vgl. <https://changing-cities.org/radentscheide/> (30.12.2020).

3 Siehe u.a.: Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung SDG's Sustainable Development Goals, Pariser Klimaabkommen (2 Grad Ziel), Green New Deal der Europäischen Union, Klimaschutzgesetz & Klimaschutzprogramm 2030 der Bundesregierung.

4 Vgl. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/mehr-klimaschutz-in-der-eu-1790042>, (30.12.2020).

jedoch auch die Verkehrssicherheit mit dem Ziel der „Vision Zero“ (Null Verkehrstote) sowie die Mobilitätsgerechtigkeit und Beteiligungsprozesse (lebenswerte Räume/Regionen) wesentliche Indikatoren dar.

Der Umsetzungsdruck im Bereich der nachhaltigen Mobilitätsförderung steigt – nicht nur durch drohende Sanktionen im Bereich Klimaschutz. Um eine positive Bilanz der KPI's zu erreichen, ist ein Engagement auf allen Ebenen von Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gefordert. Das vorliegende Konzept dient als **Orientierungsgrundlage**, um der **Region Allgäu** die wesentlichen Schritte einer zukunftsfähigen Ausrichtung im Feld Mobilität aufzuzeigen.

1.2 Gemeinsame Lösungen der Region Allgäu für eine nachhaltige Mobilitätsentwicklung

Die Region Allgäu besteht aus den Landkreisen Ober-, Ost-, Unterallgäu und Lindau sowie den kreisfreien Städten Kaufbeuren, Memmingen und Kempten. Insgesamt liegt die Einwohner:innenzahl bei rund 689.600 (Stand Oktober 2021⁵). Bezogen auf die Fläche von ca. 4.600 km² zählt das Allgäu zu den dünner besiedelten Regionen im Vergleich zum Landes- und Bezirksdurchschnitt.⁶ Das Erreichen der internationalen und nationalen Klimaschutzziele mit der Förderung einer nachhaltigen Mobilitätsgestaltung trifft hier auf ganz eigene Kontextbedingungen, denen die Region mit gemeinsamen Lösungen zu begegnen sucht.

Mit der **gebietskörperschaftsübergreifenden Zusammenarbeit** im Feld Mobilität wurde Neuland beschritten. Die Komplexität des Themas und Umfänglichkeit ist klar eine der großen Herausforderungen. Mobilität und Verkehr reicht von der Betrachtung der verschiedenen Verkehrsangebote und Dienstleistungen, rechtlichen Rahmenbedingungen über die Berücksichtigung unterschiedlicher Zielgruppen von Gästen und Einheimischen bis zur Integration der Akteur:innen aus Verwaltung, Politik, Wirtschaft, Tourismus, Bildung und Natur. Das Allgäu steht am Beginn eines künftig weiter zu gestaltenden Transformationsprozesses – Change Management wird weiterhin gefordert sein.

Zu Beginn des Prozesses wurden die zentralen Akteur:innen nach wichtigsten zu beachtenden Aspekten bei der Gestaltung einer Mobilitätswende auf der regionalen Ebene des Allgäus befragt. **Verkehrsüberlastungserscheinungen** – v. a. im Süden – und eine starke Pkw-Orientierung sowohl bei Besucher:innen als auch Einheimischen zählen zu den größten Schmerzpunkten. Der Wunsch nach einer **stärkeren Vernetzung und Zusammenarbeit** sowie **Orientierung an einer regional einheitlichen Strategie** wurden besonders deutlich (vgl. Abbildung 1).

⁵ Vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik - GENESIS-Online: Ergebnis 12411-011-BQB (bayern.de)

⁶ Vgl. Allgäu GmbH (04.2018): Das Allgäu in Zahlen.

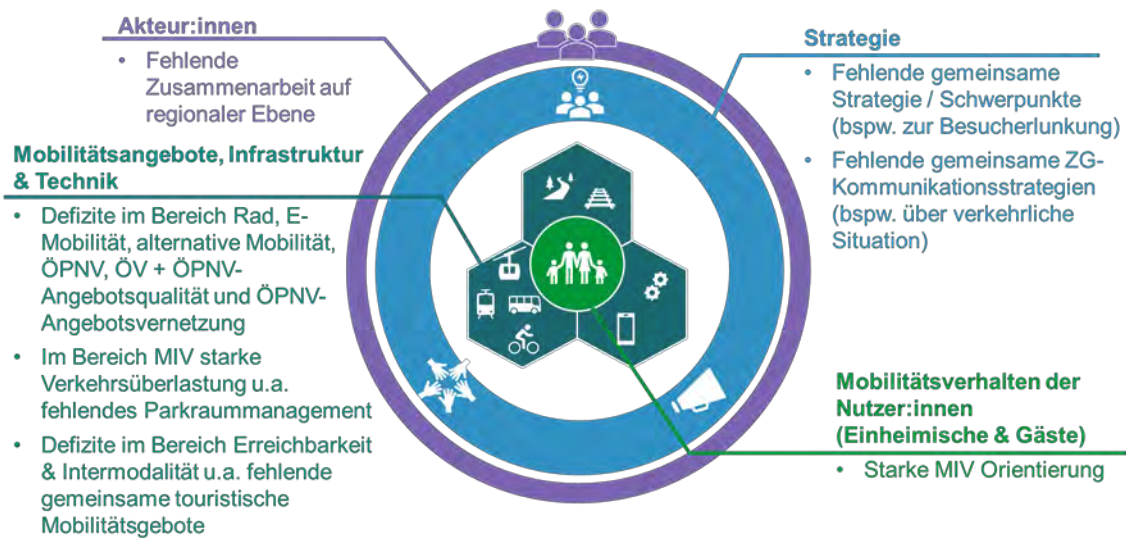


Abbildung 1: Probleme / Herausforderungen bzgl. Verkehrsüberlastung & Besucherlenkung im Allgäu
(Quelle: Cluster der Abfrage der Teilnehmenden aus der Auftaktveranstaltung 01.03.2021)

Um genau diesen Anforderungen in der Region gerecht zu werden und die Grundlage für ein gemeinsames interkommunales Vorgehen zu erreichen, wurde die Erstellung eines integrierten Mobilitätskonzepts durch die Allgäu GmbH – gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr vertreten durch die Regierung von Schwaben – in Auftrag gegeben. Die Beauftragung des Konzepts erfolgte in Form zweier Lose, welche durch die Green City Experience (GCX), das urban institute (ui!) und Fraunhofer IML (IML) bearbeitet wurden.

1.3 Schwerpunkte des Konzepts

Im Rahmen der Bearbeitung wurden die zwei Lose miteinander verzahnt bearbeitet. Die Erkenntnisse und Ableitungen aus den verschiedenen Perspektiven und Handlungsschwerpunkte fließen nun im vorliegenden Konzept „Integriertes Mobilitätskonzept Allgäu“ zusammen (vgl. Abbildung 2).



Abbildung 2: Übersicht integriertes Mobilitätskonzept für das Allgäu

Inhalte Los 1:

Rund 75 % der Emissionen im Tourismus weltweit gehen auf den Verkehr zurück. Davon sind ca. 52 % durch Flugreisen verursacht und rund 43 % durch Reisen mit dem Pkw.⁷ Vor allem im Bereich der Tagesausflüge ist der eigene Pkw mit 84 % das am meisten genutzte Verkehrsmittel, laut einer Umfrage des Bayerischen Zentrums für Tourismus (05.2021).⁸ Die Emissionsproblematik ist von Gästen und Einheimischen jedoch kaum greifbar. Direkt wahrnehmbar ist jedoch der Aspekt des „Overtourism“ bzw. des „Overvisiting“⁹ – sichtbar durch Verkehrsüberlastung in Form von Stau und Parkdruck.¹⁰ Insbesondere im südlichen Allgäu führt dies stetig zu Spannungen zwischen Einheimischen und Gästen und fordert Handlungsbedarf vor allem im Freizeit- und Touristikverkehr.

7 Vgl. Umweltbundesamt (2020): Touristische Mobilität im ländlichen Raum, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/text_e_78-2020_themenpapier_mobilitaet.pdf, (30.12.2020).

8 Vgl. Bayerisches Zentrum für Tourismus (05/2021): Tagesausflugsverhalten der bayerischen Bevölkerung.

9 „Overvisiting“ bezeichnet die Überlastung von Point of Interests explizit durch Tagestouristen in Abgrenzung zum Begriff „Overtourism“, welcher allgemein die Überlastung von Destinationen durch Besucher:innen thematisiert (vgl. Deutscher Alpenverein München & Oberland (02.2021): Stadt Land Berg. Das Bergmagazin für München & Oberland, S. 16.).

10 Vgl. <https://www.sueddeutsche.de/bayern/allgaeu-berge-touristen-overtourism-mobilitaetskonzept-1.5221021>, https://www.allgaeuer-zeitung.de/allgaeu/besucherlenkung-im-allg%C3%A4u-erste-ergebnisse-im-april-erwartet_arid-273523, (30.12.2020).

In diesem Zusammenhang stand in Los 1 – analog der besonderen Situation im Allgäu – die **Analyse der verkehrlichen Hotspots und die Konzeptionierung eines digitalen Parkraummanagements** als eine erste Sofortmaßnahme im Rahmen des integrierten Mobilitätskonzepts (Los 2) im Vordergrund. Das digitale Parkraummanagement stellt *eine* der zentralen, v. a. **technologieorientierten Maßnahmen** im weiten Feld der Besucherlenkung im Allgäu dar. Die Umfänglichkeit von Ansätzen zu Besucherlenkung wird in der nachfolgenden Definition des Deutschen Tourismusverbands deutlich. Hier wird Besucherlenkung als wesentliche Säule eines nachhaltigen und zukunftsfähigen Destinationsmanagements verstanden.

Definition Besucherlenkung

„Besucherlenkung nutzt dazu räumliche und zeitlich wirksame **Entflechtungs- & Lenkungsstrategien**, um die Besucherströme innerhalb der Aufnahmekapazitäten von touristischen Regionen, Sehenswürdigkeiten und Attraktionen zu regulieren. So sollen Natur und Umwelt möglichst wenig gestört, Konflikte – auch zwischen den Nutzergruppen – minimiert und für die Besucher eine umfassende Erlebnisqualität erreicht werden. Besucherlenkung sollte daher elementarer Bestandteil eines ganzheitlichen Qualitätsmanagements sein.“

Vgl. Deutscher Tourismusverband (2021): Handlungsleitfaden Besucherlenkung

Inhalte Los 2:

„Overtourism“ und „Overvisiting“ umschreiben einen für alle stark spürbaren Handlungsdruck im Allgäu. Diese Ausgangslage kann, sollte und wird nun wiederum auch als Chance begriffen, sich insgesamt als Region zukunftsfähig aufzustellen. Mit dem vorliegenden Konzept soll das Ziel einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung für das gesamte Allgäu erreicht werden, denn **Gäste und Bewohner:innen sind gleichermaßen Verursacher des Gesamtverkehrs im Allgäu.**

Damit lautet das Bestreben, **Nachhaltigkeit im Verbund von Mobilität, Tourismus und Freizeit** zu fördern.¹¹ Laut Welttourismusorganisation definiert sich nachhaltiger Tourismus dadurch, die Ansprüche von Gästen und der Einwohner:innen gleichermaßen im Zielgebiet zu erfüllen. Dabei sollen zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten zum einen gesichert und zum anderen verbessert werden. Ökonomische, soziale und ästhetische Bedürfnisse durch vorhandene Ressourcen zu befriedigen und zugleich die kulturelle

¹¹ Vgl. Umweltbundesamt (2021) Messung der Nachhaltigkeit des Tourismus in Deutschland, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/5750/publikationen/2021-04-19_texte_61-2021_weiterentwicklung_nachhaltiger_tourismus_zw_0.pdf, (30.12.2020).

Integrität sowie die Ökosysteme zu schützen und zu erhalten ist der Leitgedanke einer nachhaltigen Entwicklung.¹²

Während in Los 1 insbesondere ein technologiezentrierte Perspektive im Vordergrund steht (insb. digitales Parkraummanagement) wird in Los 2 „Erstellung eines integrierten Mobilitätskonzepts“ die Betrachtungsperspektive zur Besucherlenkung erweitert und das Themenspektrum ganzheitlich zu **Ansätzen zur Förderung nachhaltiger Mobilität in der Region Allgäu** für die Zielgruppen **Gäste** (Besucher:innen und Tourist:innen mit Übernachtung im Allgäu), **Ausflügler:innen** (Einheimische) und allgemein den **Bewohner:innen** des Allgäus geöffnet. Die erweiterte Betrachtung mit der Förderung nachhaltiger Mobilität im Rahmen einer **nachhaltigkeitsorientierten Destinationsentwicklung** (Fokus Freizeitverkehr) wird damit im zweiten Projektteil um Handlungsansätze für den **Alltags- und Pendelverkehr** ergänzt und mit den Ansätzen zur Besucherlenkung zu einem **Strategiepapier für die Region** gebündelt.

Das zentrale Ergebnis bilden die im Prozess gemeinsam entwickelten Basismaßnahmen sowie Handlungsempfehlungen für nächste Schritte für die Region. Mit dem vorliegenden Strategiepapier ist eine erste Grundlage für die regionale Zusammenarbeit im Kontext der nachhaltigen Mobilität geschaffen worden, die zukünftig weiterentwickelt werden kann.

¹² Vgl. Umweltbundesamt (2019)
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-03-12_texte_22-2019_nachhaltigkeit-tourismus.pdf. (30.12.2020).

2 PROZESS UND METHODISCHES HERANGEHEN

Grundprinzip bei der Entwicklung des integrierten Mobilitätskonzeptes für das Allgäu war und ist es, Mobilität und Verkehr nicht nur innerhalb der eigenen Kommune zu denken. Vor allem in ländlichen Regionen entfalten sich die größten Wirkungseffekte von Maßnahmen erst in einer **regionalen Perspektive**. Insellösungen einzelner Kommunen können nicht die gleichen Effekte erzielen, da Mobilität und Verkehr nicht an Gemeinde- oder Gemarkungsgrenzen enden. Mobilitätslösungen sollen kein Stückwerk aus den Bemühungen einzelner Kommunen sein, sondern durch **Synergieeffekte** ein ganzheitliches Konzept ergeben.

Im Rahmen des Prozesses wurden, wie bereits näher beschreiben (vgl. Kapitel 1), zwei Schwerpunkte gesetzt:

- **Los 1 „Verkehrliche Hotspots und Parkraummanagement“ mit dem Schwerpunkt touristische / Ausflugsverkehre** als Teil von
- **Los 2 „Erstellung eines integrierten Mobilitätskonzepts“**

In Abbildung 3 sind alle zentralen Ziele für die Erstellung des integrierten Mobilitätskonzepts aufgeführt.

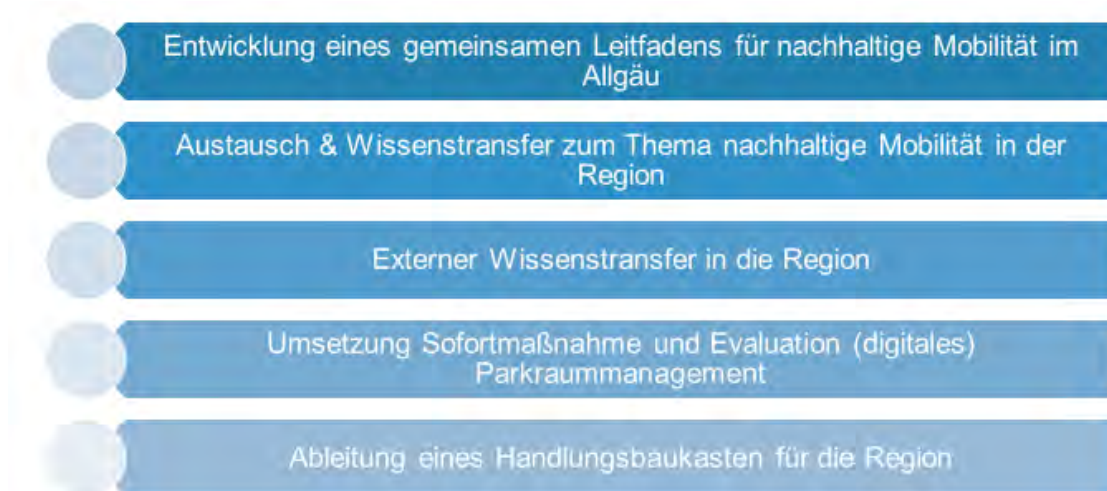


Abbildung 3: Ziele und Aufgabenstellung für die Entwicklung des integrierten Mobilitätskonzepts

Zentral für die inhaltliche und prozessuale Gestaltung war es, stets eine **gesamtheitliche Betrachtung aller Verkehrsträger und des Themas Mobilität** im Blick zu haben und im **gemeinsamen Vorgehen** Ansätze für die **interkommunale Ebene** zu entwickeln. Für den Bereich Mobilität stellt die Entwicklung eines derartigen regionalen Strategiepapiers **Pionierarbeit für die Region Allgäu** dar.

Der vorliegende Bericht behandelt explizit die Entwicklungen aus Los 2 „Entwicklung eines integrierten Mobilitätskonzepts für das Allgäu“ sowie die Evaluierung der Sofortmaßnahmen aus Los 1. Das Teilkonzept Los 1 wurde bereits im Juni 2021 vorgelegt und fließt mit in die Ergebnisse des vorliegenden Konzeptes ein. Die quantitativen Verkehrsanalysen werden in diesem Bericht nicht explizit integriert,

sondern können dem Teilkonzept Los 1 (Anlage 1) entnommen werden. Das Konzept dient als Grundlage für weitere Umsetzungsschritte zur interkommunalen nachhaltigen Mobilitätsförderung im Allgäu.

Im Rahmen der Erstellung des integrierten Mobilitätskonzepts wurden folgende **Analyse- und Prozessschritte** unternommen:

Analyse und Prozessschritte:

1. **Quantitative Verkehrsanalyse** und Identifikation der Hotspots
2. **Expert:inneninterviews** mit **Gebietskörperschaften** und **Hotspot Kommunen** zum Status Quo, Herausforderungen, Potenziale (Interviews mit insgesamt 50 Fragestellungen)
3. **Expert:inneninterviews** mit potenziellen Produktanbieter:innen im Bereich Besucherlenkung (4 Interviews)
4. **Aufarbeitung** der **Bestandskonzepte** (Leitwerke, vorhandene und geplante Maßnahmen)
5. **Arbeitskreissitzungen** (AK Interkoms) – Inputs, Diskussionen, Ergänzungen, Bewertungen (6 AK Sitzungen)
6. **Externe Expertenbeiträge** in AKs zu potenziellen Beispielprojekten und Produktlösungen
7. **Bürger:innen Online-Befragung** zu Status Quo, Potenzialen und Handlungsbedarfen (n = 1.023)
8. **Vor-Ort Begehungen** im Zusammenhang MIV Besucherlenkung
9. **Quantitative** und **Qualitative Evaluierung** der Sofortmaßnahme
10. **Synthese** und **Gesamtbewertung** durch den **Beraterkreis**

Die erarbeiteten Inhalte aus den jeweiligen Analyse- und Prozessschritten werden in den nachfolgenden Kapiteln dieses Berichts näher ausgeführt.

2.1 Quantitative Verkehrsanalysen zum Ist-Zustand und Evaluierung der Sofortmaßnahme

Auf Basis der verkehrlichen Hotspot-Analysen der ausgewählten Gemeinden wurden die einzelnen Parkplätze auf deren Quell-Ziel-Verkehre, Parkdruck/ Parkdauer und Parksuchverkehr datenbasiert untersucht (Vgl. Anlage 1 Teilkonzept Los 1). Darüber konnten in Expert:innengesprächen und Vor-Ort-Begehungen die spezifischen Situationen im Detail begutachtet und für die Auswahl von Sofortmaßnahmen bewertet werden. Als Ergebnis wurden für die zwei Kommunen **Bad Hindelang – Hinterstein** sowie in **Füssen am Alatsee Sofortmaßnahmen** umgesetzt und evaluiert. Die Evaluation in Hinterstein erfolgte datenbasiert mittels des Vergleichs der Verkehrsstärken im Rahmen einer Vorher- / Nachher-Betrachtung. Für die Maßnahme am Alatsee wurde im Rahmen eines Evaluierungsworkshops unter Beteiligung der Stadt Füssen, dem Beraterkreis und der Leitung von ui! zusammen mit dem Technikdienstleister Bernard Technologies die Installation, die Praxiserfahrung der ersten fünf Monate sowie die Learnings diskutiert.

2.2 Integration bereits bestehender Allgäuer Konzepte

Die zur Verfügung gestellten Konzepte (vgl. Tabelle 1) dienen der Analyse der Ausgangssituation. Die Konzepte wurden fortwährend in den Prozess integriert und werden in den folgenden Kapiteln inhaltlich näher dargestellt. Zudem wird in der Stadt Memmingen parallel ein integriertes Mobilitätskonzept erarbeitet. Die Fertigstellung ist für November 2022 geplant. Die laufenden Entwicklungen hierzu sind in den Arbeitskreis (AK)-Sitzungen eingeflossen.

Tabelle 1: Übersicht der zur Verfügung gestellten Konzepte

Gebietskörperschaft	Konzept	Erstellungsdatum
Regional – Allgäu GmbH	Marken- und Destinationsstrategie 2030	2020
LK Unterallgäu, Kreisfreie Stadt Memmingen	Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes Memmingen- Unterallgäu – Fortschreibung	2018
LK Unterallgäu	Regio-S-Bahn Donau-Iller: Regionales SPNV-Zielkonzept	2016
LK Oberallgäu	Masterplan 100% Klimaschutz & Fortführung 2020-2023	2019
LK Oberallgäu, Kreisfreie Stadt Kempten	Nahverkehrsplan 2018 für den Nahverkehrsraum Oberallgäu / Kempten	2018
Kreisfreie Stadt Kempten	Mobilitätskonzept Kempten 2030	2017
LK Ostallgäu	Dokumentation Tourismusforum 2019, Strategie- & Zukunftswerkstatt für den Schlosspark, Herausgeber: LK Ostallgäu	2019
LK Ostallgäu	Präsentation Fraunhofer IML: "Neue Mobilität in der Region – Die Mobilität als integriertes Konzept für ein (Er)Leben und Arbeiten im Ostallgäu"	2019
LK Ostallgäu	Ergebnisdokumentation zur Vorbereitung „Masterplan Mobilität Süd für den Landkreis Ostallgäu"	2020
LK Ostallgäu	Bericht "Wissenschaftliche Begleitung: Beschreibung von Mobilitätsbausteinen anhand von Best Practice-Beispielen"	2021
LK Ostallgäu, Kreisfreie Stadt Kaufbeuren	Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren	2020
Kreisfreie Stadt Kaufbeuren	Gesamtstädtisches Rad- und Fußverkehrskonzept für die Stadt Kaufbeuren	2020
Kreisfreie Stadt Kaufbeuren	ISEK – Integriertes Stadtentwicklungskonzept Kaufbeuren	2017
Kreisfreie Stadt Kaufbeuren	Wohnen, Arbeiten, Mobilität (WAM-)Studie Kaufbeuren	2016
LK Lindau	Klimaschutz- und Energiekonzept Landkreis Lindau 2020	2013
LK Lindau	Nahverkehrsplan für den Landkreis Lindau (Bodensee)	2011
LK Lindau	Radwegkonzept für den Landkreis Lindau (Bodensee)	2019

Im Laufe des Prozesses wurden weitere Unterlagen aus dem Bereich Mobilitätsprojekte von verschiedenen Kommunen aus der Region zur Verfügung gestellt. Diese können der Anlage 2 entnommen werden und sind ebenfalls in die Entwicklung des Konzepts eingeflossen.

2.3 Beteiligungsprozess

Im Rahmen der Konzeptentwicklung wurden zahlreiche **Stakeholder aus verschiedenen Gruppen** im Prozess beteiligt (vgl. Abbildung 4).

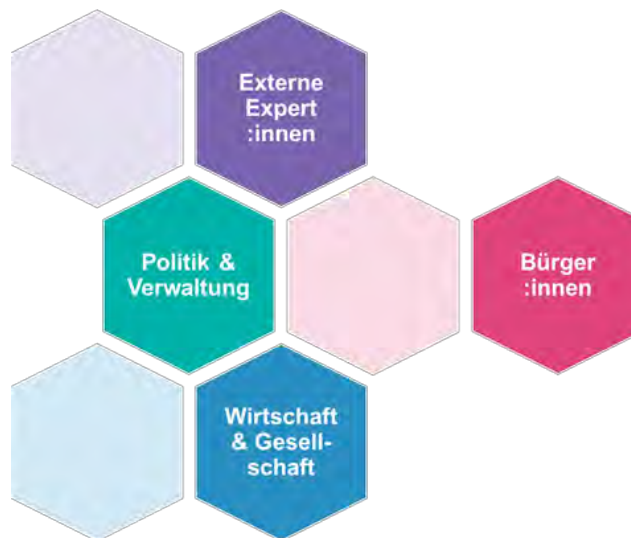


Abbildung 4: Im Rahmen der Konzepterstellung beteiligte Stakeholder

Neben den politischen Vertreter:innen der Gebietskörperschaften (GKs) und Hotspot Kommunen sowie Vertreter:innen der Fachebenen der Gebietskörperschaften waren ebenso Verbände der Touristik, Gastronomie, Hotellerie und Unternehmen vertreten. Genauso wurden Vertreter:innen aus dem ÖPNV, Gästekarten-Anbieter:innen und Vertreter:innen der Umwelt- und Naturschutzverbände / Naturparkvertreter:innen in den Prozess integriert. Zudem wurde die Perspektive der Bürger:innen ebenfalls bei der Konzeptentwicklung berücksichtigt. Externer Input und Wissenstransfer erfolgte durch Beiträge von Lösungsanbieter:innen im Bereich Besucherlenkung und digitalem Parkraummanagement sowie durch Vertreter:innen von Best Practice aus anderen Regionen.

Im Folgenden werden die **verschiedenen Beteiligungsformate** des Akteur:innenprozesses erläutert. Im Vordergrund der Beteiligungsformate stand der Wissenstransfer von Ansätzen und Lösungen inklusive einer jeweiligen Potenzialabschätzung im Bereich Besucherlenkung und Parkraummanagement durch die Gebietskörperschaften. Mit der Etablierung des Arbeitskreis Interkommunal („AK Interkom“) wurde eine Grundlage für die **interkommunale Vernetzung zu Mobilitätsthemen** geschaffen und dabei der **Austausch zu bereits vorhandenen oder erprobten sowie potenziellen Lösungen** gefördert. Die expliziten Inhalte der

Beteiligungsformate fließen fortlaufend an den entsprechenden Stellen in den Bericht ein.

Auftaktveranstaltung

Am 01.03.2021 wurde eine Auftaktveranstaltung zu Los 1 „Analyse verkehrlicher Hotspots und Konzeption eines digitalen Parkraummanagements im Kontext eines angestrebten Mobilitätskonzepts“ und Los 2 „Erstellung eines integrierten Mobilitätskonzepts“ mit Vertreter:innen aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Medien aus dem Allgäu durchgeführt. Ziel war es, Stärken und Schwächen der Mobilität im Allgäu sowie Erwartungen an Inhalte und den Prozess der Konzeptentwicklung zu erfassen, sowie eine erste Abfrage zum Punkt Ausflugsverkehre und Hotspots durchzuführen. Die erarbeiteten Inhalte sind in die weiterführende Arbeit des regionalen Gremiums AK Interkom eingeflossen.

Regionales Gremium – Arbeitskreis Interkommunal (AK Interkom)

Kernbeteiligte des AK Interkoms stellten die Vertreter:innen der Gebietskörperschaften und der Hotspot Kommunen dar. Außerdem wurden, je nach Themenschwerpunkt der Sitzungen, ergänzende Akteur:innen aus dem Allgäu sowie externe Expert:innen eingeladen. Ziel des Arbeitskreises war es, ein gemeinsames integriertes Mobilitätskonzept für die Region in Form eines Handlungsbaukastens zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität im Allgäu zu erarbeiten. Ein wesentliches Ziel des Gremiums war die **Initiierung und Förderung des Austauschs zum Status Quo** in der Region und **Vernetzung der zentralen Akteur:innen**. Ebenso erfolgte ein erster **Wissenstransfer** zu potenziellen Handlungsansätzen.

In diesem Zusammenhang fanden über den Zeitraum des Prozesses insgesamt sechs Sitzungen des Gremiums zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten statt (vgl. Abbildung 5). Der thematische Schwerpunkt Besucherlenkung dominierte die ersten Sitzungen des Gremiums (AK I bis III). In diesen Sitzungen wurden sowohl Push- als auch Pull-Maßnahmen vorgestellt und diskutiert. In den Sitzungen IV und V wurden der touristische und freizeitverkehrs-Fokus, um die Alltags- und Pendelverkehre ergänzt. Eine Abrundung der Konzeptentwicklung mit Konsolidierung, Vertiefung & Validierung erfolgte in der Abschlusssitzung (AK VI).

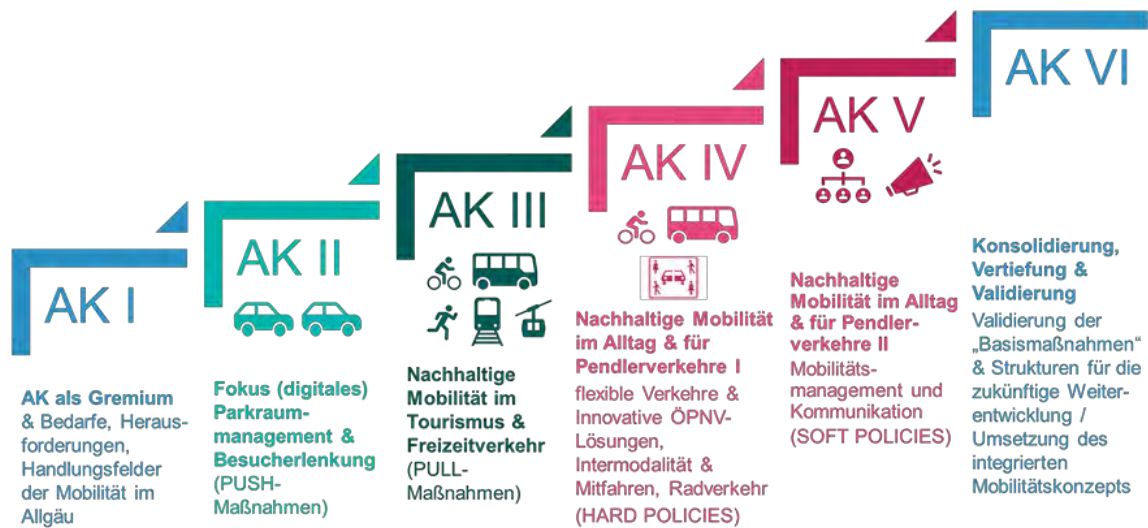


Abbildung 5: Inhalte der Treffen des Arbeitskreises Interkommunal (AK Interkom)

Expert:inneninterviews

Sowohl im Rahmen des Los 1 „Analyse verkehrlicher Hotspots und Konzeptionierung eines digitalen Parkraummanagements im Kontext eines angestrebten integrierten Mobilitätskonzeptes“ als auch des Los 2 „Erstellung eines integrierten Mobilitätskonzeptes“ wurden **leitfadengestützte Expert:inneninterviews** durchgeführt. Ziel der Interviews war es, durch die Absprache mit regionalen Akteur:innen, Anforderungen, Bedarfe sowie Herausforderungen aus deren Sicht für das Konzept und den Prozess zu ermitteln. Die Interviews kamen dabei in folgenden unterschiedlichen Themenkomplexen bzw. in verschiedenen Arbeitspaketen (AP) zum Einsatz.

LOS1

- **AP A1.2:** Analyse verkehrlicher Besucher-Hotspots (Teil 1)
- **AP A2.2:** Digitales Parkraummanagement (Teil 2)

LOS 2

- **AP B1.2:** Leitfragen der Konzepterstellung (Schwerpunkte, Methoden und Wirkung bisheriger Konzeptentwicklungen) (Teil 3)

Die Erhebung erfolgte über Onlineinterviews. Die Interviewleitfäden mit den Fragestellungen zu den jeweiligen Handlungsfeldern sind dem Anhang (Anlage 3 bis 5) beigelegt.

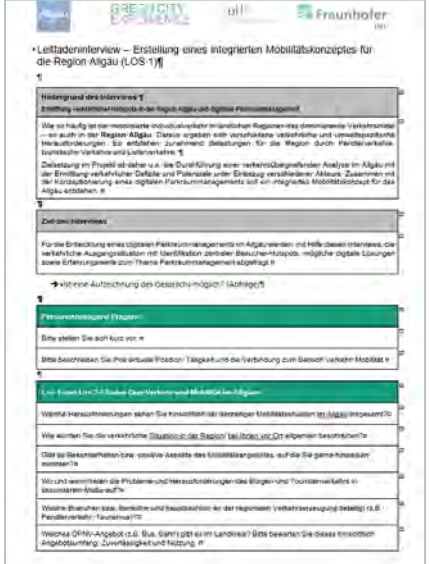
<u>Interviewleitfäden im Überblick:</u>	
Los 1_Teil 1_Status Quo Mobilität im Allgäu	
Los 2_Allgäu_Prozessgestaltung	
Insgesamt 8 Themenblöcke mit mehr als 50 Fragen	
Los 1_Teil 2_Produktanbieter:innen	
Insgesamt 6 Themenblöcke mit mehr als 20 Fragen.	
Inhalt: Produkte, Referenzen, Planungsvorgang, Kosten	

Abbildung 6: Übersicht zu den Interviewleitfäden

Die Auswahl der möglichen Interviewpartner:innen erfolgte in Abstimmung mit dem Auftraggeber. Dabei wurde explizit auf eine allgäuweite Verteilung geachtet. Die Bandbreite der Teilnehmenden erstreckt sich von kommunalen Vertreter:innen für Mobilität und Verkehr der Landkreise und der kreisfreien Städte (z. B. Mobilitätsmanager:innen, Klimamanager:innen), Oberbürgermeister:innen, Tourismus- sowie Bergbahn-vertreter:innen, Polizei, Bauamt bis hin zur Geschäftsführung der Allgäu GmbH, dem ADAC Südbayern e.V. und einer Reihe verschiedener Produktanbieter:innen. Die Interviewpartner:innen sind in den nachfolgenden Tabellen 2 bis 4 dargestellt:

Tabelle 2: Übersicht zu den geführten Interviews im Rahmen von Los 1

Organisation/ Funktion	Kontakt	Status
Stadt Lindau, Leiter der Stabsstelle Mobilität, Mobilitätsmanager	Hr. Valdes Valverde	Interview 10.03.21 Dauer: 1h 40 min
Staatliches Bauamt Kempten, Baudirektor, Bereichsleitung Straßenbau	Hr. Neupert	Interview 11.03.21 Dauer: 1h
ADAC Südbayern e.V., Leiter Verkehr/Technik/Umwelt, Leiterin touristischer Projekte	Hr. Kreipl, Fr. Hördegen	Interview 17.03.21 Dauer: 2h
Allgäu GmbH, Geschäftsführer (Sprecher)	Hr. Fischer	Interview: 19.03.21 Dauer: 1h 30 min
Allgäu GmbH, Geschäftsführer	Hr. Joachim	Interview: 19.03.21 Dauer: 1h 30 min
Bürgermeister Stadt Füssen	Hr. Eichstätter	Interview 19.03.21 Dauer: 1h
Oberstdorf Tourismus GmbH, Tourismusdirektor und Geschäftsführer	Hr. Jost	Interview 22.03.21 Dauer: 1h 45 min
Polizei	Hr. Martin, Hr. Stoll	Interview 24.03. 21 Dauer: 1h 50 min
Kleinwalsertaler Bergbahn AG, Vorstand / Fellhornbahn GmbH & Skiliftgesellschaft links der Breitach GmbH & Co. KG, Geschäftsführer	Hr. Dr. Gapp	Interview: 16.04.21 Dauer: 1h 20 min

Tabelle 3: Übersicht zu den geführten Interviews mit Produktanbieter:innen im Rahmen von Los 1 und 2

Organisation	Kontakt	Status
Outdooractive AG	Hr. Soutschek, Hr. Huber	Interview: 17.03.2021
Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM)	Hr. Schwankl	Interview: 26.03.2021
hubermedia GmbH	Hr. Huber	Interview: 26.03.2021 Vortrag Sensorik: 22.04.2021 (2. AK Interkom)
Bernard Gruppe	Hr. Torsten Heine-Nims	Vortrag und Diskussion Parkleitsysteme: 22.04.2021 (2. AK Interkom)

Tabelle 4: Übersicht zu geführten Interviews im Rahmen von Los 2

Organisation/ Funktion	Kontakt	Status
Klimamanager LK Lindau	Hr. Irber	Interview 28.04.21 Dauer: 1h 15 min
Oberbürgermeister Kaufbeuren	Hr. Bosse	Interview: 03.05.21 Dauer: 1h 15 min
Oberbürgermeister Memmingen	Hr. Schilder	Interview: 04.05.21 Dauer: 1h
Landrätin LK Oberallgäu	Fr. Baier-Müller	Interview: 06.05.21 Dauer: 35 min
Landratsamt Unterallgäu	Hr. Höld, Hr. Stoiber	Interview: 12.05.21 Dauer: 2h
Oberbürgermeister Kempten	Hr. Kiechle	Interview: 18.05.21 Dauer: 1h
Landrätin LK Ostallgäu, Aufsichtsratsvorsitzende der Allgäu GmbH	Fr. Zinnecker	Interview: 20.05.21 Dauer: 1h 10 min

Die Interviews wurden im Zeitraum vom 10. März bis zum 20. Mai 2021 durchgeführt. Die Interviewdauer erstreckte sich über durchschnittlich ein bis zwei Stunden, je nachdem ob Doppelinterviews gewünscht wurden.

Eine Mitschrift zu den wichtigsten Erkenntnissen aus den Interviews wurde durchgeführt und die zusammengefassten Ergebnisse standen für die nachfolgenden Arbeitspakete zur Verfügung. U. a. wurde daraus eine Hotspot-Auflistung erstellt, die in Los 1 in die Gesamtbewertung der Hotspots eingeflossen ist. Weiterhin wurden sowohl regionalspezifische als auch allgäuweite verkehrliche Herausforderungen zusammengetragen und bildeten eine Basis für die Themensetzung der sechs AK Interkom Sitzungen.

Bürger:innen Online-Befragung

Die Integration der **Perspektive der Bewohner:innen** des Allgäus erfolgte über eine Online-Befragung, welche im Mai bis Juni 2021 stattfand (sechs Wochen Zeitraum). Ziel der Befragung war es, ein Stimmungsbild zukünftiger Entwicklungen nachhaltiger Mobilität aus Sicht der Befragten im Allgäu zu erhalten.¹³ Der Umfragelink wurde über die Kanäle im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Allgäu GmbH und mittels der Gebietskörperschaften in der Region verteilt.

Abgefragt wurde zum einen die Fortbewegung im Alltag zur Erfassung des Status Quo und die Bewertung der Qualität der Mobilitätsangebote über die Gemeindegrenze im Allgäu hinweg. Zum anderen wurden konkrete Handlungsbedarfe in den Bereichen Radverkehr, ÖPNV, alternative Mobilität und Förderung nachhaltiger Mobilität durch den

¹³ Weitere Befragung pro Handlungsfeld würden eine Vertiefung der Ergebnisse bewirken.

Arbeitgeber abgefragt. Der Fokus der Betrachtungsebene lag auf interkommunalen Mobilitätsanforderungen.

Insgesamt konnte ein Rücklauf von 1.023 vollständig ausgefüllten Umfragen generiert werden. Es beteiligten sich Personen aus allen Regionen im Allgäu: West-, Ostallgäu inkl. Kaufbeuren, Oberallgäu inkl. Kempten, Unterallgäu inkl. Memmingen. Insgesamt rund die Hälfte der Befragten beschrieb die Lage des eigenen Wohnortes als ländlich, 23 % als teilweise städtisch und 24 % als überwiegend städtisch. Aufgrund dieser verschiedenen Standortvoraussetzungen muss von verschiedenen Mobilitätsausstattungen und -bedürfnissen unter den Befragten ausgegangen werden. Innerhalb des Samples ist die Altersgruppe der 41- bis 65-Jährigen (50 %) die am stärksten vertretene, gefolgt von den 24- bis 40-Jährigen (36 %). 84 % der Befragten gaben zudem an erwerbstätig zu sein.

Die Ergebnisse der Befragung werden in den nachfolgenden Kapiteln in den jeweiligen Handlungsfeldern aufgegriffen. Die Darstellung dieser sowie darüberhinausgehende Auswertungen sind in einer gesonderten Präsentation aufbereitet und können der Anlage 6¹⁴ entnommen werden.

Qualitative Evaluierung der Sofortmaßnahme

Im Rahmen der **qualitativen und quantitativen Evaluierung der Sofortmaßnahmen** in Füssen am Alatsee und in Bad Hindelang mit dem Ortsteil Hinterstein fanden verschiedene Austauschformate und Arbeitsgruppen statt: von Bürgermeister:innen-Gesprächen, Arbeitskreisen bis hin zu Evaluierungsworkshops mit der Verwaltung. Für Bad Hindelang wurde zusätzlich eine **Bürgerkommission**, nach dem Prinzip eines Bürgerrats aus Vertreter:innen der Anwohner:innen, aus den einzelnen Ortsteilen, der Verwaltung und externen Experten bzw. Bürgermeistern gebildet. Leider musste dieses Präsenztreffen pandemiebedingt verschoben werden. Eine Nachholung wird angestrebt.¹⁵

14 Für die Detailauswertung siehe Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Allgäu.

15 Im Zuge dieses Projektes fand eine Bürger:innenlosung in der Gemeinde Bad Hindelang statt, mit einer Vielzahl von positiven Resonanzen, an interessierten Bürger:innen. Zudem war die Verwaltung eingeladen, um einen gemeinsamen Evaluationsworkshop zur Sofortmaßnahme und Mobilität in der Region Allgäu durchzuführen. Geplant war dieser für November 2021, musste jedoch aufgrund der Pandemiesituation kurzfristig verschoben werden. Das Konzept, Planung und Fragestellungen wurden gemeinsam mit der Gemeinde finalisiert.

Aufsichtsratssitzungen der Allgäu GmbH

In regelmäßigen Abständen wurden die Projektfortschritte dem Aufsichtsrat der Allgäu GmbH präsentiert mit Diskussion der Ergebnisse und Abstimmung des weiteren Vorgehens. Insgesamt fanden vier Treffen statt, d.h. es erfolgte eine politische Beteiligung pro Quartal.

Außerdem wurden nach Abschluss des ersten Teilkonzepts (Los 1) die wichtigsten Ergebnisse bei der Allgäu Initiativkonferenz vorgestellt. Die Präsentation des Gesamtprojekts (Los 2) erfolgt im Mai 2022.

3 LEITLINIEN EINER NACHHALTIGEN MOBILITÄTSFÖRDERUNG IM ALLGÄU

Der vorliegende Bericht dient als **Orientierungsrahmen zur Förderung interkommunaler nachhaltiger Mobilität** sowohl für die Bereiche **Freizeit- als auch Alltagsverkehr**. Langfristig ist damit eine Grundlage geschaffen, um jeweils die kommunalen KPIs auf der regionalen Ebene zu stärken (vgl. Kapitel 1)

Die Förderung einer nachhaltigen Mobilität im Allgäu basiert auf den sogenannten vier „V’s“ Verkehr vermeiden, verlagern, verträglich gestalten und vernetzen (vgl. Abbildung 7). Sie bilden den Rahmen des Konzepts und zeigen das grundlegende Verständnis zur Ausrichtung der Region im Rahmen einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung.



Abbildung 7: Vier „V’s“ einer nachhaltigen Verkehrsentwicklungsplanung

Ein wesentlicher Anspruch an die Strategieentwicklung ist, das System ganzheitlich zu betrachten und bestehende Silos mit traditionellen Zuständigkeitsbereichen und Arbeitsstrukturen aufzubrechen: Eine nachhaltige Verkehrsrealisierung kann nur erreicht werden, wenn ein **ineinandergreifendes Mobilitätssystem** geschaffen ist. Dies erfordert, dass bereits in den Planungen ein **integrierendes Vorgehen** verfolgt wird, in dem die relevanten Akteursgruppen auf verschiedenen Ebenen, Fachabteilungen, Politik und auch Externen (wie z.B. Produkthanbieter) beteiligt werden und übergeordnete Vernetzungsstrukturen geschaffen werden.

Im Rahmen des Prozesses wurden **zehn gemeinsame Leitlinien** abgeleitet. Das Zielbild umfasst vier Zielfelder in denen jeweils Unterziele für die weiteren Entwicklungen im Bereich Mobilität im Allgäu definiert sind: a) Reduzierung der Pkw-Abhängigkeit & Schaffung von Alternativen, b) Mobilität & Tourismus müssen Hand in Hand gehen, c) Innovationen erfordern nicht nur technologische, sondern auch eine kulturelle Transformation, d) regionale Vernetzung & Zusammenarbeit sind die Basis jeglicher Entwicklungen.

Tabelle 5: Leitlinien der Mobilitätsentwicklung

Reduzierung Pkw & Schaffung Alternativen	1. Nachhaltige Mobilitätsförderung heißt, einen Beitrag zur Reduzierung von CO ₂ (Klimawandel) sowie einer Stärkung umweltfreundlicher Verkehrsträger (Pkw-Reduktion, Verlagerung und Optimierung) zu leisten.
	2. Die Förderung nachhaltiger Mobilitätsangebote, -infrastrukturen und Maßnahmen zur Reduzierung des Pkw-Verkehrs sind wichtige Strategien der Klimafolgenanpassung.
	3. Alternative Mobilitätslösungen können nur erfolgreich sein, sofern diese mit dem Pkw konkurrieren können. Sie müssen attraktiver gestaltet (u. a. multimodal verknüpft) und bekannt sein.
Mobilität & Tourismus Hand in Hand!	4. Mobilität ist ein Teil von Tourismus! Die Förderung nachhaltiger Mobilität ist ein wesentlicher Hebel und eine Stellschraube der nachhaltigen Destinationsentwicklung.
	5. Zukunftsfähiges Destinationsmanagement heißt Lebensraummanagement! Lebensraummanagement bedeutet, die Balance zwischen den Bedarfen der Bewohner:innen und Gästen gleichermaßen zu berücksichtigen.
	6. Ausblick? Die Förderung nachhaltiger Mobilität sollte Leitbild einer nachhaltigen Regionalentwicklung im Allgäu sein. Langfristig sollte dies mit der Region und der Marke Allgäu sowohl von Bewohner:innen als auch Gästen assoziiert werden.
Kultur- Transf.	7. Mobilitäts- bzw. Verkehrswende ¹⁶ sind ein kultureller Transformationsprozess. Technologien sind ein unterstützendes Instrument, um die Verkehrswende zu erreichen, jedoch kein Selbstzweck.
Regionale Vernetzung & Zusammen- arbeit	8. Mobilitätswende geht nur gemeinsam! Austauschstrukturen und Zusammenarbeit mit allen Akteur:innen ist eine zentrale Aufgabe.
	9. Die Komplexität in der Steuerung der Mobilitätswende zwingt kommunale Akteur:innen ihre Rolle neu zu justieren.
	10. Das Mobilitätskonzept soll zum Empowerment der Stakeholder auf regionaler Ebene beitragen.

16 „Unter Verkehrswende wird der Umstieg der Gesellschaft auf umweltverträgliche Mobilität“ verstanden. Die Mobilitätswende (Verhalten = vermeiden, verlagern) und die Antriebswende (Technik = verbessern) sind Teilbereiche der übergeordneten Verkehrswende, mit dem Ziel, Mobilität nachhaltig und zukunftsfähig zu gestalten. – vgl. VCD Definition Verkehrswende (<https://www.vcd.org/artikel/verkehrswende-definition>).

4 HANDLUNGSFELDER AUF INTERKOMMUNALER EBENE

Die Gestaltung nachhaltiger sowie emissionsarmer Mobilität als System erfordert ganzheitliche Ansätze und die gemeinsame Umsetzung von Maßnahmen, um möglichst die vorhandenen Potenziale zu stärken und Synergieeffekte zu generieren. Im Vordergrund des Konzepts stehen **Maßnahmen** zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität **auf der Ebene der Region Allgäu**.

Innerhalb des Prozesses wurden **sechs zentrale Handlungsfelder** herausgearbeitet (vgl. Abbildung 8). Diese sind Grundlage für Kapitel 6, in denen die Handlungsempfehlungen für die jeweiligen Handlungsfelder vorgestellt werden.



Abbildung 8: Definierte Handlungsfelder des Mobilitätskonzepts

In Kapitel 5 werden die Ergebnisse der Analyse und Beschreibung des jeweiligen Status Quo pro Handlungsfeld dargestellt. Zur besseren Orientierung folgt dieses Kapitel ebenso der Struktur der Handlungsfelder.

Das erste Feld **QUERSCHNITTSMABNAHMEN** adressiert übergeordnete Ansätze. In ihnen sind Maßnahmen zusammengefasst, die über die Verkehrsträger hinweg ein integrierendes System unterstützen. D.h. sie bedingen eine verkehrsmittelträgerübergreifende Betrachtung und lassen sich nicht jeweils einem Verkehrsträger zuordnen. Das Feld bündelt mehrere Teilbereiche. Es zielt a) auf die übergreifenden Grundlagen einer langfristigen Förderung nachhaltiger Mobilität im Allgäu mit der Etablierung von **Austausch- und Organisationsstrukturen** über alle Handlungsfelder hinweg sowie b) dem Aufbau und der Pflege eines adäquaten **Kommunikationsrepertoires** zur Förderung eines nachhaltigen Verbraucher:innenverhaltens. Dies muss für jedes Handlungsfeld und entsprechende Angebotsform sichergestellt werden. Außerdem sind c) Maßnahmen zur Förderung der **Inter- und Multimodalität** integriert, die folglich ein multimodales Verhalten ermöglichen

sowie die Vernetzung der Verkehrsträger sowohl physisch (z.B. über Mobilitätsstationen) als auch die Konnektivität digital (über Apps) unterstützen. Dabei folgen auch Verweise zu Ansätzen zur Verbesserung der Anschlussmobilität und des Mitfahrens.

Im zweiten Feld **MOBILITÄTSMANAGEMENT** sind Maßnahmen adressiert, die sich auf die Bereiche **kommunales sowie betriebliches Mobilitätsmanagement** fokussieren. Im Zentrum steht der Weg zur Ausbildungs- oder Arbeitsstätte. Schulisches Mobilitätsmanagement wird am Rande aufgegriffen. Auch diese Ansätze wirken jeweils verkehrsmittelübergreifend. Im Vordergrund des Konzepts stehen Aktivitäten zur Aktivierung und Zusammenarbeit mit Multiplikatoren, die ihrerseits zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität in der jeweiligen Organisation beitragen.

Ein vorgegebener Schwerpunkt bildet der **MOTORISIERTER INDIVIDUALVERKEHR (MIV)** als drittes Handlungsfeld.¹⁷ Dieses Feld steht im Zentrum von Los 1 mit Fokus auf **(digitalem) Parkraummanagement** und **digitaler Besucherlenkung**. Folglich stehen daher Maßnahmen im Vordergrund, die zu einer Entzerrung der verkehrlichen Hotspots beitragen. Ergänzend werden Ansätze aufgezeigt, die eine Reduzierung der Pkw-basierten Verkehrsströme unterstützen. Die Betrachtungen des MIV schließen ebenso Ansätze zur Förderung der **Elektromobilität** mit der Etablierung von **Ladeinfrastrukturen** mit ein. Im Handlungsfeld MIV richtet sich der Blick damit vor allem auf den **privaten Pkw und Parken**.

Um der traditionellen Planungslogik zu folgen, wird in diesem Feld zwar **Carsharing** integriert, allerdings werden die Maßnahmen zum Ausbau und Optimierung von Sharing-Lösungen ebenfalls im Handlungsfeld *flexible und alternative Mobilitätsangebote* aufgegriffen (siehe nachfolgende Erläuterung). In den textlichen Beschreibungen sind entsprechende Querverweise aufgenommen. Überschneidungsbereiche gibt es auch im Bereich **Mitfahren**. Die infrastrukturellen Lösungen wie Parken und Mitfahren (P+M) sowie Park und Ride (P+R) sind in der Kategorie MIV beschrieben. Digitale Ansätze zur Förderung des Mitfahrens werden dagegen im Handlungsfeld Flexible und alternative Mobilitätsangebote aufgeführt, wobei auch hier jeweils Querverweise integriert sind.

Dem MIV gegenüber steht der **klassische ÖPNV**. In diesem vierten Handlungsfeld stehen die traditionellen Angebote des **öffentlichen Nahverkehrs** im Vordergrund, wie der Schienen- und Busverkehr. Außerdem wird hier der Ansatz der **Gästekarten** aufgegriffen. Darüber hinaus erfolgt in diesem Handlungsfeld ein Exkurs zur Thematik

¹⁷ Carsharing stellt einen Überlappungsbereich dar. Offiziell wird Carsharing dem MIV zugeordnet. Die Status Beschreibungen zu MIV greifen daher auch Carsharing auf. Zugleich wird Carsharing in der Regel aber auch den sog. innovativen Mobilitätslösungen und Serviceleistungen zugeordnet. Diese neuen (häufig auch privatwirtschaftlichen) Mobilitätsdienstleistungen, bilden zusammen mit Fuß, Rad und ÖPNV den Umweltverbund und stehen als Gegenpol zum privaten Pkw-Verkehr. In den Maßnahmandarstellungen wird daher mit Querverweisen zwischen den Handlungsfeldern MIV und flexible und alternative Mobilitätsangebote gearbeitet.

von **Seilbahnen** und ersten Ansätzen dazu im Allgäu. Die Integration von Seilbahnlösungen kann insbesondere dann ein großes Potenzial entfalten, wenn sie als Teil des öffentlichen Nahverkehrsangebots gedacht und geplant werden.

In den letzten Jahren haben sich dazu viele neue Formen öffentlich nutzbarer Mobilitätsdienstleistungen etabliert, die unter dem fünften Handlungsfeld **Flexible und alternative Mobilitätsangebote** zusammengefasst werden. Die Kategorie wurde gebildet, um dem Anspruch einer integrierenden Herangehensweise zu folgen. Hier sind verschiedene Mobilitätsinnovationen über die klassischen Zuordnungen zu den Verkehrsträgern MIV oder ÖPNV hinweg zusammengefasst. Strukturleitend war eine Orientierung an der **Wahrnehmung der Mobilitätsoptionen aus Sicht der Nutzenden**. Für diese gibt es entweder Fortbewegungsmöglichkeiten, bei denen sie über ihre eigenen Mobilitätswerkzeuge wie z.B. den privaten Pkw verfügen müssen oder aber **Angebote, die unabhängig einer individuellen Pkw-Verfügbarkeit von der Allgemeinheit nutzbar sind**. Dies trifft sowohl auf **On-Demand** als auch auf **Sharing-Lösungen** oder **Shuttles-/Transferangebote** zu sowie auch auf Lösungen, die das **Mitfahren** fördern. In der Regel sind derartige Angebote mit **digitalen Plattformen und App-Zugängen** verknüpft. Letztlich sollen diese Angebotsformen – über das klassische ÖPNV Angebot hinausgehend – Mobilität ohne Auto unterstützen und flexibilisieren. Daher wird auch das gewöhnlich dem *MIV* zugeordnete Carsharing oder Mitfahren in der vorliegenden Struktur ebenfalls bei den flexiblen Angeboten aufgegriffen.

In der Kategorie flexible Angebote werden folglich sowohl Angebote beschrieben, die dem Hoheitsbereich der öffentlichen Hand obliegen als auch Mobilitätsinnovationen, die von privatwirtschaftlichen Dienstleistern angeboten werden. Letztlich unterliegen diese Angebotsformen unterschiedlichen Verantwortungsbereichen und folgen verschiedenen Finanzierungsstrukturen bzw. Geschäftsmodellen. Mit Berücksichtigung und Blick auf die Optimierung der sogenannten User Experience verfügbarer alternativer Angebote, sind diese unterschiedlichen Angebotsstrukturen jedoch im Idealfall für die Endverbraucher:innen nicht sichtbar. Für Nutzer:innen stellen sie ein flexibles Ergänzungsangebot dar – in der Regel unabhängig des dahinter stehenden Anbieters. Um die verschiedenen Produktbausteine von öffentlicher Hand und privatwirtschaftlich agierenden Mobilitätsdienstleistern möglichst sinnvoll zusammenzuführen und ein ineinander verzahntes System zu schaffen, bedarf es wiederum **neuartiger Formen der Zusammenarbeit** (vgl. Handlungsfeld Querschnittsmaßnahmen - Strukturen und Kooperationen). Durch eine integrierende Herangehensweise können die hier zusammengefassten flexiblen Angebote einen wichtigen Beitrag zur sinnvollen und langfristigen Ergänzung klassischer öffentlicher Angebote leisten, um somit das bestehende Mobilitätssystem ganzheitlich weiterzuentwickeln.

Das sechste Handlungsfeld bezieht sich auf Maßnahmen im Bereich des **Radverkehrs** und Ausbau des **Radwegenetzes**. Wie auch bei den anderen Handlungsfeldern stehen hier Ansätze im Vordergrund, die das Mobilitätssystem auf interkommunaler Ebene

verbessern oder die in der gemeinsamen Projektbearbeitung für die regionale Ebene skaliert werden können¹⁸.

Darüber hinaus sind in Kapitel 6 jeweils Hinweise zu d) **Fördermöglichkeiten** aufgezeigt inklusive einer Übersicht am Ende des Kapitels.

Wie bereits im Fall des Carsharings oder Mitfahrens dargestellt, sind die jeweiligen Handlungsfelder nicht überschneidungsfrei, sodass sich manche Maßnahmen auch zwei oder drei verschiedenen Handlungsfeldern zuordnen lassen. Die Ansätze sind daher jeweils an allen Stellen aufgegriffen oder Querverweise sind eingefügt.

¹⁸ Das Feld Fußverkehr wurde im vorliegenden Konzept nicht integriert, da v.a. die überregionale bzw. interkommunale Erreichbarkeiten im Vordergrund des Konzepts standen.

5 STATUS QUO ZUR MOBILITÄT IM ALLGÄU

Im folgenden Kapitel wird der Status Quo im Allgäu zu den sechs Handlungsfeldern MIV, ÖPNV klassisch, Flexible und alternative Mobilitätsangebote, Radverkehr sowie den verkehrsmittelübergreifenden Querschnittsmaßnahmen und MM dargestellt. Dazu folgt im ersten Schritt eine Definition zentraler Begrifflichkeiten und Erläuterungen zum jeweiligen Handlungsfeld. Anschließend werden jeweils die Ergebnisse der Sekundäranalysen, Primärdatenerhebungen sowie Inhalte aus den verschiedenen Beteiligungsformaten (vgl. Kapitel 2) zusammenfassend dargestellt.

Im Fokus der Ableitung von Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität im Allgäu (vgl. Kapitel 6) stand insbesondere die **interkommunale Ebene**. Gleichwohl hat sich im Prozess gezeigt, dass auf lokaler Ebene bereits eine Reihe an Aktivitäten zur weiteren Mobilitätsentwicklung vor Ort existieren (Kapitel 5). In der Ergebnisdarstellung der Analysen werden daher sowohl die bereits existierenden Maßnahmen dargestellt, die auf interkommunaler Ebene wirken, als auch die Ansätze, die bei den jeweiligen Gebietskörperschaften und Hotspot-Kommunen auf lokaler Ebene identifiziert wurden. Bei der weiterzuentwickelnden Umsetzung sollte jede Kommune diese in den Kontext der hier entwickelten regionalen Strategie integrieren.

5.1 Status Regionale Austauschstrukturen zum Themenkomplex Nachhaltige Mobilitätsförderung

Das Allgäu als Region steht noch ganz am Anfang einer ganzheitlichen Auseinandersetzung und Diskussion zum Thema Mobilität. Auf regionaler Ebene existieren zwar Dialogrunden, bspw. zum Bereich klassischer ÖPNV und (digitale) Besucherlenkung oder der Mountainbike-Nutzung in Naturräumen. Aber **übergreifende Strukturen und Gremien**, die die Gesamtheit der Themenfelder einer nachhaltigen Mobilitätsförderung in den Blick nehmen und vor allem die **Akteure und Themen miteinander verzahnen**, existieren bis dato noch nicht. Folglich gibt es derzeit auch noch keinerlei institutionelle Verankerung zur akteurs- und verkehrsmittelträgerübergreifenden Förderung einer nachhaltigen Mobilität auf regionaler Ebene.

Hinzu kommt, dass sich ein großer Teil der Austauschrunden meist auf den Dialog zwischen den **südlicheren Regionen** konzentriert. Das Allgäu verfügt über eine lange Tradition als Tourismusregion. Nachvollziehbarerweise standen daher bisher vor allem die Herausforderungen eines **nachhaltigen Destinationsmanagements** als zentrales Handlungsfeld im Vordergrund. Folglich fokussiert sich nun auch das Thema Mobilität in der öffentlichen Wahrnehmung sowie im politischen Diskurs überwiegend auf die Überlastungserscheinungen in den alpin geprägten Teilen des Allgäus und im Kontext des **Freizeitverkehrs**. Um den Herausforderungen des Klimawandels und der zugleich auch immer lauter werdenden Forderung einer sicheren und sozial gerechten Mobilität Rechnung zu tragen, müssen künftig auch explizit die nicht-touristisch geprägten Regionen in die Planungen zur nachhaltigen Regionalentwicklung integriert werden, da

der Verkehr meist nicht in der Zielregion entsteht (Quell- und Zielverkehr), was eine ganzheitliche und integrierte Strategie sowie Herangehensweise unterstreicht.

Die **Schaffung von adäquaten Strukturen mit Arbeitsgruppen** und einer Reihe verschiedener **Informations- und Austauschveranstaltungen**, wird daher als eines der zentralen Handlungsfelder und Basismaßnahmen in Kapitel 6 aufgenommen (vgl. Querschnittsmaßnahmen). Nur in Kooperation können Synergieeffekte und Lösungen mit echten Wirkungseffekten geschaffen werden.

Im Rahmen der Auftaktveranstaltung und der Dialogrunden in den AK Interkom Sitzungen wurde so auch das Ziel gesetzt, im Zuge des zu entwickelnden Konzepts, die **Integration und Zusammenarbeit in der Region** im Themenfeld Mobilität sowohl mit Blick auf Alltags- als auch Freizeitverkehre explizit zu fördern (vgl. Abbildung 9). Dabei wird ein starkes **Commitment** als Voraussetzung gesehen, um langfristig Veränderungen herbeizuführen. Außerdem sollte der Blick über die **eigenen Grenzen** nicht vergessen werden. Mobilität macht weder an kommunalen, regionalen oder nationalen Grenzen halt.



Abbildung 9: Erwartungen der Akteur:innen an die zukünftige Gestaltung von Integration & Zusammenarbeit auf regionaler Ebene

Weiterführende Literatur Governance:

- Steckbrief Interkommunale Zusammenarbeit (Mobilikon 2019):
www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/interkommunale-zusammenarbeit
- Koordinations- und Kommunikationsprozesse zur kommunalen Umsetzung der Elektromobilität. Praxisorientierter Leitfaden zur Gestaltung von Governance auf verschiedenen Ebenen (Now-GmbH 2019):
www.now-gmbh.de/wp-content/uploads/2020/09/now_broschuere_koordinations-und-kommunikationsprozesse.pdf
- Touristische Mobilität im ländlichen Raum (Umweltbundesamt 2020):
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/te_xte_78-2020_themenpapier_mobilitaet.pdf
- Wie wird meine Tourismus-Destination nachhaltig mobil? Anleitung für Praktikerinnen und Praktiker (BMNT und BMVIT Österreich 2019):
https://www.bmk.gv.at/dam/jcr:b264e2c1-97d0-423c-a41d-21dd0dc91c5e/Nachhaltiger_Tourismus.pdf

5.2 Status Kommunikation

Neben der Schaffung adäquater Austauschstrukturen zwischen den relevanten Planungsakteuren, der Politik, Wirtschaft und Umwelt etc., gilt es natürlich immer die jeweils Betroffenen bzw. (potenziell) Nutzenden zu adressieren. Eine nachhaltige Mobilitätsförderung besteht daher immer aus zwei Säulen: erstens, die Anpassung / Erweiterung / Schaffung von Mobilitätsangeboten und Infrastrukturen (vgl. folgende Kapitel) und zweitens, die **Kommunikation gegenüber verschiedenen Ziel- bzw. Nutzergruppen**. Gezielte zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahmen sind die Grundlage, um erstens, **über vorhandene Angebote zu informieren** sowie zweitens eine **Bewusstseins- und Verhaltensänderung bei den Endverbraucher:innen** zu unterstützen.

Kommunikationsmaßnahmen greifen über alle Verkehrsträger und hier beschriebenen Handlungsfelder hinweg. Die Darstellung konkreter Kommunikationsansätze für die Region Allgäu (vgl. Kapitel 6) ist daher ebenso wie die Notwendigkeit des Aufbaus zukünftiger Strukturen dem Handlungsfeld Querschnittsmaßnahmen zugeordnet und wird jeweils in den Basisstrukturen der anderen Handlungsfeldern aufgegriffen.

5.2.1 Definition und Erläuterung Kommunikation

Basis jeder Kommunikation ist die Vermittlung relevanter Informationen über verschiedene Kanäle. Die Ansätze im Kommunikationsbereich gehen jedoch weit über die reine Informationsweitergabe hinaus. Die notwendige Kommunikationsbreite reicht von der **reinen Informationsdarstellung**, der **Sichtbarmachung** der neuen, aber auch vorhandenen Angebote bis hin zur **Wissensvermittlung** in Form von Beratungsangeboten (Befähigen / Lernen). Darüber hinaus sind **Inspiration, Motivierung und Aktivierung** der Akteur:innen (Bevölkerung, Unternehmen, Verbände etc.) von hoher Bedeutung. Die Endverbraucher:innen müssen auf der emotionalen Ebene angesprochen werden. Ansätze, in denen das **Erleben und Ausprobieren** mit der Umsetzung von physischen und greifbaren Aktivitäten im Vordergrund steht, sind wichtige Instrumente, um zunächst Wahrnehmungsfenster zu schaffen und bisherige Routinen aufbrechen zu können, um auf diese Weise langfristige Verhaltensänderungen zu fördern (vgl. Abbildung 10).



Abbildung 10: Kommunikationsbreite für Bewusstseins- und Verhaltensänderung

Eine erfolgreich wirkende Kommunikationsarbeit sollte dazu eine **zielgruppenspezifische Aufbereitung** verfolgen. Jede Akteur:innen- bzw. Zielgruppe erfordert andere adäquate Formate und Kanäle der Ansprache. Nachfolgend sind für relevante Beispiel-Zielgruppen genannt mit Differenzierung nach

- **Alter/Lebensphasen:** Kinder, Jugendliche, Eltern, Senioren, ...
- **Wegezwecken:** Pendelnde (Schüler, Auszubildende, Studierende, Arbeitende), Einkaufende, Freizeitler:innen aus dem Allgäu, Tagesgäste, Tourist:innen (mit Übernachtung) ...
- **Kompetenzen:** Mobilitätseingeschränkte, Erfahrungsgrade mit (E-) Fahrradfahren / E-Motorrollern / Sharinglösungen ...
- **Geographische Verortung:** Stadtbevölkerung, Landbewohner:innen, Besucher:innen ...
- **Verkehrsträger:** ÖPNV, innovative Angebotsformen, Fahrrad, Lastenfahrräder, Elektro-Roller ...
- ...

Zu Kommunikationsmaßnahmen gehören darüber hinaus auch Strategien, die sich nicht nur an Endverbraucher:innen richten. Ein gesamtheitliches Marketinkonzept bietet die Möglichkeit, den **Standort als nachhaltige Mobilitätsregion zu „präsentieren“** und darüber das Handlungsfeld Mobilitätsförderung zu etablieren. Dadurch kann indirekt der Umsetzungsdruck für dieses Thema sowohl auf regionaler als auch auf lokaler Ebene erhöht werden. Dabei bietet eine ausgefeilte Kommunikationsstrategie die Chance, die Region Allgäu selbst als einen Vorreiterstandort zur Förderung nachhaltiger Mobilität in ländlichen Regionen zu etablieren. Damit richtet sich eine erfolgreiche Kommunikation nicht nur, wie oben ausgeführt, an Endverbraucher:innen (Bewohner:innen, Ausflügler und Gäste), sondern kann langfristig dazu beitragen, ein **Image als nachhaltige Mobilitätsregion** aufzubauen und den Standort auch in diesem Bereich zu etablieren. Erster Schritt ist hierbei die Schaffung von entsprechenden Mobilitätsangeboten.

Einen spezifischen Teilbereich aus der Vielzahl an Kommunikationsansätzen stellt die **digitale Informationsvermittlung über Kommunikationstechnologien** dar – im Rahmen der **Besucherlenkung**. Diese umfasst z.B. die Weitergabe von Informationen über Apps, Radio oder auch digitale Anzeigen zur Parkplatzauslastung an den POIs.

Da die Betrachtung dieser Ansätze einen eigenen Schwerpunktbereich darstellt, wird nachfolgend zur besseren Differenzierung im Konzept unterschieden zwischen a) Kampagnen-Kommunikation und b) (digitaler) Informationsvermittlung und Kommunikationstechnologien (IuK) im Rahmen der Besucherlenkung. Ansätze, die sich spezifisch auf verkehrslenkende Maßnahmen des Pkw-Verkehrs beziehen, sind bei den Ausführungen zum Handlungsfeld MIV verortet.

5.2.2 Status Quo Kommunikation im Allgäu

Mit der offiziellen **Wort-Bildmarke „Allgäu“** für Tourismus, Marke und Standort der Region besteht im Allgäu auf regionaler Ebene (seit 2009) eine Ausdehnung der Marke über den rein touristischen-freizeitfokussierten Kontext hinaus. Vertreten wird diese durch die Dachorganisation Allgäu GmbH. In der Region gilt die Marke als Siegel für **Nachhaltigkeit** sowie **Qualität**.

Die in einem Strategieprozess gemeinsam erarbeitete Weiterentwicklung der **Destinations- und Markenstrategie der Marke „Allgäu“** liefert einen Anknüpfungspunkt für zukünftige regionale Entwicklungen (mit Blick auf das Jahr 2030). Mit den strategischen Handlungsfeldern: Marke ist Emotion & Qualität, strategische Steuerung, Lebens- und Arbeitsraum, digitale Konnektivität, Allgäuer Netzwerke und interdisziplinärer Austausch wurde eine GK-übergreifende Kommunikation geschaffen. Diese umfasst gemeinsam definierte Ziele für die Region Allgäu und gemeinsame Maßnahmen zur Umsetzung.¹⁹ Im Punkt der strategischen Steuerung wird explizit das Ziel **„Neuer, höherer Stellenwert für Mobilität(sprojekte)“** formuliert und insbesondere im strategischen Handlungsfeld (Digitale) Konnektivität mit der Maßnahme **„Nutzung von Echtzeitdaten zur Lenkung und Kommunikation mit dem Ziel eines perfekten Services entlang der Customer Journey“** ein zentraler Grundstein für die Kommunikation der gesamten Region gelegt.²⁰

Wie sich feststellen lässt, wird Mobilität zwar in der in der Markenstrategie genannt, die Marke selbst wird bis dato jedoch nicht für Angebote oder Projekte im Kontext einer nachhaltigen Mobilitätsförderung verwendet.

Kampagnen-Kommunikation

Im Rahmen der Diskussionen aus den AK Interkom Sitzungen zum Thema Kommunikation wurde deutlich, dass in den GKs **Ansätze einer (zielgruppenbasierten) Kommunikationsstrategie zur Förderung eines nachhaltigen Mobilitätsverhaltens** bis dato auf der regionalen Ebene des gesamten

19 Vgl. Allgäu GmbH: <https://extranet.allgaeu.de/>, (19.01.2022).

20 Vgl. Allgäu GmbH (2020): Marken- und Destinationsstrategie 2030.

Allgäus noch nicht diskutiert wurden. Nichtsdestotrotz gibt es bereits vereinzelte Kampagnen, die sich – im Bereich der Tourismus- und Freizeitmobilität – in Planung oder Umsetzung befinden:

- Im Rahmen einer Interreg-Initiative wurde eine **Belohnungskampagne** bei Nutzung nachhaltiger Mobilitätsangebote entwickelt. Gastgeber:innen im Allgäu geben bereits heute teilweise Vorzugspreise, wenn die Anreise der Gäste mittels nachhaltiger Verkehrsmittel erfolgt.
- Mit der Kampagne „**Natürlich Sommer**“ vom Deutschen Alpenverein (DAV) wurde ein Kommunikationsansatz im Bereich der Besucherlenkung geschaffen der Hinweise zur Reiseplanung („Meide beliebte Orte zu beliebten Zeiten“) und Verhalten in den Bergen gibt. Diese wird bereits im Allgäu durchgeführt.²¹
- Eine weitere Kampagne im Bereich der Besucherlenkung ab dem Parkplatz ist im Zusammenhang mit der Naturpark Nagelfluhkette geschaffen. Unter dem Slogan „**Dein Freiraum. Mein Lebensraum. Verantwortungsvoll in der Natur unterwegs**“ wirbt die Parkverwaltung für die nachhaltige Besucherlenkung im Gelände.²²
- In den Dialogrunden wurde betont, dass insbesondere die **Erweiterung und Optimierung der Informationsmöglichkeiten** der Gäste u. a. zu nachhaltigen Mobilitätsangeboten fortwährend durch die Beherbergungsbetriebe ausgebaut werden.
- In Gunzesried wurden außerdem sehr gute Erfahrungen mit dem **Einsatz von Feuerwehrleuten** an neuralgischen Punkten zur Weisung der Wege zu Parkplätzen gemacht, insbesondere um Rettungswege sowie Zufahrten an Tagen mit besonders vielen Ausflügler:innen, die mit dem Auto kommen, freizuhalten.

Kommunikationsaktivitäten oder angedachte -bestrebungen, die sich auf den Bereich einer kommunikationsbasierten Förderung der Alltags- und Pendlermobilität konzentrieren, konnten nicht identifiziert werden.

Informationsvermittlung und Kommunikationstechnologien (luK) zur Besucherlenkung

Wie zuvor erläutert, bieten die neuen Entwicklungen der luK eine Chance, die Möglichkeiten der Informationsvermittlung (wie z.B. digitale Touchpoints) zu erweitern. Relevant sind Informationen zu bereits überlasteten POIs bzw. Hotspots und Informationen zu möglichen Mobilitätsalternativen. Zur **Besucherlenkung** werden im Allgäu laut Angaben der Interviewpartner:innen unter anderem bereits folgende Kommunikationskanäle und Technologien aktuell eingesetzt:

- Social-Media-Kanäle, wie Facebook, Instagram und Twitter
- Informationen über regionale Homepages
- Presse

21 Vgl. <https://www.alpenverein.de/Bergsport/aktiv-sein/Natuerlich-Sommer/>, (19.01.2022).

22 Vgl. <https://nagelfluhkette.info/naturpark-erleben/dein-freiraum-mein-lebensraum>, (19.01.2022).

- Radio (bisher noch nicht vollumfänglich ausgenutzt)
- Outdooractive, komoot
- (Regionale) Apps
- In Zukunft soll auch der Ausflugsticker vermehrt zum Einsatz kommen

In Teilkonzept Los 1 sind detaillierte Informationen zu den Kanälen angeführt. Kurz aufgegriffen seien hier der Ausflugsticker und das digitale System in Oberstdorf:

- So soll bspw. der **Ausflugsticker** weiter ausgebaut und in der Region etabliert werden.
- Eine regionalspezifische Variante zur technologiebasierten **Besucherlenkung** existiert außerdem in **Oberstdorf**: Zum Interviewzeitpunkt im März 2021 erfolgte ein Austausch über ein **analog-digitales Wegeleitsystem via Tablets**, welches zur Kommunikation insbesondere für Besucher:innen in Oberstdorf gedacht ist. Über die Tablets werden Informationen, u. a. zu Wetterprognosen, über Öffnungszeiten von Attraktionen und Gastronomien, Wege zur nächsten Bushaltestelle mit Abfahrtszeiten und Zielort des Busses o. ä. gegeben. Die Informationen können je nach Anlass über einen Zugriff der Tourismusbehörde geändert werden. Das System befand sich in der Testphase mit insgesamt zehn installierten Tablets innerorts. Zehn weitere außerorts waren 2021 in Planung.

Die Status Quo Erfassung hat aufgezeigt, dass das große Feld der Kommunikation noch nicht als strategischer Handlungsansatz etabliert ist – weder für den Teilbereich Kampagnen-Kommunikation noch zur (digitalen) Informationsvermittlung im Bereich der Besucherlenkung. Mit Blick auf den aktuellen Diskurs scheint der letztere jedoch in den Vordergrund gerückt zu sein.

Bisher entscheidet jede Kommune selbst, welche Art der Kommunikation verwendet wird. Informationsvermittlungen zur Besucherlenkung aus einer Hand sind nicht bekannt.

5.2.3 Perspektiven der Bewohner:innen zu Kommunikation

Der Wunsch nach einer Verbesserung der Informationsvermittlung wurde auch im Rahmen der Befragung der Bewohner:innen²³ deutlich. Dabei wurden insbesondere auch Bedarfe genannt, die über Informationen zur Auslastung an Besucher-Hotspots hinausgehen: 86 % gaben einen mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf im Punkt **„Bündelung allgäuweiter Information zu den ÖPNV Angeboten“** an. Als weiterer zentraler mittlerer bis sehr hoher Anpassungsbedarf wurden die **„gebündelten Information zu den Radverbindungen in der Region“** (73 %) genannt.²⁴

23 Für die Detailauswertung siehe Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Allgäu.

24 Die dargestellten Werte schließen jeweils die Gruppe mit der Antwortangabe „keine Antwort“ aus den Berechnungen aus.

5.2.4 Anforderungen an künftige Entwicklungen zu Kommunikation

Die in einem Strategieprozess gemeinsam erarbeitete Weiterentwicklung der **Destinations- und Markenstrategie der Marke „Allgäu“** (mit Blick auf das Jahr 2030) liefert gute Anknüpfungspunkt für zukünftige regionale Entwicklungen (vgl. Kapitel Status Quo Kommunikation im Allgäu 5.2.2). Ein großes Potenzial könnte dabei in der Weiterentwicklung der Marke Allgäu zu einer Mobilitätsmarke liegen.

Mit der Vorbereitung des **Masterplans Mobilität Süd für den LK Ostallgäu** wird mit dem Handlungsfeld Information und Kommunikation ein Bestreben für einen gemeinsamen Kommunikationsansatz des LKs formuliert. Dazu gehören mögliche Ziele, wie z. B. eine **gemeinsame Plattform für alle Mobilitätsangebote** und die **Durchführung einer Image-Kampagne**.²⁵

Die Entwicklung einer allgäuweiten Dachkampagne könnte den Rahmen bieten. Je nach Handlungsdruck vor Ort können verschiedene Zielgruppen in Form von Teilkampagnen angesprochen werden oder aber einzelne Kampagnen sich auf spezifische Mobilitätsangebote konzentrieren.

Innerhalb der Dialogrunden zur ZG-Kommunikation in den AK Interkom Sitzungen betonten die Teilnehmenden beispielsweise, dass insbesondere schnell umsetzbare Alternativen im Bereich der **flexiblen Angebotsformen** bei den Endnutzer:innen viel stärker kommuniziert werden müssen. Eine allgäuweite Informationsvermittlung dieser Angebote erhöhen deren Bekanntheit und zahlen damit auf das Gesamtsystem der nachhaltigen Mobilität ein.

In Puncto **Kommunikationstechnologien zur Besucherlenkung** liegt ein großes Potenzial, um Tagesausflügler zu erreichen, in der Nutzung bzw. Informationsweitergabe an **Apps**, die beispielsweise über die aktuelle Verkehrsauslastung informieren. Die Nutzung von **Routenplanern**, wie z. B. Google Maps, ist bei Tourist:innen weit verbreitet, da neben der Kartendarstellung der Route auch Echtzeit-Verkehrsinformationen und Umgebungsinformationen geboten werden. Einheimische, die sich in der Region bereits auskennen und daher weniger auf Routenplaner zurückgreifen, stellen auch die am schwierigsten zu erreichende Gruppe für eine Lenkung dar. Diese sind eher über **regionalspezifische Homepageauftritte**, wie beispielsweise die Kommunikation der Lawinenwarnstufe über die Bergwachtseite etc., zu erreichen. Ein weiterer Ansatz, um insbesondere die Einheimischen zu erreichen, ist die Informationsweitergabe über Webseiten der **regionalen Presse** (bspw. Online-Auftritt der regionalen Zeitungen oder Social Media). Ein weiterer Ansatz ist die **Informationsübermittlung über Wetterdienste**. Außerdem können die klassischen Kanäle über Radio als Möglichkeit der Informationsweitergabe zur Besucherlenkung genutzt werden. Eine starke Integration und Nutzung des **Ausflugstickers** wurde ebenso deklariert.

²⁵ Vgl. Wagner-Hanl, Nicole (2020): Ergebnisdokumentation zur Vorbereitung „Masterplan Mobilität Süd für den Landkreis Ostallgäu“.

Auch die Informationsübermittlung an Tourist:innen (vor Anreise – während der Fahrt und vor Ort) bietet ein großes Potenzial zur Besucherlenkung im Allgäu, welches noch ausbaufähig ist, insbesondere wenn das vorliegende Mobilitätskonzept umgesetzt wird und weitere Angebote für eine vernetzte Mobilität entstehen. Eine erfolgreiche Besucherlenkung erfordert in jedem Fall **eine enge Zusammenarbeit mit den lokalen Tourismusakteuren** (oder Tourismusorganisationen), um möglichst alle Informationen zu erfassen und einheitlich zu kommunizieren.

Weiterführende Literatur Kommunikation:

- Neue Wege in die Verkehrswende. Impulse für Kommunikationskampagnen zum Behaviour Change (Agora Verkehrswende 2019):
https://www.agora-verkehrswende.de/fileadmin/Projekte/2018/Kommunikation_Behavior_Change/21_Neue-Wege-in-der-Verkehrswende_Agora-Verkehrswende_WEB.pdf
- Kommunizieren für die Verkehrswende. Praxistipp (Heinrich Böll-Stiftung 2019):
www.boell.de/de/2018/12/18/kommunizieren-fuer-die-verkehrswende
- Besucherlenkung in touristischen Destinationen (DTV 2021):
www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Bilder/Qualitaet/DTV_Handungsleitfaden_Besucherlenkung.pdf

5.3 Status Mobilitätsmanagement (MM)

Mobilitätsmanagement (MM) hat sich in den letzten Jahren als eigenständiger Handlungsbereich ergänzend zu der eher infrastrukturellen und technologisch ausgerichteten Verkehrsplanung etabliert. MM arbeitet vor allem mit Ansätzen aus dem Bereich der **Soft Policies** und umfasst unter anderem die Bereiche kommunales Mobilitätsmanagement, Betriebliches Mobilitätsmanagement und Schulisches Management.

5.3.1 Definition und Erläuterung MM

Mobilitätsmanagement beschreibt die zielorientierte und zielgruppenspezifische **Beeinflussung des individuellen Mobilitätsverhaltens**.²⁶ Im Vordergrund stehen koordinierende, informatorische, organisatorischen und beratende Maßnahmen. Basis der Förderungen einer nachhaltigen Mobilität sind auch hier die vier „V’s“ einer nachhaltigen Verkehrsentwicklungsplanung (vgl. Kapitel 3). Mit der Einführung eines Mobilitätsmanagements wird das Ziel verfolgt, alle von einer Organisation ausgehenden Verkehrsströme umwelt-, sozialverträglicher und effizienter zu gestalten.²⁷ Die

26 Vgl. Oliver Schwedes, Stephan Daubitz, Alexander Rammert, Benjamin Sternkopf, Maximilian Hoor (2018): Kleiner Begriffskanon der Mobilitätsforschung.

27 Vgl. Umweltbundesamt (2020): Mobilitätsmanagement.
<https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/nachhaltige-mobilitaet/mobilitaetsmanagement#akteure-und-handlungsfelder>, (29.01.2022).

Organisationen sind die zentrale Einheit, um Verhaltensänderungen bei den verschiedenen Zielgruppen (Mitarbeitende, Zuliefer:innen, Besucher:innen, Führungskräfte, Kund:innen, Logistik, Eltern, Schüler:innen etc.) zu bewirken.

Dabei können auf der operativen Ebene sowohl kommunale Einrichtungen als auch Betriebe, Verwaltungen und Schulen eine Reihe unterschiedlicher Maßnahmen gewissermaßen hausintern etablieren. Die Umsetzung und Förderung des Mobilitätsmanagements beruht auf einem **strategischen Prozess** mit 1) Analyse des Status Quo (Problemlage, Handlungsdruck, Standorterreichbarkeiten, Mobilitätsmuster), 2) Konzeption (Ziele, Operationalisierung, Maßnahmenauswahl, Zeit- und Ressourcenplan), 3) Umsetzung & Monitoring, 4) Evaluation und 5) Verstetigung. Wesentliche Elemente im gesamten Prozess sind Prozesssteuerung, Kommunikation und Partizipation.

Das **kommunale Mobilitätsmanagement (KMM)** beschreibt die „Gesamtheit der systematischen Mobilitätsmanagement-Aktivitäten einer Kommune“²⁸. Es stellt eine zielführende Strategie dar, attraktive und verkehrsmittelübergreifende Mobilitätsangebote zu entwickeln und zu einem nachhaltigen Mobilitätskonzept zusammenzuführen. Gleichzeitig nimmt die Kommune / die Gebietskörperschaft eine **Doppelrolle** ein, da sie zum einen als Arbeitgeberin fungiert und zum anderen als Initiatorin, Förderin und Beraterin zum Thema Mobilitätsmanagement gegenüber anderen Organisationen auftritt. Ziel sollte es sein, Verantwortung für den durch Verwaltung und städtische Unternehmen verursachten Verkehr zu übernehmen und so als zentrale Multiplikatorin zu wirken sowie andere Organisationen zur (weiteren) Aktivität im Bereich MM zu motivieren.²⁹

Das **betriebliche Mobilitätsmanagement (BMM)** ist als zielgruppen- und / oder standortbezogene Teilstrategie des Mobilitätsmanagements zu verstehen. Berufs- und ausbildungsbedingte Mobilität steht hierbei im Vordergrund. Ein wichtiges Feld stellt die Gestaltung von Arbeits- und Dienstwegen auch um den unternehmenseigenen Fuhrpark und Besucher:innenverkehr dar. Im Fokus steht hier ebenso die Übernahme von Verantwortung für die durch und von den Unternehmen verursachten Verkehre.³⁰

Insgesamt ergeben sich zahlreiche Vorteile aus der Perspektive der Arbeitgeber:innen, sowohl im Bereich KMM als auch beim BMM, welche eine Umsetzung aus Arbeitgeber:innen Sicht attraktiver macht (vgl. Abbildung 11).

28 Vgl. FGSV (2018): Empfehlungen zur Anwendung von Mobilitätsmanagement

29 Für weitere Informationen im Bereich Mobilitätsmanagement vgl. Le Bris et al. (2020): Betriebliches Mobilitätsmanagement in Kommunen. Handbuch des Zukunftsnetz Mobilität NRW. Köln, <https://bit.ly/3zYtzlP>.

30 Eine Übersicht zu Maßnahmen im Bereich des Betrieblichen Mobilitätsmanagement können der Abbildung 12 entnommen werden.



Abbildung 11: Vorteile für Unternehmen, Kommunalverwaltungen und deren Mitarbeitende aus der Perspektive als Arbeitgeber:in (Quelle: eigene Darstellung GCX)

Das **schulische Mobilitätsmanagement (SMM)** bildet eine weitere Teilstrategie des kommunalen Mobilitätsmanagements. Im Zentrum steht insbesondere die Verkehrssicherheit von Kindern und Jugendlichen, die Förderung von Bewegung und Gesundheit sowie die frühzeitige Mobilitätsbildung, Sozialisierung und der Kompetenzaufbau für die selbstständige Teilnahme am Verkehr. Zielgruppe sind Schüler:innen, Lehr- bzw. Betreuungskräfte und schulische Angestellte.³¹

Weitere Beispiele für zielgruppen- oder standortorientiertes Mobilitätsmanagement sind Mobilitätsmanagement an Hochschulen, für Veranstaltungen, für Neubürger:innen oder weitere Zielgruppen wie Senior:innen, Familien oder Tourist:innen.

In Abbildung 12 sind die Ansätze auf Basis verschiedener Kategorien zusammengefasst.

³¹ Für weitere Informationen zum Thema SMM mit dem Fokus seitens der Kommunen insbesondere zum Punkt Aktivierung von Schulen, Schüler:innen und Eltern durch die Kommune vgl. AGFK Bayern (2021): Freiraum Schulweg? Praxisleitfaden für Kommunen zur Unterstützung von Schulen. Kostenfrei verfügbar für AGFK Mitgliedskommunen unter <https://agfk-bayern.de/>

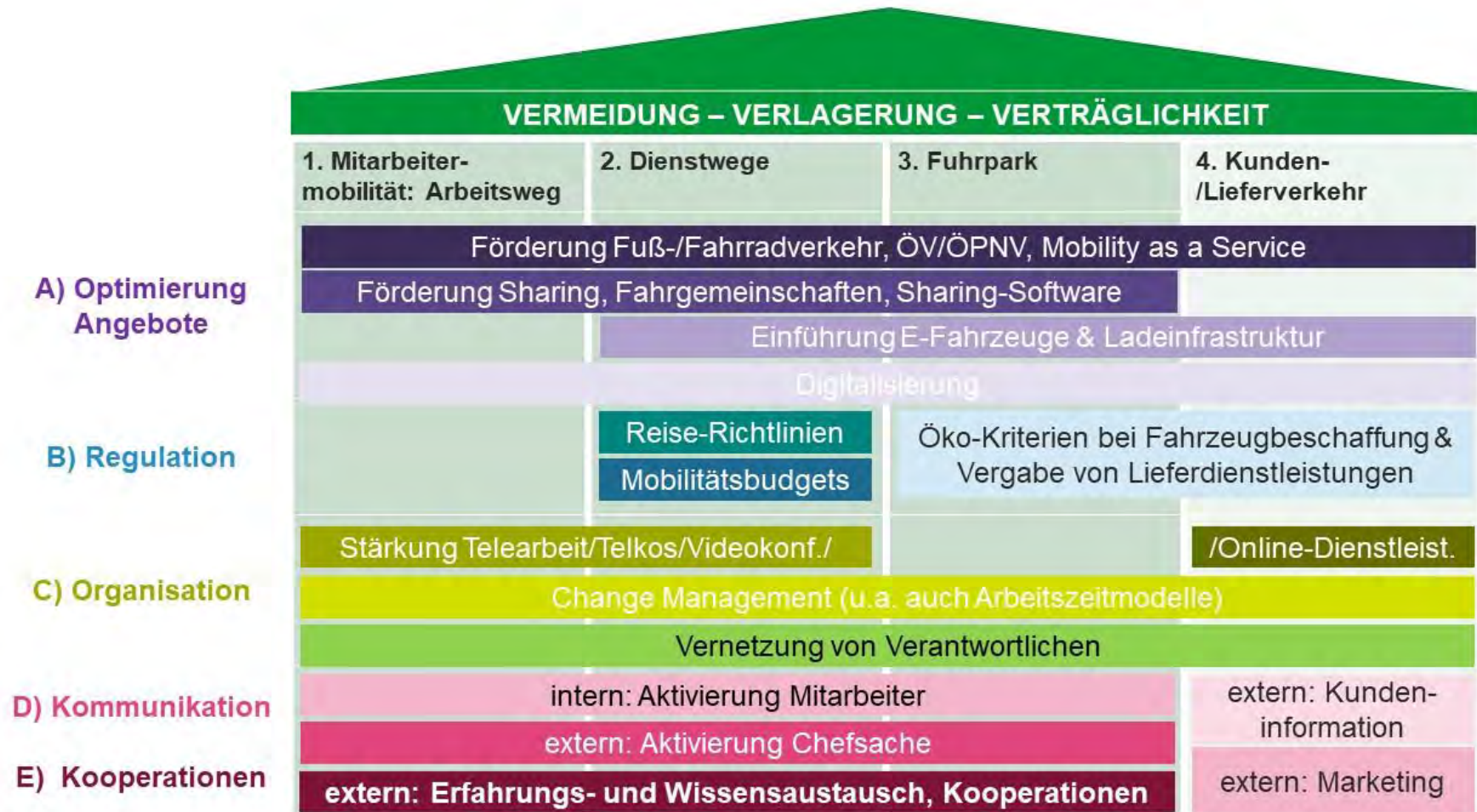


Abbildung 12: Handlungsfelder BMM, „BMM-Tempel“ (Quelle: eigene Darstellung GCX Le Bris, Bensler et al.)

5.3.2 Status Quo MM im Allgäu

Auf Seiten der GK gibt es derzeit noch keine konkreten Projekte, übergreifenden Ansätze oder Bestrebungen MM auf der regionalen Ebene zu fördern. Insgesamt scheint das Thema in der Region noch ganz am Anfang zustehen. Im Punkt Lebens- und Arbeitsraum unter dem Ziel „Das Allgäu ist hochqualitativer Lebens- und Arbeitsraum in allen Lebensphasen“ greift die Marken- und Destinationsstrategie der Marke „Allgäu“ mit der Maßnahme „bezahlbare Lösungen für Mitarbeiter, Wohnräume schaffen, **Mobilität optimieren**“ zumindest indirekt den Punkt MM als Ziel auf der allgäuweiten Ebene auf.³²

Werden die einzelnen vorliegenden Konzepte der Region, die Inhalte der Expert:inneninterviews und die der Dialogrunden der AKs betrachtet, wird ebenfalls deutlich, dass das Thema Mobilitätsmanagement gegenwärtig noch weniger präsent ist. Nichtsdestotrotz liegen erste Ansätze / Maßnahmen auf der Ebene der GKs vor, die nachfolgend dargestellt sind.

Status Quo BMM:

- Im **Ostallgäu** wird das BMM als Baustein für die nachfolgende Grundlagenenerhebung für das **Mobilitätskonzept Süd** bereits genannt.³³
- Die **Stadt Kaufbeuren** greift im Bereich BMM Maßnahmen, wie die Kooperation mit lokalen Unternehmen im Bereich Service- und Dienstleistungsangebote für den Radverkehr sowie die Einrichtung von Ladeinfrastruktur für E-Bikes am Arbeitsplatz auf.³⁴
- Der **LK Lindau** hat am Pendlermobilitätskonzept der Drei-Länder-Region zusammen mit Vorarlberg, Lichtenstein und St. Gallen im Projekt **PEMO – Nachhaltige Pendlermobilität** mitgewirkt (Zeitraum: 2016-2018). Erkenntnis aus diesem Projekt ist laut Expert:inneninterview der Einblick in Maßnahmen des betrieblichen Mobilitätsmanagements, wie z. B. ein Jobticket für Betriebsmitarbeitende, etc.. In Lindau selbst erfolgte zum Interviewzeitpunkt keine Umsetzung vom BMM Maßnahmen. Laut Aussagen aus den Interviews wird dies auf den nicht vorhandenen Handlungsdruck zurückgeführt – Stellplätze sind ausreichend vorhanden. Ziele wie Verkehrsreduktion und Emissionsminderungen, wirtschaftliche Aspekte, Mitarbeitergesundheit und weitere Mehrwerte von BMM müssten vor Ort bekannter werden, um als Motivator zu dienen.

32 Vgl. Allgäu GmbH (2020): Marken- und Destinationsstrategie 2030.

33 Vgl. Wagner-Hanl, Nicole (2020): Ergebnisdokumentation zur Vorbereitung „Masterplan Mobilität Süd für den Landkreis Ostallgäu“.

34 Vgl. Reinartz, Angelika; Wolff, Lena; Cekic Derya: (2020): Gesamtstädtisches Rad- und Fußverkehrskonzept für die Stadt Kaufbeuren.

- Im **Mobilitätskonzept der Stadt Kempten** ist als Maßnahme ebenfalls die Weiterentwicklung der **betrieblichen Mobilitätsangebote im Bereich ÖPNV** in Zusammenarbeit mit der mona GmbH integriert. Ebenso wird die Verbesserung der Radabstellmöglichkeiten in Arbeitsstätten und weitere Maßnahmen wie Umkleiden etc. im Bereich BMM angeführt.³⁵
- Das entwickelte Mobilitätskonzept in **Kempten** wurde mit Blick auf den Umweltverbund erstellt. Ziel ist es, den ÖPNV zu stärken, aber auch den Rad- und Fußgängerverkehr. Es gibt einzelne Unternehmen (z. B. Apothekerverbund, Logistikunternehmen Dachser), die im BMM aktiv sind und sich stark engagieren. Insgesamt führt hier laut Expert:innenaussage die Nutzung des eingeführten **Job-Tickets** zu einem verbesserten Angebot. Wird der Linienverkehr angepasst, dann werden Tickets (Job- u. Semesterticket) besser genutzt. Der ausschlaggebende Erfolg des **Semester-Tickets** wird auf die zeitliche Anpassung des Linienverkehrs an die Vorlesungszeiten zurückgeführt. Weiterhin wurde im Verkehrs- und Mobilitätsausschuss ein **Beschluss für Gewerbelinien** gefällt. Es besteht ein enger Kontakt zu den Unternehmen, um benötigte Informationen zu erhalten und um ein passgenaues Mobilitätsangebot zu schaffen.
- Einige Arbeitgeber:innen können im Rahmen des BMM bereits eine **JobCard** anbieten, indem sie sich mit mindestens 10 € pro Monat an den Fahrtkosten je Mitarbeiter:in beteiligen. Es handelt sich dabei um eine Jahreskarte für Arbeitnehmer:innen aus dem mona Bedienbereich **Kempten und nördliches Oberallgäu**.³⁶
- Der „**Masterplan 100% Klimaschutz**“ des **LK Oberallgäu** verweist ebenso darauf, im Bereich BMM die Maßnahmen a) „Unterstützung von aufeinander abgestimmten **Mobilitätskonzepten für Unternehmen** (z.B. Mitarbeitendenmobilität, Taktung des ÖPNV etc.)“ besonders in Zusammenarbeit mit der Stadt Kempten kurzfristig (1-2 Jahre) umzusetzen sowie b) die bereits laufenden Unternehmenskooperationen für **nachhaltige Mitarbeitendenmobilität** (z. B. Förderung von Lademöglichkeiten für Mitarbeitende in Verbindung mit PV, Fahrradserviceleistungen als Anreiz, Parkraumrückbau) weiterhin zu stärken.³⁷
- Im **LK Oberallgäu** ist aktuell ein **Workshopformat** in Planung. Es soll das Mobilitätsverhalten von Mitarbeitenden abgefragt und Bedarfe abgeleitet werden. Darüber hinaus soll ebenso das Ziel sein, die Entwicklung einer gemeinsamen Vision als Basis und Sensibilisierung für die Mobilitätswende zu erreichen.

35 Vgl. VCDB VerkehrsConsult Dresden- Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030.

36 Vgl. Mona Mobilitätsgesellschaft für den Nahverkehr im Allgäu: <https://www.mona-allgaeu.de/tarife/abonnements/abo/kempten-allgaeu>, (20.01.2022).

37 Vgl. Energie- & Umweltzentrum Allgäu eza! (2017): Landkreis Oberallgäu Masterplan 100% Klimaschutz.

- Im **Oberallgäu** steht die Entwicklung des Bereichs der **P+M Parkplätze** (vgl. ebenfalls Kapitel 5.4 und 5.5) in der Fachgruppe „Straße“ u. a. im Fokus. Die Fachgruppe besteht im Rahmen der Entwicklung eines Verkehrskonzepts im Oberallgäu. Unter dem Begriff P+M Parkplätze werden im LK insbesondere **Pendler:innenparkplätze** verstanden. Mit dem Ausbau dieser Infrastruktur soll eine Verkehrsvermeidung erfolgen. Die grundsätzliche Maxime ist es, dass die Nutzung der Parkplätze kostenlos zur Verfügung stehen, um deren Attraktivität weiter zu steigern.
- Im **LK Unterallgäu** wird laut Interviewangaben ein gemeinsames Vorgehen über den **Austausch mit Gewerbezentren** erarbeitet. Das Landratsamt steht beispielsweise mit den Standorten im Gewerbezentrum in Ungerhausen sowie in Wolfertschwenden in Kontakt, um den **ÖPNV** den Bedürfnissen der Arbeitnehmer anzupassen. Es finden Gespräche mit dem Verkehrsverbund VVM (Mittelschwaben), den Gemeinden und Bürgermeister:innen statt, um ein attraktives Tarifangebot, ein Jobticket und eine passende Taktung zu schaffen.
- Der **LK Unterallgäu** gab an, dass bereits **zwei Pilotprojekte** im LK existieren (Ungerhausen und Wolfertschwenden), in denen verschiedene Akteur:innen zum Thema betriebliches Mobilitätsmanagement zusammenarbeiten (Kommunen, ÖPNV und ansässige Unternehmen). Der Fokus liegt insbesondere auf der **Zielgruppe Azubis**, da speziell dort große Mobilitätsprobleme bestehen.

Status Quo KMM:

Eine gesamtheitliche und systematische Förderung des Kommunalen Mobilitätsmanagements existiert bislang nicht. Folgende Einzelmaßnahmen wurden jedoch beschrieben:

- Der **LK Lindau** beispielsweise bietet **E-Bikes und E-Autos** für kommunale Bedienstete und für Dienstreisen an.
- Im **LK Oberallgäu** wird innerhalb des Landratesamtes im Rahmen des Kommunalen Mobilitätsmanagement an der **Green Ways to Work** Initiative teilgenommen. Zukünftig soll laut Expert:inneninterview auch das **JobRad** gefördert werden. Dies stellte zum Interviewzeitpunkt allerdings für Behörden ein sehr komplexes Vorgehen (z. B. Grenzen des Erwerbs, Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst, Verwaltungsaufwand, etc.) dar.

Status Quo SMM:

Maßnahmen zu SMM wurden in den Expert:inneninterviews und auch den Austauschrunden nicht explizit seitens der GK hervorgehoben. Ebenso erscheint es nicht als eigenes Handlungsfeld in den vorliegenden geprüften Konzepten. Infolge scheint hier ein bis dato unberücksichtigtes Potenzialfeld. Genannt wurde jedoch folgendes Beispiel:

- In **Füssen** wird das **Schulische Mobilitätsmanagement** von der Polizei als Ansatz für den Bewusstseinswandel genutzt. Im Zuge dessen werden regelmäßig Verkehrsschulungen für Kinder (z. B. Verkehrssicherheit,

Schulwegtraining, Fahrradführerschein) sowie aufklärende Mitwirkung bei Elternabenden und Aktionen wie „Eine Woche zu Fuß zur Schule“ durchgeführt.

5.3.3 Perspektiven der Bewohner:innen zu MM

Auch seitens der Bürger:innen zeigte die Befragung³⁸ einen Bedarf nach Maßnahmen, die es ihnen ermöglichen, ihren Arbeitsweg nachhaltiger und komfortabler als bisher gestalten zu können. Im Fokus der Fragen bezüglich MM standen Maßnahmen zum eigenen Pendelverhalten.³⁹

89 % der Befragten sehen einen mittleren bis sehr großen Handlungsbedarf bei der **Förderung nachhaltiger Mobilität durch den jeweiligen Arbeitgeber:in**. Ebenso gaben die Befragten einen mittleren bis hohen Handlungsbedarf bei **Homeoffice-Regulierungen** (80 %) und Bereitstellung von **Fahrradinfrastruktur** am Arbeitsplatz (80 %) an.

Zur Förderung des eigenen nachhaltigen Mobilitätsverhaltens auf dem Weg zur Arbeit wurde insbesondere der Punkt Einführung einer **regionalen Mitfahrer-App** mit rund 79 % mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf bewertet. Bei der Erweiterung von **Parken & Mitfahren (P+M)** Parkplätzen lag dieser bei 73 % und bei der Erweiterung von **Mitfahr-Bänken** bei 71 % (vgl. auch Kapitel 5.4).⁴⁰

5.3.4 Anforderungen an künftige Entwicklungen zu MM

Ähnlich zum Bereich Kommunikation hat sich im Prozess herauskristallisiert, dass es noch viele ungenutzte Potenziale im Bereich MM gibt. Auch hier besteht in Zukunft großer Handlungsbedarf, um die Ziele aus der Marken- und Destinationsstrategie der Marke „Allgäu“ im Bereich BMM aber auch MM allgemein auf allgäuweiter Ebene erreichen zu können (vgl. Kapitel 5.3.2).

Mehrere Expert:inneninterviews belegen, dass insbesondere das BMM **als große Chance und vor allem realistische Maßnahme** für das gesamte Allgäu gesehen wird. Herausforderungen und Voraussetzungen sind für jeden Teilbereich des Allgäus relativ ähnlich. Die Förderung von MM eignet sich damit in idealer Weise für ein gemeinsames Vorgehen und bietet großes Potenzial mit relativ wenig Kosteneinsatz Synergie- und Multiplikatoreffekte zu generieren⁴¹. Das Handlungsfeld MM könnte daher auch als „low hanging fruit“ bezeichnet werden, wenngleich Aktivitäten zur Förderung dieses Bereichs im Allgäu noch sehr gering vorhanden sind. Im Vordergrund stehen **Ansätze zum Wissensaufbau bei Organisationen, Vernetzung und Kooperationsaktivitäten und**

38 Für die Detailauswertung siehe Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Allgäu.

39 SMM wurde nicht als prioritäres Handlungsfeld in der Erhebung abgefragt.

40 Die dargestellten Werte schließen jeweils die Gruppe mit der Antwortangabe „keine Antwort“ aus den Berechnungen aus.

41 Von den Vertreter:innen der GK's wurde in diesem Zusammenhang auch angemerkt, dass sich die effiziente und kooperative Planung von Maßnahmen im Bereich des ÖPNV bisher als äußerst schwierig gestaltet. Es wäre eine große Herausforderung für die ÖPNV-Angebote auf Allgäu-Ebene eine gemeinsame Klammer zu finden und einen vernetzten ÖPNV für das MM anzubieten.

Maßnahmen des Change Managements und zumindest im ersten Schritt weniger die infrastrukturellen Investitionen. An die ersten dargestellten Ansätze aus den GKs gilt es fortlaufend anzuknüpfen und im Rahmen einer übergreifenden regionalen Struktur weiterzuentwickeln.

Weiterführende Literatur MM:

- Materialien zu BMM und KMM (Zukunftsnetz Mobilität NRW):
<https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/wie-wir-arbeiten/schwerpunkte/wirtschaft-und-betriebe/betriebliches-mobilitaetsmanagement-fuer-kommunalverwaltungen>
- Infoseiten zu MM (Umweltbundesamt):
<https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/nachhaltige-mobilitaet/mobilitaetsmanagement#akteure-und-handlungsfelder>
- Mobility Policy. Leitfaden zur nachhaltigen Ausgestaltung von Mobilitätsrichtlinien in Unternehmen (Baum e.V. 2022):
- Praxisbeispiele von mobil.gewinnt:
<https://www.mobil-gewinnt.de/Praxisbeispiele>
- Schulisches Mobilitätsmanagement. Sichere und nachhaltige Mobilität für Kinder und Jugendliche (IVM 2018):
http://www.besserzurschule.de/wp-content/uploads/2018/04/20180426_Handbuch_SMM_web.pdf
- Freiraum Schulweg? Praxisleitfaden für Kommunen zur Unterstützung von Schulen. (AGFK 2021): Kostenfrei verfügbar für AGFK Mitgliedskommunen unter <https://agfk-bayern.de>

5.4 Status Inter- und Multimodalität

5.4.1 Definition und Erläuterung Inter-/Multimodalität

Das vierte „V“ einer nachhaltigen Verkehrsentwicklung fordert explizit die Förderung der Vernetzung der verschiedenen Verkehrsträger (vgl. Kapitel 3). Im Vordergrund steht die Konnektivität der Angebote, sodass für die Nutzer:innen komfortable Mobilitätsketten hergestellt werden. Beispiele wären Maßnahmen zur **physischen Vernetzung** der Mobilitätsangebote auf interregionaler Ebene, wie z.B. P+R, P+B, P+M oder Mobilitätsstationen sowie im Bereich der **digitalen Vernetzung** die Integration der Angebote über multimodale App-Lösungen. Außerdem werden Verweise zu Transport- und **Anschlussmöglichkeiten wie Shuttles** aufgegriffen und Projekte zur Förderung des **Mitfahrens**. Damit umschließt dieser Handlungsbereich Perspektiven der Verkehrsplanung mit infrastrukturellen Planungsansätzen sowie Perspektiven der Digitalisierung. Für die Weiterentwicklung dieser Ansätze ist wichtig zu berücksichtigen, dass hier jeweils unterschiedliche Akteursgruppen zu beteiligen sind (Verkehrsplanende und Digitalisierungsexperten, Produktanbieter) mit jeweils anderen Kompetenzanforderungen.

5.4.2 Status Quo Inter- und Multimodalität

In Kapitel 5 sind die identifizierten Ansätze, die eine Inter- und Multimodalität fördern jeweils bei den Analysen zu den Handlungsfeldern der einzelnen Verkehrsträger erläutert. Um jedoch der Interkonnektivität des Handlungsfelds Inter- und Multimodalität und einer verkehrsmittelträgerübergreifenden Betrachtung gerecht zu werden, sind sie in Kapitel 6 bei der Ableitung von Maßnahmen dem Handlungsfeld Querschnitt zugeordnet. Entsprechende Querverweise sind eingefügt. Zur besseren Übersicht werden nachfolgend die jeweiligen Überschneidungen für den Kontext **Status Quo Inter- und Multimodalität** in gebündelter Form und handlungsfelder-übergreifend gelistet:

Pkw-Parken und Umstieg (P+M und P+R):

- Handlungsfeld MM (Kapitel 5.3 zu Pendlermobilitäten):
 - o LK Oberallgäu: angestrebte Erweiterung der Pendler:innenparkplätze (P+M) im Rahmen der Entwicklung eines Verkehrskonzepts für im Oberallgäu, Fachgruppe „Straße“
- Handlungsfeld MIV (Kapitel 5.5):
 - o LK Oberallgäu: Bildung der Fachgruppe „Straße“ zur Erarbeitung gemeinsamen Verkehrskonzepts, u.a. mit den Themen P+R, P+M, Maßnahmen zur „Motivation der Kommunen zum verstärkten Einrichten von P+R (und B+R Parkplätzen) und einer verkehrsmittelübergreifenden Infoplattform (z. B. App)⁴² werden angestrebt
 - o Region Memmingen-Unterallgäu: Ausbau von P+R (und B+R) inkl. Parkplatzerweiterung als Teil des regionalen Nahverkehrsplans des regionalen Nahverkehrsraums
 - o Stadt Memmingen: Pendel- und P&R Parkplätze
 - o Stadt Lindau: P+R Konzept

Intermodalität Rad + ÖPNV:

- Handlungsfeld ÖPNV klassisch (Kapitel 5.6)
 - o LK Ostallgäu: kostenlose Radmitnahme an bzw. in den Bussen⁴³

Mitfahrbänke:

- Handlungsfeld MIV (Kapitel 5.5):
 - o LK Lindau: Projekt „I-muss-nach-Bänkle“ in Heimenkirch mit architektonisch außergewöhnlichen Mitfahrbänken, Kombination mit einer digitalen Plattform als vertrauensstärkende Maßnahme

42 Vgl. Energie- & Umweltzentrum Allgäu eza! (2017): Landkreis Oberallgäu Masterplan 100% Klimaschutz.

43 Vgl. <https://www.buerger-ostallgaeu.de/oePNV.html>, (25.01.2022).

Zubringer-Lösungen, Shuttle, Anschlussverkehre:

- Handlungsfeld Flexible und alternative Mobilitätsangebote (Kapitel 5.7):
 - o Region Allgäu: Bergsteiger- und Skibusse (u.a. Oberstdorf)
 - o LK Ostallgäu: Pendelbusse von zentralen Parkplätzen zu bestimmten POIs (z.B. in Neuschwanstein)
 - o Stadt Memmingen: Airport-City-Shuttle
 - o Region Allgäu: Transferangebote (An- und Abreise) von und zu Bahnhöfen als Mobilitätsangebot der Hotels
 - o LK Oberallgäu: Sonderverkehre bei großen Veranstaltungen (z.B. Vihscheid⁴⁴ im NVP Oberallgäu, weitere Beispiele Tänzelfestbus, Römerbus etc., Ringbus Alpsee-Grünten, EMMI-MOBIL in Bad Hindelang
 - o LK Westallgäu, Stadt Lindau: Pendelbusse, Elektro-Roller an Parkplätzen
 - o Stadt Lindau und LK Oberallgäu: erste Projekte zum Einsatz von autonom-fahrenden Shuttle

Sharing-Lösungen (u.a. als intermodale Zubringer):

- Handlungsfeld MIV (Kapitel 5.5) und Flexible und alternative Mobilitätsangebote (Kapitel 5.7)
 - o Stadt Lindau: Carsharing WestAllgäu Mobil, E-Carsharing Just Explore, private Sharingplattform getaround
 - o Stadt Füssen: Zusammenarbeit mit der mikar GmbH & Co. KG
 - o Stadt Kaufbeuren (zusammen mit LK Unterallgäu & LK Ostallgäu): Carsharing Kaufbeuren e.V. mit Fahrzeugen in Kaufbeuren, Oberbeuern, Türkheim und Mindelheim
 - o Stadt Memmingen: Stellplätze für E-Carsharing
 - o LK Oberallgäu: Projekt „AllgaEu-mobil“, Stadtfliitzer Carsharing, z.B. in Kempten, Sonthofen, Bad Hindelang, etc.
 - o Stadt Kempten: Stadtfliitzer, Fordcarsharing, Autohaus Silcher, private Sharingplattform getaround und snappcar
 - o Projekt econnect eE-Tour
- Handlungsfeld Radverkehr (Kapitel 5.8)
 - o Oberstdorf: (E)Bike Verleihsystem
 - o Kempten: E-Bikes und Lastenräder Sharing, Projekt North-West Interreg eHub mit Implementierung von Mobilpunkten (inkl. E-Bikes, E-Cargo-Bikes, E-Scooter und/oder E-Cars)
 - o Lindau: Planung eines regionalen Mietradverkehrssystem für den Bodenseeraum

⁴⁴ Vgl. Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren.

- o Lindau und Lechbruck: Modellprojekt „Lastenrad mieten, Kommunen entlasten – Aufbau eines Lastenradmietsystems in Kommunen“

Mobilitätsstationen / Mobilityhubs:

- Handlungsfeld MIV (Kapitel 5.5) und Radverkehr (Kapitel 5.8):
 - o Oberstdorf: Planung eines intermodalen Mobilitätshubs am Bahnhof inklusive einer Erweiterung durch ein (E-)Bike-Sharing⁴⁵ System (im Rahmen des Projekts „emissionsfreies Oberstdorf“)
 - o Kempten: Projekt North-West Interreg eHub mit Implementierung von Mobilpunkten (inkl. E-Bikes, E-Cargo-Bikes, E-Scooter und/oder E-Cars)

(Regionale) Apps für Gäste und Einheimische:

- Handlungsfeld MIV (Kapitel 5.5):
 - o Mitfahren-Apps: BlaBlaCar, Facebook-Gruppen, „Deine Mitfahrzentrale“, Drive2day, mitfahren.de
 - o Mitfahrplattformen im LK Oberallgäu: Projekt AllgaEu-mobil (Fahrmob.eco)
 - o LK Unterallgäu (Ottobeuren): vereinsbasierte Mitfahrplattform www.Ottobeuren-macht-mobil.de
- Handlungsfeld ÖPNV – Fokus Gästekarten, u.a. mit Integration der Bergbahnen (Kapitel 5.6 ÖPNV klassisch)
 - o Königscard
 - o Allgäu Walsercard
 - o PLUS Karten

Seilbahnen:

- Handlungsfeld ÖPNV klassisch (Kapitel 5.6)
 - o Kempten: Diskussion zu den Potenzialen von Seilbahnen als Zubringer
 - o LK Ostallgäu: Diskussion zu den Potenzialen als Zubringer von POIs

5.4.3 Perspektiven der Bewohner:innen zu Inter-/Multimodalität

- Handlungsfeld MM (Kapitel 5.3 zu Pendlermobilitäten):
 - o 73% sehen einen mittleren bis hohen Handlungsbedarf beim Ausbau von P+M Parkplätzen

45 Definition Bike Sharing: „Der Begriff Bike Sharing stammt aus dem Englischen und kann in etwa mit der Bedeutung „Fahrradverleih“ übersetzt werden. Er beschreibt die organisierte, gemeinschaftliche Nutzung von Fahrrädern, die in der Regel von Unternehmen, Kommunen oder Kommunalverbänden bereitgestellt werden. Die Fahrräder stehen an öffentlich zugänglichen Stellplätzen zur Verfügung. Die Fahrräder können dabei an einer Station ausgeliehen und an einer anderen zurückgegeben werden. Dieses System ist besonders für die kurzfristige Nutzung der gegen ein Entgelt zur Verfügung gestellten Räder im urbanen Raum ausgelegt. Das Ziel ist, dass die Fahrräder möglichst vielen Nutzern pro Tag zur Verfügung stehen.“ Quelle: <https://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/462758/>, (02.02.2022).

- o 71% sehen einen mittleren bis hohen Handlungsbedarf bei der Erweiterung von Mitfahrbänken
- Handlungsfeld MM (Kapitel 5.3 zu Pendlermobilitäten):
 - o 79% konstatieren einen Bedarf nach einer regionalen Mitfahrer-App
- Handlungsfeld Flexible und alternative Mobilitätsangebote (Kapitel 5.7):
 - o 76% benennen einen mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf bzgl. der Erweiterung des Mobilitätsangebots zu Sharing
 - o 73% der Befragten sehen einen mittleren bis hohen Handlungsbedarf bei der Einführung / Erweiterung von flexiblen Bedarfsverkehren wie AST, Rufbus oder private On-Demand Angebote
 - o 86% der Befragten sehen einen mittleren bis hohen Handlungsbedarf beim Ausbau von Shuttle-Services zur Überbrückung der „Letzen Meile“ zu touristischen Sehenswürdigkeiten / Freizeitorten
- Handlungsfeld Radverkehr (Kapitel 5.8)
 - o 90% der Befragten sehen einen mittleren bis hohen Handlungsbedarf bei der Förderung der Fahrradmitnahme im öffentlichen Verkehr

Weiterführende Literatur *Inter-/Multimodalität*:

- Multi- und Intermodalität: Hinweise zur Umsetzung und Wirkung von Maßnahmen im Personenverkehr (FGSV 2017):
https://www.fgsv.de/fileadmin/gremien/ak_128/Teilpapier_3_Multi_und_intermodale_Mobilitaetsdienstleistungen_und_intermodale_Verknuepfungspunkte.pdf
- Intermodal, multimodal, supermodal? Aktuelle und künftige Mobilität unter der Lupe (BBSR 2015):
https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/izr/2015/2/Inhalt/dl-schlump.pdf?__blob=publicationFile&v=1
- Sicherung von Versorgung und Mobilität. Strategien und Praxisbeispiele für gleichwertige Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen (BMVI 2018):
https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Publikationen/G/abschlussbericht-versorgung-mobilitaet-laendlicher-raum.pdf?__blob=publicationFile

5.5 Status Motorisierter Individualverkehr (MIV): Privater Pkw-Verkehr und Parken

Im Fokus dieses Kapitels steht der **private Pkw** als Hauptnutzungsmittel für die Mobilität im Allgäu – sowohl für Besucher:innen als auch durch Einheimische. Die starke Nutzung des eigenen Pkw und die damit verbundene teilweise überproportionale Auslastung der **Parkräume** – besonders in touristischen Gebieten – stellt eine der größten Herausforderungen für einen Wandel im Mobilitätsdenken für das Allgäu dar. Die Entwicklung von gezielten Maßnahmen, um dieser Ausgangslage zu begegnen, wird in Kapitel 6 adressiert.

Ebenfalls werden in diesem Kapitel Aspekte des **Carsharings** mitbetrachtet. Das Themenfeld des Carsharings wird zusätzlich im Handlungsfeld Flexible Verkehre aufgegriffen (vgl. Kapitel 5.7).

5.5.1 Definitionen und Erläuterungen zu MIV-Perspektiven im Konzept

Im Rahmen von Los 1 bestand der Auftrag, sogenannte verkehrliche Hotspots im Allgäu zu identifizieren. Hierzu musste zunächst eine gemeinsame Definition für das Phänomen gefunden werden. Anschließend erfolgten die datengestützten verkehrlichen Analysen zur Identifikation der verkehrlichen Hotspots.

Verkehrliche Hotspots (Pkw-Verkehr)

Der Begriff „Hotspot“ hat im Allgäu – bereits vor der Pandemie – mediale Durchschlagskraft erlangt. Tatsächlich wird er in unterschiedlichen Kontexten genutzt (u. a. W-Lan, Covid) steht aber auch für die sog. Overtraffic-Erscheinungen in touristischen Regionen. Da keine einheitliche Definition existiert, wurden die beteiligten Experten und GK-Vertreter nach einer persönlichen Definition für den **Begriff „Hotspot“** gefragt, um für den Prozess und das Konzept ein gemeinsames Wording sowie eine gemeinsame Ausgangsbasis sicherzustellen. Im Folgenden werden die unterschiedlichen Auffassungen des Begriffs „Hotspot“ sowie Bedenken bzgl. des Begriffs zusammengefasst.

- *„Hotspots sind regelmäßig überfüllte Parkplätze, die dazu führen, dass die Leute das Auto außerhalb der zugelassenen Parkräume abstellen.“*
- *„Überfüllte Parkflächen.“*
- *„Ein Ort, wo alle hinwollen. Ein Ort wo man andere sieht und gesehen wird.“*
- *„Hotspots erfordern Maßnahmen. Es handelt sich in erster Linie um Unfallschwerpunkte und in zweiter Linie treten Leistungsdefizite, wie z. B. massiver Zeitverlust, auf“*
- *„Ein touristischer Hotspot ist eine temporär überlastete Stelle durch Personen oder Fahrzeuge.“*
- *„Hotspots sind Orte, die einengen [...]“*
- *Der Begriff Hotspot wird auch als „temporäres Overcrowding“ bezeichnet, da „Hotspot“ durch die Corona-Pandemie einen negativen Beigeschmack bekommen hat.*

Da durch die Pandemie der Begriff Hotspot durch andere Konnotationen besetzt wurde, gab es vereinzelt Vorschläge, eine alternative Wortwahl zu finden. Letztlich wurde jedoch seitens des Gremiums des AK Interkom entschieden, an dem Begriff festzuhalten. Auf

Definition verkehrlicher Hotspot im Rahmen des Konzepts:

Innerhalb der Betrachtung touristischer Verkehre sind verkehrliche Hotspots Bereiche des Verkehrsnetzes geprägt durch hohe Verlustzeiten, eine hohe verkehrliche Auslastung und / oder einem hohen Quell-Ziel Verkehrsaufkommen.

Basis der Interviewergebnisse zur Definition von Hotspots und der fachlichen Expertise des Auftragnehmers wurden Hotspots folgendermaßen definiert:

Zur **datenbasierten Bestimmung der verkehrlichen Hotspots** im Allgäu wurden im Zuge des Teilkonzeptes in Los 1 für jede Kommune auf Basis von **Floating Car Daten** die Verlustzeiten, die verkehrliche Auslastung und die Quell-Ziel-Verkehre berechnet und visualisiert. Die während der Fahrt im Fahrzeug generierten Daten, bestehend aus einem Zeitstempel sowie Ortskoordinaten, werden in zeitlichen Abständen an eine Zentrale versendet, welche die Daten anonymisiert. Mit Hilfe des Floating-Car-Data-Verfahrens werden Fahrzeuge so zu mobilen Sensoren, die Auskunft über die Verkehrssituation geben können. Dabei ist zu beachten, dass derartige Daten lediglich von einer kleinen Teilmenge der Verkehrsteilnehmer generiert werden.

Auf Basis der Analysen wurden fünf Hotspot Gemeinden identifiziert: **Füssen / Schwangau, Oberstdorf, Oberstaufen, Lindau und Bad Hindelang**. Für die fünf verkehrlichen Hotspot Gemeinden wurde im Rahmen einer Detailanalyse die verkehrliche Situation und die Parkraumsituation näher beleuchtet. Zu diesem Zweck wurden für ausgewählte Parkplätze innerhalb der Gemeinden die Verteilung der Parkvorgänge, Parkdauern, der Parksuchverkehr sowie der Zielverkehr zu einzelnen Parkplätzen analysiert und georeferenziert visualisiert. Die Ergebnisse sowie die Definitionen der einzelnen verkehrlichen Kenngrößen wurden bereits im Detail in Bericht zum Teilkonzept Los 1 bzw. in der Anlage 2 zu diesem Bericht erläutert.

Elektromobilität bzw. Ladeinfrastrukturen

Im Handlungsfeld zu MIV werden außerdem die Aktivitäten zur Förderung der Elektromobilität mit Blick auf Ladeinfrastrukturen für Pkw aufgeführt.

Carsharing

Des Weiteren wird im Handlungsfeld MIV auch exemplarisch auf regionale **Carsharingangebote** verwiesen. Der Begriff Carsharing steht für „Auto teilen“ oder „Gemeinschaftsauto“. Laut der Auslegung nach dem Carsharinggesetz (CsgG)⁴⁶ §2 Begriffsbestimmung ist damit die organisierte, gemeinschaftliche Nutzung eines oder mehrerer Kraftfahrzeuge auf Grundlage einer Rahmenvereinbarung gemeint, bei der auch ein kurzzeitiges bzw. minutenweises Anmieten von Fahrzeugen möglich ist. Die Abrechnung der Fahrzeugnutzung erfolgt entweder auf Basis der verbrauchten Zeit oder zurückgelegten Kilometer oder wird über Mischformen abgerechnet.

In Deutschland haben sich zwei Angebotsmodelle auf dem Markt etabliert. Einerseits das **stationsbasierte Carsharing**, das auf vorab reservierbaren Fahrzeugen und örtlich festgelegten Abhol- oder Rückgabestellen beruht. Andererseits gibt es ein **stationsunabhängiges Carsharing** (Free Floating), bei dem die Nutzung des

46 Vgl. Carsharinggesetz: <https://dserver.bundestag.de/brd/2016/0804-16.pdf>, (03.02.2022), S. 1-2.

Fahrzeugs ohne Rücksicht auf vorab örtlich festgelegte Abhol- und Rückgabestellen begonnen und beendet werden kann.⁴⁷ Mischformen der Angebotsmodelle sind möglich.

Mitfahren

Zum MIV gehören auch Ansätze des Mitfahrens. Beispiele im digitalen Bereich sind Instrumente zur Förderung von **Fahrgemeinschaften via Apps** und spezifisch **Pendlerportale**, in denen private Fahrgemeinschaften für den Arbeitsweg gefördert werden. Infrastrukturelle Ansätze sind bspw. **Mitfahrbänke**, die an zentralen Orten und Verkehrsachsen platziert sind und den Vorbeifahrenden einen Mitnahmewunsch signalisieren. U.a. existieren hier auch Hybrid-Lösungen, sofern die physischen Mitfahrpunkte mit digitalen Apps verknüpft sind. Möglichkeiten, Mitfahren zu fördern bieten auch Ansätze des **Ridepoolings** mit einer kommerziellen Bündelung und Beförderung von Personen mit ähnlichem Fahrtziel zu einer gemeinsamen Fahrt.

Ähnlich wie Carsharing oder Mobilitätsstationen lassen sich Maßnahmen zur Förderung des Mitfahrens sowohl dem MIV als auch den Handlungsfeldern Inter- und Multimodalität sowie Flexible und alternative Mobilitätsangebote zuordnen.

5.5.2 Status Quo MIV im Allgäu

Die Region Allgäu stellt durch ihre geografische Lage einen Knotenpunkt für den Individualverkehr zwischen Deutschland, Österreich und der Schweiz dar. Dies führt zu einem erhöhten Mobilitätsaufkommen, sowohl auf regionaler-, als auch kommunaler Ebene. Wie in vielen ländlichen Region verzeichnet auch das Allgäu eine **Dominanz des motorisierten Individualverkehrs (MIV)**. In der Studie „Mobilität in Deutschland“ MID wird in Schwaben ein hoher Anteil des MIV mit 82 % angeführt^{48,49} Schwaben gehört zu den Regierungsbezirken, in dem in einem Fünftel der LK der Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel am Modal Split unter fünf Prozent liegt.^{50,51}

Aufgrund des hohen MIV Anteils am Modal Split im Allgäu sowie der Schwerpunktsetzung auf die Thematik Parken und Individualverkehr im Los 1, wird in den folgenden Ausführungen auf den Ist-Zustand sowie die verkehrlichen Hotspots des Individualverkehrs im Allgäu eingegangen. Zusätzlich wird das Thema **Parken** hier ausführlich adressiert und weitere Ansätze aufgezeigt, die die Förderung der

47 Vgl. Carsharinggesetz: §3 Nr. 3 und Nr. 4 CsgG.

48 Die Ermittlung des Modal Split basiert auf hier Personenkilometer.

49 Vgl. infas, DLR, IVT und infas 360 GmbH (2019): Mobilität in Deutschland, Regionalbericht Freistaat Bayern, S.48.

50 Die Ermittlung des Modal Split basiert auf nach Anzahl der Wege

51 Vgl. infas, DLR, IVT und infas 360 GmbH (2019): Mobilität in Deutschland, Regionalbericht Freistaat Bayern, S.99.

Elektromobilität, des Sharings und intermodaler Umstiegsmöglichkeiten an Parkplätzen unterstützen sollen.

Landkreisübergreifend / Region Allgäu

Wie deutlich wurde, zeichnen sich insbesondere die **südlichen Landkreise** des Allgäus durch eine **starke Verkehrsbelastung** aus, welche vor allem durch den **hohen Anteil des MIV** im Modal Split sowohl bei Einheimischen als auch bei Besucher:innen generiert wird.

Die **Verkehrserzeugung** wurde zusammenfassend folgendermaßen eingeschätzt: Touristen- und Binnenverkehr sind in vielen Regionen gleichermaßen, aber zu unterschiedlichen Zeiten an der Verkehrserzeugung beteiligt - Pendelverkehre zu klassischen Pendelzeiten und der Tourismus- bzw. Freizeitverkehr außerhalb der Pendelzeiten. Verkehrliche Probleme wurden z. B. in Füssen mit 70 bis 80 % dem Binnenverkehr zu Stoßzeiten am Morgen zugeschrieben. Jeder Verkehr stellt für sich eine Belastung dar. Zu berücksichtigen ist auch der Lieferverkehr/Wirtschaftsverkehr (Belieferungen von Wirtschaften, Paketzustellungen, etc.), welcher eine eigene Problematik darstellt und besonders innerorts berücksichtigt werden muss.

In den meisten Interviews wird der Anteil des **Pendelverkehrs** am Verkehrsgeschehen am höchsten eingestuft. Es folgt der **Freizeitverkehr (Bewohner:innen)** und der **touristische Verkehr (Gäste)**. In Memmingen stellt sich die Situation anders dar. Hier spielt vor allem der **Lieferverkehr/Schwerlastverkehr** eine große Rolle und trägt maßgeblich zu den bestehenden verkehrlichen Problemen bei, wohingegen dem touristischen Verkehr ähnlich wie in Kaufbeuren kaum bzw. keine Gewichtung zukommt. Bei der Betrachtung der Verkehrserzeuger ist es notwendig, einzelne Zielgruppen und regional unterschiedliche Problematiken wahrzunehmen, um Maßnahmen zielführend einzuführen.

Insgesamt wird die **Lenkung** von (Tages-)Tourist:innen und Einheimischen als besondere Herausforderung gesehen. Verknüpft wird dies mit der starken Dominanz des **MIV**, Parkplatzmangel und häufigem „**Wildparken**“. Diese drei Aspekte führen im Zusammenspiel zu Verkehrsüberlastungen in der Region.

Um den Überlastungserscheinungen im Bereich MIV (Besucherlenkung) zu begegnen wurde bereits die „Reduktion der Pkw-Belastung durch Steuerung (und Bewirtschaftung) des Parkraums“ als zentrale Maßnahme in der **Marken- und Destinationsstrategie 2030** der Allgäu GmbH aufgegriffen.⁵²

Das Allgäu als Grenzregion stellt sich zudem der Herausforderung **grenzübergreifende Verkehre** zu koordinieren. Die Interviews mit Expert:innen und Regionalvertreter:innen haben zum Thema des Auftretens von Verkehrsproblemen gezeigt, dass es zunehmend keine klar definierbaren Peaks mehr gebe, weil die Freizeit in der Gesellschaft jeden Tag

⁵² Vgl. Allgäu GmbH (2020): Marken- und Destinationsstrategie 2030.

vorhanden ist. Dennoch treten Spitzenzeiten vermehrt an schönen Sommer- und Wintertagen, an Brückentagen sowie an Wochenenden auf.

Neben der Reduzierung des Verkehrsaufkommens durch die Steigerung von Multi- und Intermodalität, bestehen in der Region ebenfalls Bestrebungen den Individualverkehr nachhaltiger zu gestalten. Dazu zählt der **Ausbau von Ladeinfrastruktur** zur Stärkung der E-Mobilität sowie des **Carsharings**. Im Zuge des Modellprojekts des BMWi wurden mit dem **Projekt eE-Tour** und des weiterführenden Projekts **econnect eE-Tour** im Allgäu für die **Zielgruppe Tourist:innen und Bewohner:innen** unter anderem der Aufbau von Ladeinfrastruktur in der Region gefördert und passende Geschäftsmodelle entwickelt.⁵³ Neben dem öffentlichen Ausbau (vgl. Kapitel 5.3.2) sind zudem bereits zahlreiche Hotels im Rahmen des Ladeinfrastrukturaufbaus - insbesondere für die Zielgruppe Tourist:innen - aktiv.⁵⁴

Landkreis Oberallgäu und Stadt Kempten

Landkreis Oberallgäu und Stadt Kempten – Überblick

Das **Oberallgäu** zeichnet sich als besonders beliebte Touristenregion aus. Aus demografischer und infrastruktureller Sicht am bedeutendsten sind neben Kempten die Gemeinden und Städte Immenstadt, Sonthofen, Oberstaufen sowie Oberstdorf. Die Region Oberallgäu wird im Nordosten von der Autobahn A7 durchquert welche eine direkte Verbindung in den Norden nach Memmingen und im Süden in die touristisch stark frequentierte Region Hohenschwangau führt. Von hoher Bedeutung sind zudem die Bundesstraßen B12 und B19, sowie die B308 und B310. Der Modalsplit im MIV zeigt eine Aufteilung wie folgt: 18 % Fußgänger, 8 % Fahrradfahrer, 54 % Pkw, 14 % MIV Mitfahrer, 5 % ÖPNV.

Grundsätzlich weist der Landkreis Oberallgäu folgende **Pendelverflechtungen** auf. Im Landkreis Oberallgäu und der Stadt Kempten sind insgesamt rund 82.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte gemeldet. Stand 2015 pendeln täglich 10.400 Berufstätige aus Kempten aus, wohingegen etwa doppelt so viele, nämlich 22.100, die Stadt zum Arbeiten aufsuchen.⁵⁵ Der Landkreis Oberallgäu weist insgesamt ein Pendelsaldo von -11.756, wohingegen die Stadt Kempten jeden Tag rund 11.600 empfängt und somit ein deutliches Plus im Pendelsaldo aufweist.⁵⁶

Kempten gilt mit seinem 277 km langen Straßennetz als eine der höchst-frequentierten Städte des Allgäus, die täglich sowohl von Berufspendler:innen und lokal ansässigen Bewohner:innen, jedoch auch von Touristen befahren wird. Zudem wird diese von den

53 Vgl. http://vcd-bayern.de/projekte/tourismus/Allgaeu/20111103_Modellprojekt_eE-Tour-Allgaeu.pdf, <https://land-der-ideen.de/projekt/ee-tour-allgaeu-elektromobilitaet-und-tourismus-2887>, (11.01.2022).

54 Vgl. <https://www.oberstaufen.de/oberstaufen-erleben/anreise-bus/e-ladestationen.html>, (11.01.2022).

55 Vgl. VerkehrsConsult Dresden-Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030, S. 38.

56 Vgl. VerkehrsConsult Dresden-Berlin GmbH (2018): Nahverkehrsplan 2018 für den Nahverkehrsraum Oberallgäu / Kempten, S. 13.

Autobahnen A7 und A980 tangiert, welche den Individualverkehr um den Stadtkern leiten. Im Inneren der Stadt kann der Fluss Iller über vier Hauptbrücken überquert werden, seit 2015 unter anderem durch die neu freigegebene Nordspange, die so das Verkehrsaufkommen entlastet sowie die Sankt-Mang Brücke, die Bestandteil der B19 ist. Die beiden Bundesstraßen B19 und B12 sind die am stärksten befahrenen Durchfahrtsstraßen bzw. Einfallstraßen mit jeweils über 20.000 Kfz-Bewegungen pro Tag. Hierbei fällt auf, dass laut der Erhebungen ca. 63 % aller erhobenen Pkw-Fahrten dem Berufsverkehr, d. h. Zu- und Abfahrten dienstlicher Erledigungen zuzuordnen sind. Der Anteil an Einkaufsverkehren liegt bei rund 6 %, während ca. 9 % aller unternommenen Fahrten dem Fahrtzweck Freizeit entsprechen. Mit Blick auf den Modal Split zeigt sich, dass mit 60 % aller Wege bzw. 49 % der Binnenwege der MIV-Anteil (Selbst- und Mitfahrer) relativ hoch ist, während die Nachfrage im ÖPNV mit nur 6 % unterdurchschnittlich niedrig ist. Die allgemeine Besetzung der Pkw ist mit 1,35 Personen pro Kraftfahrzeug gemessen worden. Dieser liegt leicht niedriger bei 1,14 Personen pro Kraftfahrzeug bei Fahrten zur- und von der Arbeitsstelle. Insgesamt befinden sich 6.300 öffentliche Kfz-Stellplätze in der Innenstadt, wobei knapp 4.000 dieser Parkmöglichkeiten durch zentrale Parkanlagen, z. B. Parkhäuser, abgedeckt werden.⁵⁷

Laut aktuellem Stand befinden sich in der **Stadt Kempten** lediglich 10 innerörtliche **Stromladepunkte für E-Autos**, wobei keine dieser Ladesäulen mit einer Schnellladefunktion ausgestattet ist. Ökonomisch und geografisch sinnvolle Orte zur Errichtung von weiteren Ladesäulen, wie z. B. der Bahnhofplatz oder Gewerbezentren sind nicht oder nur unzureichend erschlossen. Zur Förderung der allgemeinen Elektromobilität werden zudem zeitlich begrenzt und im Rahmen eines Pilotprojekts kostenfreie Parkplätze für E-Autos angeboten.

Mit Blick auf die Elektromobilität zeigt sich, dass in der **Region des Oberallgäus** insgesamt 75 öffentlich zugängliche **Ladestationen** zur Verfügung stehen. Um die Elektromobilität und das Carsharing in der Region zu fördern, wurde das **Projekt AllgEu-mobil**⁵⁸ ins Leben gerufen, dass in Zusammenarbeit von 15 Gemeinden den Aufbau einer Organisationsstruktur für flexible und umweltfreundliche Mobilität zwischen 2020 und 2023 fördern soll. Unter anderem werden Lösungen zu **Carsharing** getestet und **Mitfahrplattformen** (Fahrmob.eco)⁵⁹ etabliert.

In **Kempten** bietet das **Carsharing Angebot** Stadt-/Dorfflitzer die Möglichkeit, zeitweise Pkws zu mieten und diese an vorab definierten Stellflächen abzuholen bzw. wieder

57 Vgl. VCDB VerkehrsConsult Dresden- Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030.

58 Vgl. Projekt AllgEu-mobil: <https://www.allgaeu-klimaschutz.de/projekt-allgaeumobil.html> (28.01.2022)

59 Vgl. www.ottobeuren-macht-mobil.de.

abzustellen. Die Flotte beinhaltet zum aktuellen Zeitpunkt keine E-Autos.⁶⁰ Ähnlich wie in Kempten bietet der Anbieter “Stadtflitzer Carsharing” auch am Bahnhof Martinszell-Oberdorf Pkw zur Miete an. Des Weiteren befinden sich Carsharing Standorte am Bahnhof Sonthofen sowie am Autohaus Fersch in Bad Hindelang, welche von Ford-Carsharing betrieben und unterhalten werden. Auch das Autohaus Sirch bietet Möglichkeiten zum Sharing. Im Rahmen des Projekts North-West INTERREG eHUB sollen künftig weitere Mobilpunkte eingerichtet werden, an denen auch E-Bikes und E-Lastenfahrräder ausgeliehen werden können.⁶¹

Zudem existieren weitere **Sharing Plattformen** zur Vermittlung privater Fahrzeuge an Privatpersonen wie z. B. “getaround” oder “snappcar”.

Landkreis Oberallgäu und Stadt Kempten – Verkehrliche Hotspots

Die verkehrlichen Hotspots im **Oberallgäu** befinden sich vor allem in den südlichen Kommunen des Landkreises. Eine hohe Anzahl an Parkvorgängen, verstaute Bereiche im Zulauf zu touristischen Ausflugszielen sowie an wichtigsten Verbindungsstecken sind hier keine Seltenheiten. Zu nennen sind hier insbesondere die Parkplätze an der Fellhorn- und Nebelhornbahn in Oberstaufen, sowie die B12 und B19, welche hohe verkehrliche Auslastungen aufweisen und in Spitzenstunden immer wieder an ihre Kapazitätsgrenzen gelangen. Auch die touristisch stark geprägte Gemeinde Bad Hindelang fällt mit verhältnismäßig hohen Verlustzeiten auf dem Verkehrsnetz als verkehrlicher Hotspot auf.

In der Stadt **Kempten** sind signifikante Verkehrsaufkommen im MIV und zusammenhängend Staueffekte erkenntlich, beispielsweise auf der Salzstraße sowie dem Stadtring. Ebenfalls betroffen ist die Unterführung am Knotenpunkt Pfeilergraben, die Rottachstraße und die Kronenstraße, deren Verkehrsbelastung zu Konflikten im Nutzungsbereich führt.⁶² Als ebenfalls problematisch wird die Verkehrsorganisation und Verkehrssicherheit am Knotenpunkt Adenauerring/Pettenkoferstraße sowie Pettenkoferstraße/Bischof-Freundorferweg Einfahrt Supermarkt Norma eingeschätzt. Durch die hohe Anzahl an Ab- und Einbiege-Vorgängen. Zusätzlich entsteht an einer Bushaltestelle in einem sehr beengten Bereich Staus und zusammenhängend eine sehr unübersichtliche Verkehrssituation, welche im Ernstfall zu Unfällen u. a. mit Personenschaden führen können. Zusätzlich gilt es die Wegweisung nach Kempten in Bezug auf eine Verkehrsleitung zu Kliniken und Arztpraxen für den motorisierten Individualverkehr zu verbessern.

60 Vgl. Stadtflitzer Carsharing (2021): So funktioniert stadtflitzer.://www.stadtflitzer-carsharing.de, (28.01.2022).

61 Vgl. <https://www.kempten.de/22265.html> (28.01.2022).

62 Zur Lösung des überhandnehmenden Verkehrsaufkommens im MIV, wird vorgeschlagen, die Unterführung dauerhaft zu schließen sowie den dadurch neu gewonnen verkehrsberuhigten Bereich neu- bzw. umzugestalten. Zusätzlich wird angedacht mögliche Geschwindigkeitsbeschränkungen zu implementieren, welche dazu dienen sollen das Geschwindigkeitsniveau auf der Kronenstraße zu senken, welches als aktuell zu hoch eingeschätzt wird. Ein Lösungskonzept bzw. Gedanke für den Rathausplatz liegt zum aktuellen Zeitpunkt nicht vor.

Die bereits festgesetzten **Maßnahmen** beziehen sich auf die **Hauptverkehrsstraßen** Salzstraße, Memmingerstraße, Rottachstraße, Illerstraße sowie Burgstraße, Freudenbergstraße und Beethovenstraße. Bisher vorgeschlagene Maßnahmen beinhalten z. B. eine streckenbezogene Tempo 30 Regelung auf den Hauptverkehrsstraßen inkl. Tempodisplays und Radarkontrollen. Ziel ist eine Lärminderung, die Förderung von Fuß- und Fahrradwegen, die Verbesserung der Quermöglichkeiten für Fußgänger sowie eine allgemeine Verbesserung der Verkehrssicherheit.⁶³

Landkreis Oberallgäu und Stadt Kempten – Parken

In den südlichen Gemeinden des **Oberallgäus** befinden sich viele Startpunkte von touristischen Ausflugszielen, wie z. B. die Skigebiete in Oberstdorf, Blaiachach, den Hörnerdörfern, Bad Hindelang und Oberstaufen. Entsprechend ist hier das Angebot an überwiegend kostenpflichtigen Parkplätzen groß. Trotzdem kommt es an den touristischen Hotspots immer wieder zu einem Ungleichgewicht zwischen vorhandenem Parkraum und der Nachfrage nach Parkraum. An Spitzentagen kann oft ein „**Wildparken**“ außerhalb vorgesehener Parkflächen festgestellt werden. Dieses unregelmäßige Parken führt nicht nur zur Unmut der Anwohner:innen und Besucher:innen, sondern wirkt sich schädigend auf die zu schützende Natur in den Naherholungsgebieten aus.

Je nach Uhrzeit entstehen in **Kempten** sog. Verkehrshotspots, die zu Verzögerungen, Staus oder Kapazitätsengpässen führen. Mit Blick auf die Parkmöglichkeiten zeigt sich jedoch, dass trotz Nachfrage- und Auslastungsspitzen, die minimale Überlastungen hervorrufen können, besonders im Innenstadtbereich im Rahmen von vorangestellten Messungen eine Kapazitätsreserve von knapp 600 Stellplätzen vorhanden war. Deutlich problematischer gestaltet sich nach wie vor der Parksuch- bzw. Zu- und Abfahrtsverkehr, der teils zu einer Überlastung bei den Zufahrtsstraßen führen kann. Dies resultiert in einer Beeinträchtigung der eigentlichen Nutzungen der Straßen, besonders für den Fuß- und Fahrradverkehr. Hier betroffen sind die Straßen: Burgstraße, Beethovenstraße, Salzstraße. Ebenso entstandene Problembereiche durch ruhenden Verkehr sind die Kronenstraße, Rathausplatz, St. Mang Platz sowie Auf'm Plätzle, in denen auf nicht ausgewiesenen Bereichen geparkt wird und somit Konfliktpotenziale gehoben werden.⁶⁴ In der Innenstadt ebenfalls betroffen ist zusätzlich z. B. der Parkplatz Pfeilergraben, der parallel von Dauerparkern sowie Kunden- und Besucherverkehr genutzt wird.

Kempten besitzt ein dynamisches Parkleitsystem, welches aus 11 dynamischen und 28 statischen Wegweisern besteht. Zur Orientierung bietet die stadteigene Website eine digitale Karte, welche Auskunft über die wichtigsten Parkflächen und Parkhäuser gibt. Hierbei erkenntlich ist zudem die Parkraumbewirtschaftung, welche von kostenfreien Parkplätzen über gebührenpflichtige Stellplätze (30min, 1h, 2h) bis hin zu Langzeit gebührenpflichtigen Abstellflächen informiert. Besonders gut angenommen wird der

63 Vgl. VCDB VerkehrsConsult Dresden- Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030.

64 Vgl. VCDB VerkehrsConsult Dresden- Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030.

Park and Ride Parkplatz Bühl Ost an der Ignaz-Kiechle-Straße, der mit einer guten Busverbindung in die Innenstadt und der günstigen Lage direkt am Autobahnkreuz A7 und B12 sowohl für Pendler:innen als auch Tagestouristen mit 64 Stellflächen punkten kann. Innerhalb der Innenstadt stehen dem MIV insgesamt 15 Pkw Tiefgaragen bzw. Parkhäuser und 5 Stellflächen für Busse, davon eine auch für Wohnmobile zur Verfügung mit insgesamt deutlich über 3.000 Abstellmöglichkeiten. Hierbei hervorzuheben ist das gebührenfreie Abstellen von E-Autos im Rahmen der maximalen ausgewiesenen Parkdauer. Dies ist zunächst im Rahmen eines Pilotprojekts bis Mitte 2024 möglich.⁶⁵

Die Gemeinde **Oberstdorf** zielt darauf ab, mit einer Beschränkung aller großen Parkplätze die Voraussetzung für ein Parkleitsystem zu schaffen. Schrankenanlagen sind aktuell auf folgenden Parkplätzen geplant: P1, P2, P3 (alle am Ortseingang), Mühlacker, Tiefgarage Eissportzentrum, Renksteg, Nordic Zentrum und Faistenoy (an der Fellhornbahn), da diese Stellflächen vor allem von Langzeitparkern genutzt werden.⁶⁶

Besonders hervorzuheben ist an dieser Stelle zudem, dass die **Digitalisierung im Bereich Parken** im **Oberallgäu** bereits fortgeschritten ist. So nutzen allgäuweit bereits 12 Kommunen die Parkster App – davon 7 im Oberallgäu. Die erste Gemeinde, die die Parkster-App eingeführt hat, war Oberstaufen, gefolgt von den Gemeinden Immenstadt, Blaichach, Burgberg, Waltenhofen, Ofterschwang, Balderschwang, Bad Hindelang und Sonthofen.⁶⁷

Im Rahmen der Mobilität vor Ort wurde ebenfalls in den Sitzungen des Gremiums zahlreiche Aktivitäten zur Steigerung der Nachhaltigkeit im Bereich des Individualverkehrs deutlich. Beispielsweise gibt es im **Landkreis Oberallgäu** Bestrebungen im Bereich MIV und MIV in Verbindung mit dem ÖPNV die **Intermodalität** zu stärken. Im Zuge der Erarbeitung eines gemeinsamen Verkehrskonzepts bildete sich unter anderem die **Fachgruppe „Straße“** welche sich u. a. mit den Themen **P+R** sowie **P+M Parkplätzen** näher beschäftigt. Insbesondere im Bereich P+R Parkplätzen soll durch den Ausbau an Umsteigemöglichkeiten von MIV auf den ÖPNV eine Verlagerung des Verkehrs erfolgen.

65 Vgl. Vgl. Stadt Kempten (2021): Parken in Kempten. 2021. <https://www.kempten.de/parken-567.html> , (28.01.2022).

66 Vgl. https://www.allgaeuer-zeitung.de/allgaeu/immenstadt/oberstdorf-investiert-28-millionen-euro-in-beschränkte-parkpl%C3%A4tze_arid-374077 , (28.1.2022).

67 Vgl. <https://www.allgaeuhit.de/Oberallgaeu-Immenstadt-Parkster-im-Allgaeu-12-Allgaeuer-Kommunen-nutzen-digitales-Parken-article10047682.html> (2.2.2022).

Die kreisfreie Stadt Kempten zielt mit der „Optimierung des Parkleitsystems, weiterführende Strategien zur Parkraumbewirtschaftung, Neuerrichtung / Erweiterung einer zentralen Parkierungseinrichtung“ ebenso auf einen Ausbau der MIV Besucherlenkung ab. Für das **Oberallgäu** werden die Maßnahmen **„Motivation der Kommunen zum verstärkten Einrichten von P+R (und B+R Parkplätzen), Verkehrsmittelübergreifende Infoplattform (z. B. App)“**⁶⁸ angestrebt.

Landkreis Ostallgäu und Stadt Kaufbeuren

Landkreis Ostallgäu und Kaufbeuren – Überblick

Der **Landkreis Ostallgäu** im südlichen Schwaben⁶⁹ liegt zwischen dem bedeutenden Großraum München und Umgebung im Osten sowie der Bodensee Region im Westen. Verkehrlich gut angebunden, tangiert im Norden der Region die Autobahn A96 mit Verlauf durch Buchloe, sowie die A7, die im Süden als B179 nach Österreich (Tirol) weiterführt. Bedeutende Bundesstraßen sind die B12, B16 und B17, die die größeren Städte Kaufbeuren, Füssen und Marktoberdorf verbinden und außer-kreislichen Anschluss nach Augsburg, Günzburg und Kempten bieten. Von den wichtigsten Flughäfen München und Bodensee ist die Region in unter 2 Stunden erreichbar, vom Flughafen Memmingen sogar in 45 Minuten.

Anhand der bestehenden **Pendelverflechtungen** ist ersichtlich, wenn Pendler:innen auf dem Weg zur Arbeit vom Wohn- zum Arbeitsort eine Gemeindegrenze überschreiten. Grundsätzlich ist hier auch ein Potenzial für die ÖPNV-Nutzung ableitbar: Im Ostallgäu und der Stadt Kaufbeuren waren zum 30. Juni 2017, 64.400 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte gemeldet, wovon sich rund 28 % auf die Stadt beziehen. Rund 10.000 Arbeitsplätze des Landkreises befinden sich dabei in Marktoberdorf, 6.600 in Füssen und 4.500 in Buchloe. In derselben Reihenfolge verhält es sich auch mit den Pendelverflechtungen. Nach Marktoberdorf pendeln 6.550 (3.650 Auspendelnde), nach Füssen 3.600 (2.950 Auspendelnde) und nach Buchloe 3.250 (4.100 Auspendelnde) Beschäftigte ein. Kaufbeuren zählt 9.900 Einpendelnde.⁷⁰ Basierend auf den Zählungen des Straßenverkehrsmengen-Atlas Bayern liegt der DTV (durchschnittliche tägliche Verkehr) auf der A96 im nördlichen Teil des Landkreises zwischen 50.000 – 60.000 Fahrzeuge. Eine hohe Belastung mit rund 40.000 Fahrzeugen pro Tag ergeben sich unter anderem auf Teilen der A7 sowie der ein DTV von bis zu 20.000 auf der Bundesstraße B12.⁷¹

68 Vgl. Energie- & Umweltzentrum Allgäu eza! (2017): Landkreis Oberallgäu Masterplan 100% Klimaschutz.

69 Ergebnisse für die kreisfreien Städte Kaufbeuren, Kempten (Allgäu) und Memmingen aufgrund geringer Fallzahlen nicht dargestellt. Vgl. Mobilität in Deutschland – MID: Regionalbericht Freistaat Bayern (2017), S. 47.

70 Vgl. Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020). Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, S. 28.

71 Vgl. <https://www.baysis.bayern.de/> (23.03.2022).

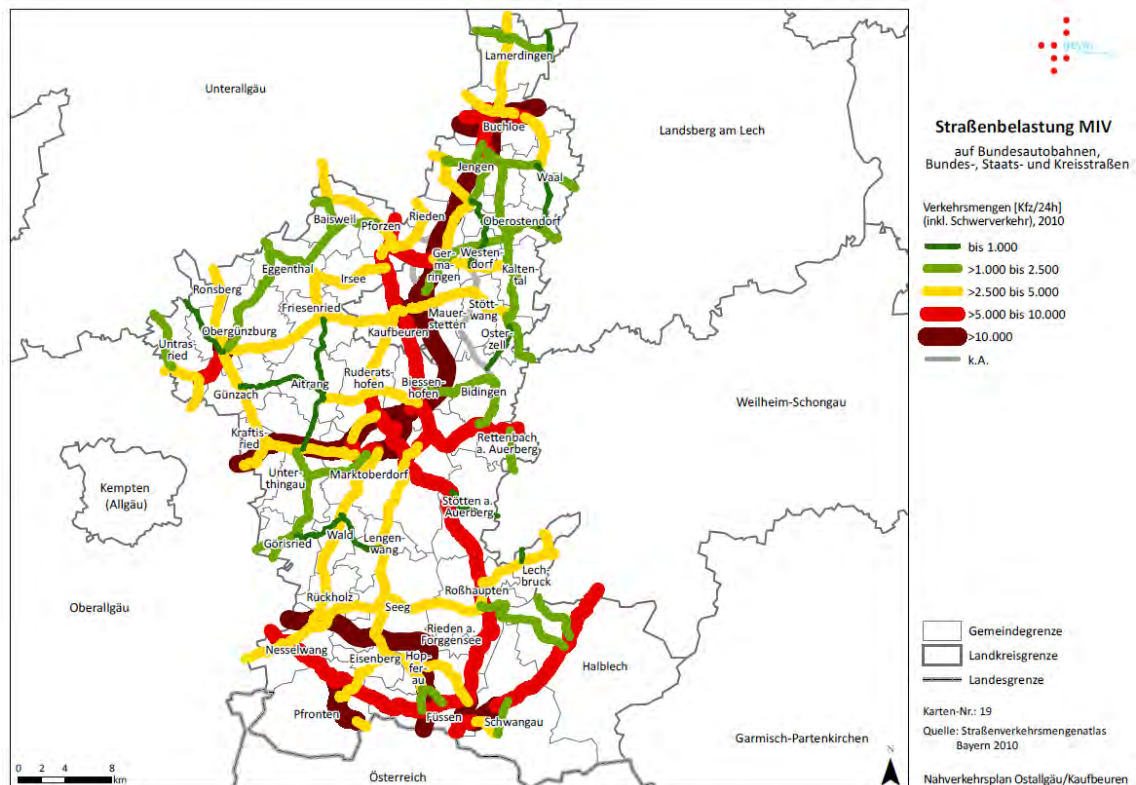


Abbildung 13: Straßenbelastungswerte MIV im Ostallgäu (Quelle: Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, S. 52.)

Mit Blick auf die Ein- und Auspendler:innen (vgl. Tabelle 6) zeigt sich, dass die stärksten Pendelströme in Richtung München, Kempten, Mindelheim, Landsberg am Lech, Türkheim, Bad Wörishofen sowie Schongau zu beobachten sind.⁷²

⁷² Vgl. VCDB VerkehrsConsult Dresden- Berlin GmbH (2018): Nahverkehrsplan 2018 für den Nahverkehrsraum Oberallgäu / Kempten.

Tabelle 6: Übersicht Pendelströme Kaufbeuren und Ostallgäu (Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, 2020)

Von	Nach	Auspendler (Von/Nach)	Einpendler (Nach/Von)	Ein- und Auspendler (gesamt)
Kaufbeuren	Marktoberdorf	1.023	818	1.841
	Mauerstetten	624	461	1.085
	Germaringen	187	524	711
	Biessenhofen	326	369	695
	Kempten	497	193	690
	München	529	149	678
	Bad Wörishofen	382	292	674
Marktoberdorf	Kaufbeuren	818	1.023	1.841
	Kempten	410	335	745
	Biessenhofen	273	368	641
	Unterthingau	59	282	341
	Füssen	142	141	283
Füssen	Schwangau	493	286	779
	Pfronten	384	394	777
	Rieden a. Forggensee	265	156	421
	Halblech	133	242	375
	Kempten	225	90	315
Buchloe	München	608	51	659
	Kaufbeuren	341	303	644
	Landsberg a. Lech	452	144	596
	Bad Wörishofen	179	161	340
	Türkheim	123	139	262

Zur Förderung der **Elektromobilität** ist es für Elektrofahrzeuge seit 2017 möglich, auf allen öffentlichen Parkplätzen in der Kaufbeurer Innenstadt kostenlos innerhalb der zulässigen Höchstparkdauer zu parkieren.⁷³ Im Landkreis stehen aktuell 56 Elektroladesäulen zur Verfügung, Tendenz steigend.⁷⁴ Diese stehen der Öffentlichkeit zur Verfügung. Aktuell befinden sich knapp 300 Elektrofahrzeuge auf den Straßen. Des Weiteren sind E-Bike Ladestationen im Ausbau sowie ein Elektrobus in der Pilotphase. Die kreisfreie Stadt Kaufbeuren liegt im Norden des Allgäus und wird durch die Bundesstraße B12 mit der A96 verbunden, die im Süden weiter Richtung Kempten führt. Parallel durchquert die Bundesstraße B16 die Stadt Kaufbeuren und bietet eine direkte Verbindung nach Marktoberdorf und Füssen im Süden, sowie zur A96 im Norden und Mindelheim.

Außerdem stehen (elektrisch betriebene) Leihfahrzeuge der VWEW-energie zur Verfügung. Das **Carsharing Angebot** im Landkreis Ostallgäu beinhaltet den Carsharing Kaufbeuren e.V. mit Fahrzeugen in Kaufbeuren, Oberbeuren, Türkheim und Mindelheim, den Anbieter Autowelt Fischer in Marktoberdorf sowie ein Carsharing Projekt in Füssen. Der Verein Carsharing Kaufbeuren e.V. bietet Autos zur zeitlich beschränkten Miete an.

73 Vgl. <https://www.kaufbeuren-tourismus.de/elektromobilit%C3%A4t-carsharing.html>, (08.03.2021).

74 Vgl. GoingElectric (2021): Stromtankstellenverzeichnis, <https://www.goingelectric.de/stromtankstellen/>.

Landkreis Ostallgäu und Kaufbeuren – verkehrliche Hot Spots

Durch den touristischen „Hotspot Schloss Neuschwanstein“ existieren signifikante **verkehrliche Hotspots** im Ostallgäu, besonders im **Süden der Region**. Hierbei hervorzuheben ist besonders der Streckenabschnitt Schwangau – Füssen. Durch Pendler:innen- und Touristenströme entsteht entlang der B17 besonders in Füssen oft Stau, der die Stadt als Nadelöhr kurz vor einem möglichen Verkehrsinfarkt stellt. Dies liegt in der Bedeutung der Bundesstraße als wirtschaftliche Lebensader begründet, was besonders in den Früh- und Abendstunden und zu Spitzenbelastungszeiten am Wochenende durch den Freizeitverkehr zu Konflikten in den beiden Städten führt. Ein fehlendes bzw. nicht zureichend ausgebautes Verkehrsleitsystem führt zu einer verkehrlichen Belastung der Tangente und Interessenskonflikten zwischen lokaler Wirtschaft, Tagestouristen und Einheimischen.⁷⁵

Identifizierte verkehrliche Hotspots waren außerdem der Innenstadtbereich von **Füssen**, das hohe Verkehrsaufkommen im Bereich der Zufahrtsstrecken zu den Königsschlössern in Schwangau sowie der immense Parksuchverkehr auf der Insel Lindau, welcher hier hauptsächlich durch ein Ungleichgewicht von Parkraumangebot und -nachfrage entsteht.

Mit Blick auf **digitale Lösungen** gilt es Planungssicherheit bzgl. dem Ausbau der Ladeinfrastruktur (Füssen) sowie des Verkehrsnetzes zu ermöglichen. Hierzu zählen beispielsweise ein digitaler Routenplaner, eine Mobilitäts-Super-App (Anrufsammeltaxi (AST) als digitale Lösung, ein digitales Parkleitsystem, der Einsatz eines autonom fahrenden Busses zum Parkplatz Festspielhaus, ein digitales Park- und Ticketsystem, die Einbindung freier Parkplätze in Navigationssysteme (just-in-time Parkplätze) sowie das Anzeigen verkehrlicher Auslastung mit dem Ziel vorab überflüssige Fahrten im Bereich Tourismus zu verhindern und eine bessere und effektivere Verkehrslenkung von und zu den Königsschlössern.

75 Vgl. Fraunhofer IML, Präsentation: Verkehr und Mobilität im Landkreis Ostallgäu, 2019.

Landkreis Ostallgäu und Kaufbeuren – Parken

Im Ostallgäu finden sich Maßnahmen zur **MIV Lenkung und dem Parken** in Form von „Parkraummanagement (Leitsystem, Handy-Parken), Digitalisierung, Verkehrslenkung (Leitsysteme, dig. Verkehrsplattform), Tourismusmanagement, Tourismuslenkung“⁷⁶.

Neben der Stadt Kaufbeuren und Marktoberdorf, sind hinsichtlich dem Thema Parken besonders die südlichen Bereiche rund um den Forggensee, allen voran Füssen und Schwangau von großer Bedeutung.

Aufgrund der hohen touristischen Beliebtheit hat **Füssen** besonderen Bedarf an ausreichendem Platz für Abstellmöglichkeiten Insgesamt 10 ausgewiesene Parkhäuser bzw. Parkplätze bieten über 2.000 Abstellmöglichkeiten. Besonders beliebt sind die Parkhäuser P3 Morisse, Luitpoldpark und P5 City Sparkassenhaus mit jeweils unter 5 Minuten Laufzeit in die Innenstadt. Mit Preisen ab 1 € pro Stunde bis zu 15 € Tagesmaximalsatz bieten die Parkplätze attraktive Preise für Tagestouristen und Anwohner, die zu besonderen Tarifen parken können. Zusätzlich gibt es weitere öffentlich ausgewiesene Parkflächen in Hopfen am See und am Weißensee. Eine Vielzahl an digitalen und statischen Schildern weist auf das lokale Parkleitsystem hin und unterstützt beim Entzerren des Parksuchverkehrs innerhalb der Stadt und touristischen Ausflugszielen.

Zur Förderung von **digitalem Parken** via Handy App fand im September 2021 eine Aktion in Kooperation mit der Parkster App statt um die Vorteile digitalen Bezahls hervorzuheben.

Besonderer Fokus der Gemeinde **Schwangau** liegt auf der Bewirtschaftung der Parkplätze in Hohenschwangau rund um den Touristenmagnet der Königsschlösser. Insgesamt vier Parkplätze bieten Haltemöglichkeiten für Besucher der Schlösser. Zu Tagesstarifen ab 8 € für sechs Stunden parken für Pkw und 10,50 € für Wohnmobile ist das Parken unmittelbar am Fußweg zu den Schlössern möglich, Ein- und Ausfahren wird mit Parkschein. Die Parkplätze sind mit Schlagbäumen ausgestattet. Unmittelbar an den Parkplätzen bieten sich zudem Verzehr- und Übernachtungsmöglichkeiten. Von der B17 abgehend sind besonders die Zubringerstraße Colomanstraße und die Schloßstraße sowie abgehend von der St2008 die Parkstraße die Hauptzubringerstraßen für den touristischen MIV. Zu Hochzeiten in den Schulferien kommt es hierbei zu Rückstau und Verzögerungen bei Ein- und Ausfahrten an den Parkplätzen. Dies hat meist auch verkehrliche Auswirkungen auf die B17 auf der zwischen Füssen und Schwangau oft Stau vorherrscht.

76 Vgl. Wagner-Hanl, Nicole (2020): Ergebnisdokumentation zur Vorbereitung „Masterplan Mobilität Süd für den Landkreis Ostallgäu“.

Landkreis Lindau

Landkreis Lindau – Überblick

Die flächenmäßig kleinste Region Westallgäu verbindet als Region die touristisch bedeutsame Bodenseeregion mit dem Rest des Allgäus und stellt so aus verkehrlichen Betrachtungspunkt eine wichtige Region sowohl für den Tourismus als auch Pendler:innen und Einheimische dar. Besondere Verflechtungen der Region zwischen Wirtschaft, Tourismus und Freizeit besteht unter anderem mit Österreich, besonders den nahegelegenen Gemeinden Bregenz und Lochau, sowie auf Bundesebene mit der Stadt Friedrichshafen. Für die Region von größter Bedeutung ist der Landkreis Lindau.

Der **Landkreis Lindau** stellt mit seinen Anknüpfungspunkten an die wesentlichen Verbindungstangenten A96 sowie A7 einen bedeutenden Knotenpunkt für den nationalen, sowie internationalen Verkehr nach Österreich, in die Schweiz und nach Italien dar. Der Bau weiterer Verbindungsstraßen und Tunnelröhren auf österreichischer Seite unterstreichen die Bedeutsamkeit der Region auf Mobilitätsebene. Die bedeutsamsten Bundesstraßen mit hoher Auslastung sind die B31 mit Anschluss an die A96 sowie die Queralpenstraße B308 und B12 mit Anschluss an die A7. Gleiches gilt auch für den öffentlichen Nahverkehr der Region, der einen der wichtigsten Dreh- und Angelpunkte Süddeutschlands darstellt, allen voran die Kreisstadt Lindau. Die bedeutendsten innerstädtischen Hauptverkehrsachsen sind ebenfalls die B12, die Staatsstraßen St2375 und St2374 sowie die Kreisstraßen LI6 und LI16. Dennoch lässt sich eine hohe städtische Verkehrsbelastung feststellen, wovon der Quell-/Zielverkehr mit ca. 72.000 Kfz pro Tag (vgl. Abbildung 14) vor dem Binnenverkehr mit ca. 39.000 Kfz pro Tag (vgl. Abbildung 15) und dem Durchgangsverkehr mit ca. 39.000 Kfz pro Tag (vgl. Abbildung 16) liegt. Ungefähr 7 % des Gesamtverkehr entfiel hierbei auf den Lkw Verkehr.⁷⁷

⁷⁷ Vgl. R+T Verkehrsplanung (2016): Klimafreundliches Lindauer Mobilitätskonzept, https://www.stadtlindau.de/media/custom/2715_569_1.PDF?1479118690, (28.01.2022).



Abbildung 14: Quell-Ziel Verkehr in Lindau (Quelle: Klimafreundliches Lindauer Mobilitätskonzept, 2016)



Abbildung 15: Binnenverkehr Lindau (Quelle: Klimafreundliches Lindauer Mobilitätskonzept, 2016)



Abbildung 16: Durchgangsverkehr Lindau (Quelle: Klimafreundliches Lindauer Mobilitätskonzept, 2016)

Im Rahmen des Modal Splits zeigt sich, dass knapp die Hälfte der MIV ausmacht (49 %) während der ÖPNV bei nur 6 % liegt. Es zeigt sich zudem deutlich, dass mit 27 % Radfahrern und 18 % Fußgängern dem nichtmotorisierten Verkehr eine wichtige Rolle zugeschrieben wird, was durch eine gut ausgebaute Infrastruktur mit kurzen Wegen zwischen Start- und Zielgebieten verstärkt wird.⁷⁸

Grundsätzlich weist der Landkreis Lindau folgende **Pendelverflechtungen** auf. Im Landkreis Lindau am Bodensee pendeln täglich mehr als 16.000 Beschäftigte zu ihren Arbeitsstätten, welcher sich entweder innerhalb des Landkreises oder in anderen Landkreisen befinden. Knapp die Hälfte der Pendler:innen verkehren zum Arbeiten in andere Landkreise. Die große Kreisstadt Lindau suchen dabei rund 15 % der Landkreis-Auspendelnden auf. Insgesamt weist die Stadt Lindau ein starkes Wachstum an sowohl Einpendelnden als auch Auspendelnden auf.⁷⁹ Den Auspendelnden gegenüber stehen fast gleich viele Einpendelnde. Diese suchen dabei zum Großteil (6.000 Einpendelnde) die Stadt Lindau zum Arbeiten auf. Von diesen 6.000 Einpendelnden nach Lindau stammen rund 40 % aus Gemeinden des Landkreises selbst. Rund ebenso viele kommen aus dem benachbarten Baden-Württemberg. Rund 5 % der Einpendelnden

⁷⁸ Vgl. R+T Verkehrsplanung (2016): Klimafreundliches Lindauer Mobilitätskonzept, https://www.stadtlindau.de/media/custom/2715_569_1.PDF?1479118690, (28.01.2022).

⁷⁹ Vgl. Huber-Erler; Feuerbach, Stepannie; Hoffherr, Sebastian; Weisz, Sabrina (2016): 2. Nahverkehrsplan 2021, S. 20.

stammen aus Österreich, der Anteil der Schweizer Einpendelnden ist dabei unbedeutend. Einen positiven Pendelsaldo weisen bei der Analyse der Pendelverhältnisse des Landkreises die Stadt Lindau und Lindenberg auf. Damit überwiegt in den meisten Gemeinden die Zahl der Auspendelnden. Besondere Verflechtungen bestehen mit dem Nachbarlandkreis Ravensburg und vor allem mit den Städten Ravensburg selbst, Isny und Wangen. Weitere Bewegungen finden im gesamten Bodenseekreis, insbesondere von und nach Friedrichshafen, statt. Relativ schwache Beziehungen bestehen mit dem Landkreis Oberallgäu. Vor allem Lindenberg und der Markt Weiler-Simmering weisen hierbei noch die stärksten Beziehungen auf.⁸⁰

Hinsichtlich der **E-Mobilität** befinden sich aktuell in der **Stadt Lindau** insgesamt 10 Standorte mit insgesamt 37 Ladepunkten für Elektroautos sowie eine Vielzahl an Lademöglichkeiten für E-Bikes und Scooter unter anderem in privaten Gaststätten und Hotels.⁸¹ Anzumerken ist jedoch, dass die Beschilderung von Ladestation noch ausbaufähig ist. Bisher fehlen Wegweiser sowie Werbetafeln. Um eine wirtschaftliche Nutzung der Ladesäulen zu ermöglichen, plant die Stadt Lindau jedoch eine eigene RFID-Karte anzubieten, mit der an allen Ladesäulen jeglicher Anbieter:innen getankt werden kann.

Am Markt in der Stadt Lindau sind zudem zwei **Carsharing Anbieter**. Aktuell verfügbar sind sechs Fahrzeuge des Anbieters WestAllgäu Mobil, die auf deren Website flexibel mit Vorabreservierung gebucht werden können sowie der Anbieter getaround mit ähnlichem Angebot.⁸² Außerdem existiert das Lindau E-Carsharing Just Explore.

Im Rahmen der **Mobilität vor Ort** wurde ebenfalls in den Sitzungen des Gremiums zahlreiche Aktivitäten zur Steigerung der Nachhaltigkeit im Bereich des Individualverkehrs deutlich. Der **Landkreis Lindau** verwies auf das Projekt „**I-muss-nach-Bänke**“ in Heimenkirch. In der Marktgemeinde wurden **architektonisch außergewöhnliche Mitfahrbänke** aufgestellt, um damit eine höhere Aufmerksamkeit auf das Angebot der Mitfahrbank zu erzielen. Die Nutzung des Angebots sei bis dato noch gering, doch in der Kombination mit einer digitalen Plattform, bei der ein Profil angelegt werden kann, wird nun versucht das Vertrauen in das Angebot zu erhöhen und so ein weiteres Mitfahrangebot vor Ort zu ermöglichen.

Landkreis Lindau – Verkehrliche Hotspots

Ein wesentlicher verkehrlicher Hotspot stellt die B12 in Richtung Lindau da, die sich von österreichischer Seite von der A14 bzw. auf deutscher Seite von der A96 abzweigt und als Einfallstor für den MIV, besonders durch den Tourismusverkehr, fungiert. Besonders auf Höhe des Bahnhofs Reutin, kurz vor dem Kreisverkehr am Einkaufszentrum Lindapark kommt es daher zur Staubildung und zeitlichen Verzögerungen. Ein starker

80 Vgl. MVV Consulting (2011): Nahverkehrsplan für den Landkreis Lindau (Bodensee), S. 28–29.

81 Vgl. GoingElectric (2021): Stromtankstellenverzeichnis, <https://www.goingelectric.de/stromtankstellen/>.

82 Vgl. Stadt Lindau (2021): Mobil in Lindau, <https://www.stadtlindeau.de/Mobilität-Wirtschaft/Mobil-in-Lindau/Lindau-mit-Car-Sharing/>.

Durchgangsverkehr bildet sich daher auch auf der Bregenzerstraße bzw. Kolpingstraße bis zur Abzweigung Inselstraße. Erneut zur Verzögerung kommt es zusätzlich kurz vor der Einfahrt über die Chelles Allee, die als einzige Verbindungsstraße das Festland mit der Insel verbindet. Gleiches Muster wie auf der B12 zeichnet sich daher ebenfalls auf der Insel rund um den Kreisverkehr an der Spielbank, der besonders in den Morgen- und Abendstunden durch Parksuchverkehr befahren wird und in Kombination mit Fußgängern zu Nutzungskonflikten führt. Allgemein gesprochen, ist es im Süden der Stadt inklusive Insel der Tagestourismus, der zu einer Überlastung der Verkehrstangenten und der kleineren Nebenstraßen führt.

Landkreis Lindau – Parken

Die **Stadt Lindau** wird täglich nicht nur durch lokalen MIV, sondern auch durch Individualtourismus stark frequentiert. Hierfür zur Verfügung stehen der Parkplatz P1 Blauwiese mit 287 Stellflächen, der im Rahmen des **P+R Konzepts** besonders für Tagestouristen geeignet ist, der Parkplatz P2 mit 280 Abstellmöglichkeiten und P3 mit 254 Parkplätzen, die besonders für Inselbesucher geeignet sind. Von den Parkflächen bringen **Shuttle Busse** sowie der ÖPNV oder seit neuestem **Elektroroller** die Besucher:innen zu ihren Zielen. Diese Parkplätze sind besonders für Tagestouristen von der Stadt empfohlen, um zu einer Entzerrung des Parksuchverkehrs auf der Insel beizutragen. Mit 2 € pro Tag bzw. 7 € pro Tag stellen diese eine attraktive Abstellmöglichkeit dar. Fußläufig gibt es zudem Einkaufsmöglichkeiten. Ticketkontrollen werden tagsüber manuell durchgeführt, Schlagbäume hier existieren nicht.

Zusätzlich steht das neue Parkhaus P4 auf der Insel besonders für Besucher:innen der Inselhalle mit 400 Parkplätzen und 4 **E-Ladesäulen** mit ausgewiesenen Plätzen zur Verfügung, während der Parkplatz P5 besonders von Fahrgästen für den Bahnhof angesteuert wird - wie auch weitere Parkmöglichkeiten bieten der Parkplatz Reutiner Bahnhof (P&R), Hartplatz Zech (P&R), Wäsen, Lindenhofbad, Eichwaldstraße, Therme Lindau sowie der Schulparkplatz am Bodensee Gymnasium an schulfreien Tagen. Auf weiteren öffentlich zugänglichen Parkflächen wird außerdem zwischen drei Parkgebührenzonen unterschieden, welche sich preislich nach der Distanz zur Insel richten, ab 1 € pro Stunde bzw. ab 7 € pro Tag. Der Parkplatz Spielbank auf der Insel ist nur vormittags öffentlich befahrbar und wird ab 12:00 Uhr ausschließlich privat für Spielbankbesucher ausgewiesen. Für Anwohner:innen der Insel werden zusätzlich Sonderberechtigungen vergeben, die Parken im Inselkern mit einer festen Jahresgebühr ermöglichen.⁸³

Zu Konflikten kommt es hierbei meist zwischen Touristen und Anwohnern mit Blick auf verfügbare Stellflächen. Beklagt wird von Seiten der lokalansässigen Bevölkerung besonders der Inselbereich, z. B. rund um den Kirchplatz, Fischergasse oder Brettermarkt, der tagsüber meist von Touristen stark frequentiert wird und so den Bewohnern:innen keine fußläufigen Abstellmöglichkeiten bietet. Des Weiteren bildet sich

⁸³ Vgl. R+T Verkehrsplanung (2016): KLiMo Klimafreundliches Lindauer Mobilitätskonzept.

oft zu Abendstunden auf der Zwanzigerstraße aufgrund der Ausfahrten am Parkhaus P4 ein hohes Verkehrsaufkommen und Staus, besonders auf der Höhe der Ein- und Ausfahrt des Parkhauses.⁸⁴

Landkreis Unterallgäu und Stadt Memmingen⁸⁵

Landkreis Unterallgäu und Stadt Memmingen – Überblick

Durch den **Landkreis Unterallgäu** führen die Bundesautobahnen A7 und A96. Weitere Bundesstraßen sind B16 und B300. Durch den Flughafen Memmingen ist der Landkreis an den Luftverkehr angebunden. Nicht zuletzt gilt die kreisfreie Stadt Memmingen aufgrund des Regionalflughafens im Osten der Stadt als Knotenpunkt für den Tourismus im Allgäu. Mit mehr 1,7 Millionen Passagieren (Jahr 2019)⁸⁶ stellt der Flughafen somit ein beliebtes An- und Abflugs Ziel für Touristen im Allgäu, sowie für die nächstgelegenen größeren Städte München, Ulm und Augsburg dar.

Die **Stadt Memmingen** wird zudem von den Autobahnen A7 und A96 gekreuzt, welche der Stadt eine hervorragende Anbindung an die Region bietet und so attraktiv für Pendler:innen und Tagestouristen ist. Besonders der Stadtring von Memmingen gilt als stark frequentiert durch den motorisierten Individualverkehr und gilt als sogenannte Verkehrsbarriere. Ausreichend Möglichkeiten zur Querung durch Fußgänger:innen und Radfahrer:innen fehlen bisher. Laut einer Studie der Stadt Memmingen sollen diese allerdings in den kommenden Jahren geschaffen werden.

Der Zugang zum Hallhof von der Maximilianstraße soll Zentrum der **Elektromobilität** werden. Hier werden gezielt neue Parkplätze eingerichtet sowie Lademöglichkeiten für E-Autos errichtet. Insgesamt sollen sechs neue Bereiche für E-Autos sowie vier neue Bereiche für Lademöglichkeiten für E-Bikes entwickelt werden. Bisher existieren 15 ausgewiesene Flächen für E-Autos mit 45 Lademöglichkeiten⁸⁷. Zudem sind bereits **Stellflächen für Sharing Dienste** in Planung.

Zudem ist seit dem Jahr 2020 ein **Hybridbus** in Betrieb, der durch deutlich niedrigere Schadstoffemissionen den Grundstein für die EU-Richtlinie Clean Vehicles Direktive ab 2026 legen soll.⁸⁸

84 Vgl. Lindau Tourismus: Park & Ride. <https://www.lindau.de/en/lindau-information/parking-on-site/>, (31.01.2022).

85 In Memmingen wird parallel ein integriertes Mobilitätskonzept erarbeitet. Die Fertigstellung ist für November 2022 geplant. Die laufenden Entwicklungen hierzu sind in den Arbeitskreis (AK)-Sitzungen eingeflossen.

86 Vgl. <https://www.memmingen-airport.de/flughafen-memmingen-kratzt-an-der-million/#more-13510>, (08.03.2022).

87 Vgl. GoingElectric (2021): Stromtankstellenverzeichnis, <https://www.goingelectric.de/stromtankstellen/>.

88 Vgl. all-in.de Allgäu (2021): Im Memminger Stadtverkehr ist ein neuer Hybrid-Bus unterwegs, https://www.all-in.de/memmingen/c-lokales/im-memminger-stadtverkehr-ist-ein-neuer-hybrid-bus-unterwegs_a5094779, (09.12.2021).

Derzeit wird für Memmingen ein vom StMB gefördertes **Mobilitätskonzept** erstellt, welches bis Ende 2022 finalisiert wird. Durch die aktive Mitwirkung in den AKs konnten in das vorliegende Strategiepapier die erarbeiteten Erkenntnisse einfließen.

In Ottobeuren existiert zudem das Projekt „Ottobeuren macht mobil“⁸⁹. Diese **Mitfahrplattform** wird in Ottobeuren seit 2019 von über 20 Vereinen genutzt. Dabei fungieren Vereinsmitglieder als Verkehrsbotschafter, die weitere Mitglieder werben. Ab April/Mai 2022 wird sie auch als **App** nutzbar sein. Das Projekt weist stetig wachsende Mitgliederzahlen auf und hat das Potenzial als Best Practice für das gesamte Allgäu zu fungieren.

Landkreis Unterallgäu und Stadt Memmingen – Verkehrliche Hotspots

Der Tourismus ist im Landkreis Unterallgäu wesentlich geringer ausgeprägt als in den anderen drei Landkreisen des Allgäus. Touristische Hotspots konnten daher hier nicht identifiziert werden. Aufgrund einzelner Bottlenecks im Verkehrsnetz von Memmingen, kann der wesentliche verkehrliche Schwerpunkt hier auf das Stadtgebiet Memmingen beschränkt werden. Besonders der Stadtring gilt als stark frequentiert durch den motorisierten Individualverkehr und gilt als sog. Verkehrsbarriere. Rund um die Bahnhofsstraße wurden zudem verkehrsberuhigende Maßnahmen ergriffen, welche zufriedenstellend zu einer Verschmelzung des Bahnhofs mit der Altstadt geführt haben. Zudem konnte hierdurch Platz für breitere Rad- und Fußwege geschaffen werden, die die ehemals gravierende Verkehrsbarriere deutlich reduzieren konnten. Ebenfalls kam es vermehrt zu Konflikten mit Fußgängern und Verkehrsteilnehmern an der Verkehrsachse Schweizberg/Maximilianstraße, die die Fußgängerzone durchquert. Ein generelles Durchfahrtsverbot für Pkw führte dazu diese Verkehrsbarriere zu beseitigen und Raum für den Fuß- und Radverkehr zu schaffen.⁹⁰

Landkreis Unterallgäu und Stadt Memmingen – Parken

Entlang der Autobahnen A7 und A96 sind viele **Pendel- und P&R Parkplätze** zu finden, vor allem im Bereich um die Stadt Memmingen, Bad Wörishofen und Buchloe. Innerhalb der Stadt Memmingen bieten 6 Park- bzw. Tiefgaragen über 500 Stellflächen, welche sowohl Anwohner:innen als auch Touristen fußläufig zur Innenstadt Abstellmöglichkeiten bietet. 27 der Parkplätze sind Fahrzeugen mit Behindertenausweis reserviert. Mit Preisen ab 0,50 € / 30 min bzw. bis zu 9 € maximalen Tagessatz sind diese Parkmöglichkeiten besonders attraktiv. Bereits an den Stadteinfahrten sowie innerhalb der Stadt weisen insgesamt 22 beleuchtete Hinweistafeln, die Auskunft über die Anfahrt sowie verfügbare Stellflächen bieten, hin. Anwohnern bietet die Stadt die Möglichkeit Dauerparkplätze zu befahren, welche ab 50 € pro Monat zu erhalten sind.

⁸⁹ www.ottobeuren-macht-mobil.de.

⁹⁰ Vgl. Bernard Gruppe, arc. grün, landschaftsarchitekten.stadtplaner.gmb (2020): Rahmenplan Stadt Memmingen, https://zukunft-altstadt.memmingen.de/fileadmin/Allgemeine_Dateiverwaltung/Webseite_VUAL/VU_Altstadt/2020-12-14_VUA_01_Rahmenplan_Textteil.pdf.

Ähnlich wie jede andere von Touristen stark frequentierte Stadt, hat auch Memmingen Defizite im beim Park- und ruhenden Verkehr. Ziel ist es den Parkverkehr auf P+R Plätze (primär Pendelparkplatz Memmingen Süd an A7) bzw. Parkhäuser zu verteilen und so zu einer Entzerrung der Parkmöglichkeiten in der Stadt beizutragen. Hierbei wird versucht, wie z. B. in der Krautstraße, den Zu- und Abfahrtsverkehr zu regulieren und durch gezielte mobile grüne Elemente, nicht nur die Straße freundlicher zu gestalten, sondern eine sichere Verkehrsführung zu ermöglichen. Zusätzlich wird das Parkhaus Schwesterstraße grundlegend saniert, u. a. angedacht sind z. B. eine Neugestaltung des obersten Parkdecks, z.B. mit ausgewiesenen Anwohnerparkplätzen.⁹¹ Der Punkt der **P+R (und B+R)** inkl. Parkplatzerweiterung ist ebenfalls für die Region **Memmingen-Unterallgäu** als Maßnahme aufgenommen.⁹²

5.5.3 Perspektiven der Bürger:innen zum MIV

Im Rahmen der durchgeführten Bürger:innen Online-Befragung⁹³ gaben die befragten Allgäuer:innen im Bereich MIV für den Bereich Pendel-/Alltagsverkehr bei der Erweiterung der **Ladeinfrastruktur** für Pkw im Allgäu eine Bewertung des mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf von 86 % an.

Bezüglich der Erweiterung des Mobilitätsangebots für **(E-)Carsharing** zeigen die Befragungsergebnisse einen mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf von 76 % auf.⁹⁴

Die gegenwärtige Qualität des **Angebots für Pkw** (Infrastruktur etc.) wurde mit einem Mittelwert von 2,28⁹⁵ bewertet, damit ist der Pkw im Vergleich das Verkehrsmittel mit der besten bewerteten Qualität im Allgäu.⁹⁶

5.5.4 Anforderungen an künftige Entwicklungen zu Besucherlenkung und (digitales) Parkraummanagement

Besucherlenkung und (digitales) Parkraummanagement standen im Fokus der Konzeptentwicklung und so auch im Vordergrund bei den Betrachtungen zum MIV. Sie stellen ein wichtiges Maßnahmenfeld dar, um den aktuellen verkehrlichen Überlastungserscheinungen entgegenzusteuern. Die Interviewpartner:innen benannten aus ihrer Sicht Voraussetzungen für ein funktionierendes Parkraummanagement und gingen dabei auf Technologien und Informationen ein. Ein gut funktionierendes digitales Parkraummanagement soll laut Interviews eine **All-In-Version** sein. Maßnahmen müssen dabei **ineinandergreifen und ein Netz** bilden. Eingesetzte Maßnahmen sollten

91 Vgl. Stadtwerke Memmingen (2020): Parken in Memmingen.
https://www.memmingen.de/fileadmin/Allgemeine_Dateiverwaltung/Bereich_Amt16_Stadtinformation/Anreise/Parken_in_Memmingen.pdf

92 Vgl. Memmingen-Unterallgäu (2018): Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes.

93 Für die Detailauswertung siehe Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Allgäu.

94 Die dargestellten Werte schließen jeweils die Gruppe mit der Antwortangabe „keine Antwort“ aus den Berechnungen aus.

95 Schulnoten-Prinzip: 1 (sehr gut), 2, 3, 4, 5, 6 (ungenügend)

96 Die dargestellten Werte schließen jeweils die Gruppe mit der Antwortangabe „keine Antwort“ aus den Berechnungen aus.

dabei neue Daten generieren, die anschließend aggregiert und in neue Informationen verwandelt werden. Folgende Ausstattungsmerkmale soll ein **digitales und effizientes Parkraummanagement** besitzen:

- Echtzeitinformationen (live traffic, KI)
- Anzeige der Parkplatzkapazität (Prognosen)
- Ausweichparkplätze
- Intelligente Routenführung (ab Autobahnausfahrt)
- Nutzung von Park-Apps
- Digitale Vernetzung der Ampelanlagen
- Fehlerfrei
- Einfach und intuitiv bedienbar

Die **Implementation innovativer Technologien** und das **konkrete Testen und Ausprobieren** solcher neuen technologischen Möglichkeiten werden aus Sicht der Interviewpartner:innen notwendig, um die Besucherlenkung erfolgsversprechend durchzuführen. Es genüge nicht, Besucher:innen mitzuteilen, dass Infrastruktureinrichtungen am Point of Interest (POI) belegt sind. In solchen Situationen müssen **alternativen Parkmöglichkeiten, Routen oder Ausweich-Verkehrsmittel** in Echtzeit vorgeschlagen werden oder sogar alternative Attraktionspunkte angeboten werden, die den unterschiedlichen Nutzer:innenprofilen gerecht werden. Eine weitere Möglichkeit, die das Potenzial hat, Überlastungen zu vermeiden, ist der limitierte Verkauf von (E-)Tickets für Bergbahnen, Skigebiete und für sonstige Eintrittskarten. Es bestehen **Tendenzen restriktiver aufzutreten**, jedoch erscheint es allen Interviewpartner:innen als wichtig, die **bestehende Willkommenskultur** im Allgäu durch einführende Maßnahmen nicht zu schädigen.

Die Erwartungshaltung aus den Interviews an ein effizientes Parkraummanagement zielt zusammenfassend auf Echtzeitinformationen bis hin zu Prognosen ab. Das Parkraummanagement soll für den/die Nutzer:in **eine bequeme, fehlerfreie Serviceleistung** darstellen. Parkleitsysteme sollten eine Informations- bzw. Leistungskomponente beinhalten, die den Menschen sinnvoll umlenkt und/oder auf bestehende ÖPNV-Angebote aufmerksam macht. Die Akzeptanz bei Nutzer:innen ist höher, wenn das System signalisiert, dass es aktuelle Informationen bereitstellt. Analoge Informationen reichen nicht aus. Durch das Umlenken und die Informationsvermittlung soll zukünftig der Park-Such-Verkehr reduziert werden. Weitere Vorteile bietet die langfristige Maßnahme der **Prognosen**, welche die Auslastung bestimmter Parkplätze an bestimmten Tagen und zu bestimmten Zeiten voraussagen. Mit einem digitalen Parkraummanagement soll die Reduktion von Verwaltungsaufwand einhergehen sowie ein schneller und nutzerfreundlicher Transfer von Informationen.

Während der Dialogrunden in den AK Interkom Sitzungen eröffneten sich weitere Ansätze zum Thema MIV Besucherlenkung im Allgäu. Insbesondere in der Tourismusregion ist es bedeutend, neben den Ansätzen zur **Besucherlenkung für den MIV** (Schwerpunkt technologische Lösungen) und **Parkraummanagement** (Schwerpunkt digitale Lösungen) für die Zielgruppe der Tagesausflügler (Einheimische)

und Gäste (Besucher) insbesondere die **Angebote im Bereich nachhaltiger MIV Nutzung** auszubauen.

Das **Themenfeld Mitfahren** bildet einen dieser Bereiche. Im Allgäu können die touristischen Zielgruppen bereits auf **Plattformen** zurückgreifen, welche **Mitfahrgelegenheiten** anbieten. Außerdem wurden vereinzelt Mitfahrerbänke installiert.⁹⁷ Gerade im ländlichen Raum sollte der Bereich Mitfahren noch stärker ins Zentrum rücken, um MIV Fahrten zu bündeln und darüber eine Verkehrsreduzierung erreichen zu können. Ein wesentlicher Aspekt ist die Integration von Maßnahmen, die zur **Vertrauensbildung** beitragen. Die Ansätze zur Förderung des Mitfahrens sind neben den hier aufgeführten Darstellungen zum Feld MIV bei Inter- und Multimodalität (Kapitel 5.4) sowie im Handlungsfeld Flexible Angebote (Kapitel 5.7) aufgegriffen.

Auf existierende Ansätze des **Carsharings** wird ebenfalls sowohl im Feld MIV als auch Inter-/Multimodalität und Flexible Angebote verwiesen. Eine regionale Förderstrategie sollte insbesondere die Projekte fördern, die zur Erhöhung der interkommunalen Mobilität beitragen.

Mit der in der **Marken- und Destinationsstrategie der Marke „Allgäu“** formulierten regionalen Absicht zur **Reduktion der MIV-Belastung** mittels Parkraummanagement wurde bereits ein zentraler Baustein im Bereich der Besucherlenkung für Gäste und Einheimische formuliert. Neben dieser Lenkung ist daher eine weitere zentrale Anforderung für den nachhaltigen Wandel des Mobilitätssystems neben **Pull-Maßnahmen** ebenso **MIV Push-Maßnahmen** in die zukünftige Ausrichtung der Region zu integrieren.

Weiterführende Literatur MIV (Reduktion MIV, digitales Parkraummanagement, Besucherlenkung):

- Nationale Plattform Zukunft der Mobilität: https://www.plattform-zukunft-mobilitaet.de/wp-content/uploads/2021/07/NPM_AG1_Wege-fuer-mehr-Klimaschutz.pdf
- Rechtliche Hemmnisse und Innovationen für eine nachhaltige Mobilität – untersucht an Beispielen des Straßenverkehrs und des öffentlichen Personennahverkehrs in Räumen schwacher Nachfrage (Umweltbundesamt 2019), u.a. zu Parkraumregelungen und Carsharing: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-08-20_texte_94-2019_rechtsinnmobil_1-teilbericht-recht-innovation_0.pdf
- Infomaterialien des Bundesverbands CarSharing bcs: www.carsharing.de
- Gemeinsames Fahren als Beitrag zur Verkehrswende in ländlichen Räumen Schleswig-Holsteins. Empirische Explorationen am Beispiel von Nortorf und Schafflund (Dünckmann / Kühl 2020):

⁹⁷ Dazu zählt unter anderem BlaBlaCar, Facebook Gruppen, die „Deine Mitfahrzentrale“ im Ostallgäu, Unterallgäu, welche auch auf Drive2day und mitfahren.de erscheinen.

https://www.verkehrswende.sh/fileadmin/pages/fundstuecke/Bericht-Gemeinsam-Fahren_final.pdf

- Von der Mitfahrbank zur erfolgreichen Mobilitätsalternative (Nahverkehrspraxis / Kommunen aktiv 2018):
https://kommunen-innovativ.de/sites/default/files/nahverkehrspraxis_scan.pdf
- Mobilitätskonzept Regionaler Naturpark Schaffhausen: https://naturpark-schaffhausen.ch/files/naturpark-schaffhausen.ch/dokumente/6_Footer/Mobilit%C3%A4tskonzept%20.pdf
- Verkehr und Tourismus: Auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Mobilität im Tourismus!? (2019): <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/tw-2019-0011/html>

5.6 Status ÖPNV klassisch

Der Fokus in diesem Kapitel liegt auf dem klassischen ÖPNV Angebot im Allgäu – sowohl für Besucher:innen als auch für Einheimische. Dies beinhaltet sowohl die **traditionellen Linienverkehre zu Bus und Bahn**, als auch die **regionalen Gästekarten**. Darüber hinaus erfolgt in diesem Kapitel ein Exkurs zu den Potenzialen von **Seilbahnen** als Teil des öffentlichen Personennahverkehrs.

5.6.1 Definition und Erläuterungen ÖPNV klassisch⁹⁸

Der Begriff **ÖPNV** ist in verschiedenen Gesetzen definiert. Nach dem **Personenbeförderungsgesetz** (PBefG) handelt es sich beim ÖPNV um die „allgemein zugängliche Beförderung von Personen mit Straßenbahnen, Obussen und Kraftfahrzeugen im Linienverkehr, die überwiegend dazu bestimmt sind, die Verkehrsnachfrage im Stadt-, Vorort- oder Regionalverkehr zu befriedigen. Das ist im Zweifel der Fall, wenn in der Mehrzahl der Beförderungsfälle eines Verkehrsmittels die gesamte Reiseweite 50 Kilometer oder die gesamte Reisezeit eine Stunde nicht übersteigt“ (PBefG § 8 Abs. 1). Eine fast identische Definition des straßengebundenen ÖPNV ist im **Regionalisierungsgesetz** (RegG) unter § 2, beziehungsweise eine des schienengebundenen ÖPNV im Allgemeinen Eisenbahngesetz (AEG) unter § 2 Abs. 12 zu finden.

98 Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) ist der Sammelbegriff für Angebote im Nahverkehr, die nach einem regelmäßigen Fahrplan verkehren und die jeder nutzen kann.

Der ÖPNV umfasst den SPNV (Schienenpersonennahverkehr) und den ÖSPV (Öffentlicher Straßenpersonennahverkehr) bzw. allgemeinen ÖPNV. Als Nahverkehr gelten Verkehre im Stadt-, Vorort- und Regionalverkehr, wobei die Mehrzahl der Beförderten im Regelfall höchstens 50 Kilometer bzw. eine Stunde fährt. ÖPNV gilt als gemeinwirtschaftliche Leistung.

Schienenpersonennahverkehr (SPNV) ist der Teil des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV), der mit Eisenbahnzügen erbracht wird. Vgl. [https://www.mobi-wissen.de/Verkehr/%C3%96ffentlicher-Personennahverkehr-\(%C3%96PNV\)](https://www.mobi-wissen.de/Verkehr/%C3%96ffentlicher-Personennahverkehr-(%C3%96PNV)), abgerufen am 21.04.2022.

Das **Gesetz über den öffentlichen Personennahverkehr in Bayern** (BayÖPNVG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 30. Juli 1996 (GVBl. S. 336) BayRS 922-1-B besagt im Art. 1 BayÖPNVG:

(1) Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) im Sinn dieses Gesetzes ist die allgemein zugängliche Beförderung von Personen mit Verkehrsmitteln im Linienverkehr, die überwiegend dazu bestimmt sind, die Verkehrsnachfrage im Stadt-, Vorort- oder Regionalverkehr zu befriedigen. Das ist im Zweifel der Fall, wenn in der Mehrzahl der Beförderungsfälle eines Verkehrsmittels die gesamte Reiseweite 50 km oder die gesamte Reisezeit eine Stunde in der Regel nicht übersteigt. Der öffentliche Personennahverkehr gliedert sich in den allgemeinen öffentlichen Personennahverkehr und den Schienenpersonennahverkehr (SPNV).

(2) Zum **allgemeinen öffentlichen Personennahverkehr** zählt die Beförderung insbesondere mit Straßenbahnen, Hoch- und Untergrundbahnen, Bahnen besonderer Bauart sowie Omnibussen und Kraftfahrzeugen im Linienverkehr. Zum allgemeinen öffentlichen Personennahverkehr zählt auch der Verkehr mit **Taxen oder Mietwagen**, der Verkehre der in den Absätzen 1 und 2 genannten Art ersetzt, ergänzt oder verdichtet.⁹⁹ **Schienenpersonennahverkehr** ist unter den Voraussetzungen des Absatzes 1 die Beförderung in Zügen der Eisenbahnen.

(3) Der ÖPNV ist im **Sinne der Daseinsvorsorge** im RegG und im PBefG mit der „Sicherstellung einer ausreichenden Bedienung der Bevölkerung mit Verkehrsleistungen im öffentlichen Personennahverkehr“ beauftragt (RegG § 1 Abs. 1, 2). Als wichtiges Element der Daseinsvorsorge soll der ÖPNV die grundlegenden Mobilitätsbedürfnisse aller Bürger:innen sichern und die Partizipation an sozialen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Austauschprozessen sicherstellen.¹⁰⁰

Nachfolgend wird die Untersuchungsregion hinsichtlich dem regionalspezifischen ÖPNV-Angebot betrachtet und in Auszügen dargestellt.

99 <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayOePNVG-1>, (14.03.2022).

100 Vgl. Bormann, René; Bracher, Tilman; Dümmler, Oliver; Dünbier, Ludwig; Haag, Martin; Holzapfel, Helmut et al. (2010): Neuordnung der Finanzierung des Öffentlichen Personennahverkehrs. Bündelung, Subsidiarität und Anreize für ein zukunftsfähiges Angebot. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung Abt. Wirtschafts- und Sozialpolitik (Arbeitskreis Innovative Verkehrspolitik), <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/07641.pdf>, 26.02.2021, S. 6.

5.6.2 Status Quo ÖPNV klassisch im Allgäu

Der Ist-Zustand der Untersuchungsregion wird hier, auf Basis von regionalen Studien, Konzepten und Internetdarstellungen zum Thema ÖPNV, in komprimierter Form zusammengefasst. Ergänzend werden die Angaben aus den Expert:inneninterviews und den AKs benannt.

Im gesamten Allgäu spielt der motorisierte Individualverkehr (MIV) bei der Mobilitätssicherung eine entscheidende Rolle. Der Öffentliche Verkehr (ÖV) belegt anhand von Zahlenwerten für Schwaben im Durchschnitt einen Anteil von 6 %. Dies zeigt der Modal Split, die Darstellung der Anteile einzelner Verkehrsmittel auf allen zurückgelegten Wegen, im Bericht Mobilität in Deutschland (MiD).¹⁰¹

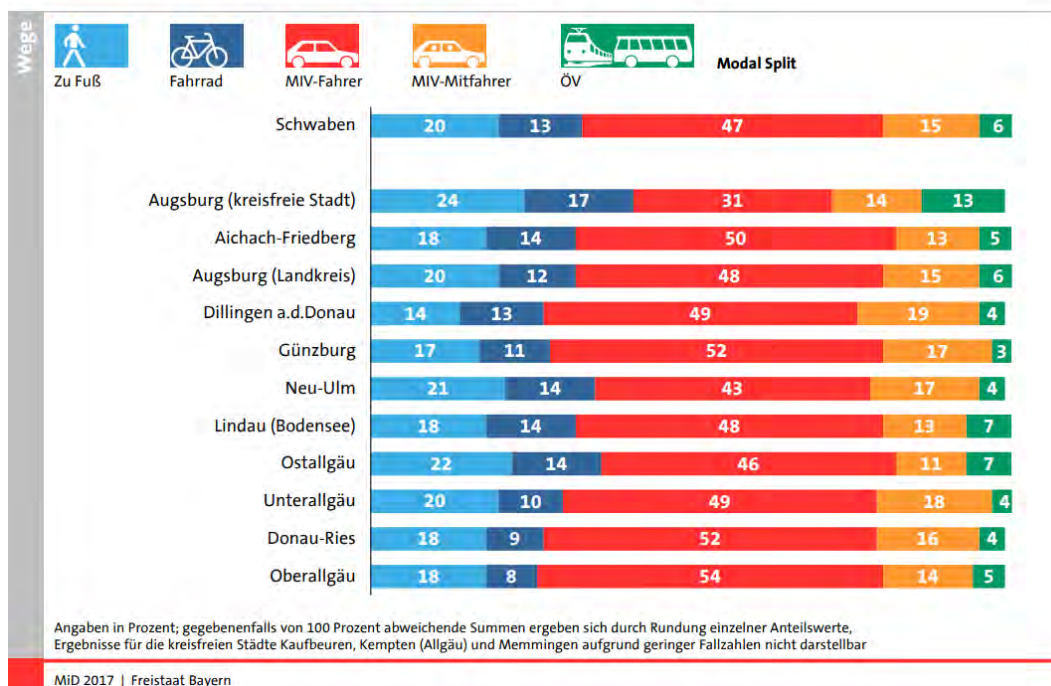


Abbildung 17: Hauptverkehrsmittel auf den Wegen (Modal Split) in Schwaben (Quelle: DLR, IVT und infas 360 (2019): Mobilität in Deutschland – MiD Regionalbericht Freistaat Bayern (im Auftrag des BMVI), S. 47)

Deutschland mit seinen über 100 Tarif- und Verkehrsverbünden ähnelt derzeit insgesamt einem Flickenteppich. Linien bzw. Linienbündel werden an verschiedene Konzessionäre vergeben. Teilweise kooperieren sowohl öffentliche als auch privatwirtschaftliche Verkehrsunternehmen in Verkehrsverbünden. Diese Kleinteiligkeit ermöglicht einerseits zielführende Anpassungen an lokale Gegebenheiten hinsichtlich Liniennetz, Taktung, Kapazitäten, andererseits steht diese häufig im Konflikt mit einem nahtlosen

¹⁰¹ Vgl. infas, DLR, IVT und infas 360 (2019): Mobilität in Deutschland – MiD Regionalbericht Freistaat Bayern (im Auftrag des BMVI), (22.01.2022), S. 47.

Mobilitätsangebot. Verglichen mit anderen Ländern, weist die Verbundstruktur in Deutschland ein äußerst komplexes System auf.¹⁰²

Wie die Analysen gezeigt haben, weist auch das Allgäu eine stark **strukturelle Kleinteiligkeit des ÖPNV** auf. Die unterschiedlichen Zuständigkeitsbereiche stellen eine der zentralen Herausforderungen für eine gemeinsame zukunftsfähige Weiterentwicklung des öffentlichen Verkehrs dar.

Landkreisübergreifend / Region Allgäu

Das ÖPNV-Angebot im Allgäu wird aus der Sichtweise der Expert:innen in den Interviews als **ausbaufähig** beschrieben. Die fehlende Möglichkeit zur Überbrückung der ersten und letzten Meile vor Ort, von der Schiene zum gewünschten Zielort und die unzureichende Taktung des ÖPNV, lassen Besucher:innen und Einheimische auf das Auto zurückgreifen.

Im Rahmen der Attraktivitätssteigerung des ÖPNV werden im Allgäu jedoch bereits zahlreiche Maßnahmen angestoßen. Neben der Zielgruppe der Bewohner:innen wird der Fokus vermehrt ebenfalls auf Übernachtungs- und Tagesgäste ausgedehnt. Die Nahverkehrspläne der GKs verweisen mit einer Vielzahl an Maßnahmen darauf, dass auf der Ebene der LKs und kreisfreien Städte die gesamte Region an der Steigerung der Attraktivität des ÖPNVs arbeitet.¹⁰³

Attraktive Tarifangebote, wie Tages- und Urlaubskarten, im gesamten Allgäu werden in den Interviews als positiver Aspekt des ÖPNV hervorgehoben. Allerdings sind diese Angebote häufig auf einzelne Teilregionen / Landkreise reduziert, sodass sich eine **Kleinteiligkeit des Systems** bildet. Damit ergibt sich die Herausforderung, eine **verbundübergreifende Lösung** für das gesamte Allgäu zu finden, die für Nutzer:innen einheitlich und komfortabel ist.

- Mit dem **Projekt Grundlagenstudie zur Verbundintegration Allgäu**¹⁰⁴ sollen im LK Oberallgäu, Ostallgäu sowie den kreisfreien Städten Kaufbeuren und Kempten eine Grundlagenstudie bis 2024 für eine gemeinsame Verbundintegration erstellt werden und damit eine weitere Grundlage für die **gebietskörperschaftsübergreifende Zusammenarbeit** (Kapitel 5.1) gelegt werden. Die Bestrebung ist es in Zukunft den ÖPNV in den vier GKs in Form einer Verbundintegration zu stärken.¹⁰⁵

¹⁰² Vgl. Riener et al. (2020): Autonome Shuttlebusse im ÖPNV, S. 4.

¹⁰³ Vgl. Erik Meder, Jan Nitsch, Melanie Weigel (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren.; VCDB VerkehrsConsult Dresden-Berlin GmbH (2018): Nahverkehrsplan 2018 für den Nahverkehrsraum Oberallgäu / Kempten.; MVV Consulting (2011): Nahverkehrsplan für den Landkreis Lindau (Bodensee).; Rhein-Main-Verkehrsverbund, Planungsbüro für Verkehr Bornkessel & Markgraf, ZIV (2018): Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes Memmingen-Unterallgäu.

¹⁰⁴ Vgl. <https://www.bayern.de/freistaat-foerdert-grundlagenstudie-fuer-verkehrsverbund-im-allgaeu/>, (13.01.2022).

¹⁰⁵ Die Erstellung der Studie wird durch den Freistaat Bayern mit bis zu 2,1 Millionen Euro gefördert.

- Ein weiteres Landkreis- und sogar bundesländerübergreifendes Projekt ist die **Regio-S-Bahn Donau-Iller**¹⁰⁶, mit dem Ziel zur Hauptverkehrszeit eine **halbstündliche Bedienung aller Mittel- und Oberzentren** im Kooperationsraum zu erreichen. Dazu wurde eigens ein Verein als zentrale Koordinationsstelle, Vertretung der Interessen, Beratung der Mitglieder sowie zur Beauftragung und Koordination von Planungsleistungen gegründet. In diesem Verein sind unter anderem, neben weiteren Mitgliedern (93 Gemeinden, Landkreise und Verbände), der Landkreis Unterallgäu und die Stadt Memmingen Mitglied. Mit beiden Projekten wird die übergreifende Arbeit der GKs im Bereich ÖPNV (auch über Bundeslandgrenzen hinweg) sichtbar.

In den Austauschrunden im Rahmen des AK Interkoms wurde deutlich, dass neben der Schaffung von Angeboten der Punkt der **Kosten für die Nutzung des ÖPNV** für Übernachtungsgäste und Tagestourist:innen einen weiteren zentralen Faktor der Besucherlenkung darstellt. **Gäste-Karten** tragen an dieser Stelle im Allgäu bereits zur Stärkung des ÖPNVs bei und ermöglichen teilweise die kostenfreie Nutzung oder vergünstigte Nutzung von Bussen, Bahnen und Bergbahnen vor Ort. Die Sekundäranalyse hat ergeben, dass im Allgäu verschiedene **Gäste-Karten Systeme** im Einsatz sind. Diese werden nachfolgend nur in Kurzform und in Bezug auf ihren Mehrwert zur Erhöhung der Servicequalität und der Vorteile für die Personenmobilität beschrieben.

- Die **Königscard** ist seit 2013 darüber hinaus ein Mobilitäts-Sonderangebot. Beteiligt sind die Orte Eisenberg, Füssen, Halblech, Hopferau, Lechbruck am See, Nesselwang, Oy-Mittelberg, Pfronten, Rieden am Forggensee, Roßhaupten, Rückholz, Schwangau und Seeg. Übernachtungsgäste erhalten die KönigsCard von ihren Gastgeber:innen. Die Gästekarte dient dabei als einen Freifahrtschein für beliebig viele Fahrten.¹⁰⁷ Das Projekt wird durch die Abgabe der Kurtaxe finanziert. Das System hat sich gut etabliert und es finden derzeit Gespräche mit Oberbayern statt. Bereits dabei ist Oy-Mittelberg und Marktoberdorf wird im Jahr 2022 integriert werden. Das bedeutet, dass die Bahnlinien von Füssen nach Kaufbeuren sowie Pfronten nach Kempten kostenlos genutzt werden können. Vor der Pandemie wurde das Angebot laut Angaben des LK ca. 350.000 pro Jahr genutzt.
- Die **Allgäu-Walser-Card** wird für Tourist:innen als auch für Einheimische angeboten und bietet dem Nutzer abhängig vom gewählten Leistungsumfang gewisse Vorteile in vielen Bereichen von Freizeit bis hin zu Mobilität. Gäste erhalten ihre Karte dabei vom Gastgeber kostenlos. Mit Allgäu-Walser-Card können Urlauber:innen kostengünstig mit den Urlaubskarten reisen. Übernachtungsgäste, welche im Besitz einer Gästekarte Allgäu-Walser-Card

¹⁰⁶ Vgl. <https://rsb-di.de/>, (18.01.2022).

¹⁰⁷ Vgl. <https://www.schlosspark.de/im-schlosspark/allgaeumobil>, (25.02.2021).

sind, können im **südlichen Oberallgäu und dem Kleinwalsertal** kostengünstig mit dem Bus und der Bahn (ausgenommen IC-Verbindungen) unterwegs sein. Der Preis gestaltet sich abhängig von der Nutzungsdauer (4, 7 und 14 Tagen).¹⁰⁸.

- Teilweise sind in Gemeinden **PLUS Karten** im Einsatz, mit denen die kostenfreie Nutzung des ÖPNV durch die Übernachtungsgäste möglich ist.¹⁰⁹

Neben den Gästen-Karten existieren auch Systeme die sich an die Bürger:innen im Allgäu adressieren:

- Bei der **CleverCard** handelt es sich um eine elektronische Geldkarte, auf die man ein Guthaben einzahlen kann. Von diesem Betrag bezahlen Fahrgäste dann ihren Fahrschein und erhalten automatisch einen Preisnachlass. Gültig ist die CleverCard im **Ostallgäu** und **Kaufbeuren** sowie im **Nahverkehrsraum Allgäu Kempten**.¹¹⁰ Die CleverCard richtet sich bei der Zielgruppe explizit an die Bewohner:innen an das Allgäu.

Landkreis Oberallgäu und Stadt Kempten

Die **mona GmbH** wurde 2014 gegründet und ist eine Kooperation zwischen Allgäuer Verkehrsunternehmen, unterstützt vom Landkreis Oberallgäu und der Stadt Kempten. Das Ziel ist die Verbesserung der Mobilität in der gesamten Region Allgäu, u. a. durch die Entwicklung eines zusammenhängenden Nahverkehrsnetzes (ausschließlich Bus-Verkehrsunternehmen) über Landkreis- und Stadtgrenzen hinweg, die Bereitstellung von umfassenden Fahrgastinformationen sowie die Harmonisierung von Fahrplänen und Tarifen.¹¹¹ Energieversorgungsunternehmen sind nicht Teil der mona GmbH. Im südlichen Oberallgäu gilt der Tarif der VGOA (Verkehrsgemeinschaft Oberallgäu).

Im **Landkreis Oberallgäu** bilden die Bahnstrecken zwischen Dietmannsried und Oberstdorf sowie Immenstadt und Oberstaufen die Grundlage für die Mobilität und sind das Rückgrat des Liniennetzes im Landkreis. Die Schülerbeförderung erfolgt weitgehend im klassischen Linienverkehr und es existieren nur in Einzelfällen freigestellte Schülerverkehre, welche ausschließlich von berechtigten Schülern genutzt werden können.¹¹² Daneben gibt es im Allgäu zahlreiche weitere Bestrebungen den **ÖPNV als nachhaltiges Mobilitätsangebot für Tourist:innen attraktiver zu gestalten**. Dazu zählt unter anderem die Schaffung bzw. Erweiterung von ÖPNV-Angeboten. Beispielsweise der geschaffene **Ringbus Alpsee-Grünten**¹¹³, dieser verbindet die Orte

108 Vgl. VerkehrsConsult Dresden-Berlin GmbH (2018). Nahverkehrsplan 2018 für den Nahverkehrsraum Oberallgäu / Kempten, S. 55.

109 Beispielsweise in Bad Hindelang, Oberstaufen: Gästebus und zu den Bergbahnen sowie nach Immenstadt, kostenlose Busfahrten auf allen Regionalverkehrslinien im LK Lindau.

110 Vgl. <https://www.dbregiobus-bayern.de/regiobusbayern/view/rva/tickets/rva-clevercard.shtml>, (25.02.2021).

111 Vgl. <https://www.mona-allgaeu.de/>, (25.01.2022).

112 Vgl. <https://www.oberallgaeu.org/verkehr-und-mobilitaet-sicherheit-und-jagd/oeffentlicher-nahverkehr-oepnv>, (25.01.2022).

113 Vgl. <https://www.alpsee-gruenten.de/urlaub-planen/gaestekarte/ringbus.html>, (13.01.2022).

Sonthofen, Immenstadt, Rettenberg, Blaichach und Burgberg im Ringverkehr und ist damit insbesondere für **Tourist:innen** eine attraktives Mobilitätsangebot zur Erkundung der Region. Ähnliche Angebote gibt es auch in anderen Teilen des Allgäus.¹¹⁴

In **Oberstdorf** wurde im Interview auf die **Elektro-Ortsbusse** verwiesen. Der Oberstdorfer Ortsbus soll künftig attraktiver werden und mit zwei Elektrobusse für die Ortsbuslinie soll die Akzeptanz und Nutzung durch die einheimische Bevölkerung erhöht werden. Der Ortsbus ist in der Gästekarte enthalten.

Im **südlichen Oberallgäu** werden, zu bestimmten Zeiten in den Abendstunden und nur nach vorheriger Bestellung, **Anrufsammeltaxen** (AST) von Sonthofen und Immenstadt in die umliegenden Gemeinden angeboten. Die Abfahrt des AST findet dabei immer am Bahnhof statt. Die Bestellung muss mindestens 60 Minuten vor der geplanten Abfahrtszeit stattfinden und spontane Zustiege sind generell nicht möglich.¹¹⁵

Im Stadtgebiet **Kempten** verkehren 12 Buslinien und weitere 13 Linien verbinden das Umland mit der Stadt, welche von der mona GmbH¹¹⁶ bedient werden. Dabei ist der gesamte reguläre Busverkehr auf der Zentralen Umsteigstelle (ZUM) ausgerichtet. Das Fahrtenangebot baut auf einem 60-Minuten-Takt auf. Auf den Hauptrelationen und auf sich überlagernden Linien wird das Angebot zu den Früh- und Spätspitzen zu einem 30-Minuten-Takt verdichtet. Die Bedienung der Haltestellen innerhalb des Stadtgebiets erfolgt meist ab 6:00 Uhr. In anderen Stadtgebieten kann die erste Bedienung zwischen 06:30 und 07:00 Uhr erfolgen, wobei die Bedienung in der Regel zwischen 20:00 und 21:00 Uhr endet. Das Fahrtenangebot in Kempten wird durch ein **AST** in den Abendstunden zur Verbindung des Stadtzentrums mit den übrigen Stadtteilen bzw. dem Umland ergänzt.¹¹⁷ Neben dem Takt und den Bedienzeiträumen stellt die Anzahl der Fahrten der jeweiligen Linien ein entscheidendes Gütekriterium des ÖPNV dar. Wohngebiete werden in der Nachmittagsspitze in der Regel, also werktags, mit rund zwei Fahrten in der Stunde bedient. An Samstagen und Ferientagen wird das Fahrtenangebot im Stadtverkehr aufrechterhalten, wohingegen die Linien des Regionalverkehrs ausgedünnt werden. An Sonn- und Feiertagen hingegen wird auch der Stadtverkehr nur im Stundentakt betrieben.¹¹⁸

114 Beispielsweise Badseeshuttle, z.B. zum Forggensee.

115 Vgl. <https://www.mona-allgaeu.de/fahrplaene/ast/ast-tariffbereich/suedliches-oberallgaeu>, (25.01.2022).

116 Die mona GmbH ist eine Kooperation zwischen Allgäuer Verkehrsunternehmen, unterstützt vom Landkreis Oberallgäu, Landkreis Ostallgäu und den Städten Kempten und Kaufbeuren. Das Ziel ist die Verbesserung der Mobilität in der Region Allgäu. Die Entwicklung eines zusammenhängenden Nahverkehrsnetzes über Landkreis- und Stadtgrenzen hinweg, die Bereitstellung von umfassenden Fahrgastinformationen sowie die Harmonisierung von Fahrplänen und Tarifen gehören zu den vorrangigen Aufgaben der im Jahr 2014 gegründeten Gesellschaft.

117 Vgl. VerkehrsConsult Dresden-Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030, S. 67–68.

118 Vgl. VerkehrsConsult Dresden-Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030, S. 74–75.

Mit der **Allgäu-Walser-App** können die Nutzer:innen verschiedene Pakete buchen und bekommen digitalen Zugang zu bspw. Bussen, Skiliften, oder anderen Freizeitaktivitäten im Oberallgäu.

Innovationen werden vorangetrieben und beispielsweise im Mai 2021 wurde vom Ausschuss für Mobilität und Verkehr die **Einführung einer Umweltpur** auf der Bahnhofstraße zwischen Albert-Ott-Straße und Schumacherring beschlossen, welche ausschließlich von ÖPNV-Bussen und Radfahrern benutzt werden darf.¹¹⁹

Im Zuge des **Mobilitätskonzeptes 2030** werden für **Kempten** weitere Änderungen/Verbesserungen des ÖPNV geplant, umgesetzt, oder bereits realisiert: Dazu zählen Anpassungen der Buslinien 1 und 11 Nord, sowie eine neue Buslinie 12 inklusive neuer Haltestellen (umgesetzt 2020), die Einführung einer Abo-Card (umgesetzt 2017), die Einführung eines Jobtickets (umgesetzt 2018), die Erstellung eines ÖPNV-Angebotskonzeptes als Grundlage für ein neues, deutlich verbessertes Stadtbussystem (umgesetzt 2019), die Einführung der mona-App für die verbundübergreifende elektronische Fahrplanauskunft und Busticket-Buchung (umgesetzt 2020), die Ausgabe eines ÖPNV-Jahresticket für Senioren bei Verzicht auf die Fahrerlaubnis (umgesetzt 2020), Bevorrechtigung für den Busverkehr an der Lichtsignalanlage in der Füssener Straße (umgesetzt 2020) sowie die Weiterentwicklung eines einheitlichen Auftritts des Stadtbusverkehrs Ö13 (umgesetzt 2019) sowie die Einführung eines Sharing-Systems für E-Autos im Rahmen des INTERREG-eHUB-Projektes (umgesetzt 2020, Partner Autohaus Sirch, buchbar über die Flinkster App der Deutschen Bahn).¹²⁰

Die **Region Oberallgäu** ist einer der größten Flächenlandkreise Schwabens, in dem es in den Expert:inneninterviews als Herausforderung angesehen wird, alle Teile der Region mit ÖPNV-Angeboten abzudecken, sodass **alternative Möglichkeiten der Vernetzung und flexible Bedienformen** stärker in den Fokus rücken (vgl. Kapitel 5.7).

Landkreis Ostallgäu und Stadt Kaufbeuren

Einen gemeinsamen Nahverkehrsraum für die Planungen und Entscheidungen für den ÖPNV bildet der Landkreis Ostallgäu mit der kreisfreien Stadt Kaufbeuren.¹²¹ Im Landkreis Ostallgäu sind alle Orte über 200 Einwohner und viele kleinere Ortschaften an den ÖPNV angebunden. Es besteht ein flächendeckendes Busliniennetz von mehr als 30 Linien. Vier Linienbusunternehmen bilden eine Verkehrskooperation, die **Ostallgäuer Verkehrsgemeinschaft (OVG)**. Es existieren zielgruppenspezifische Tarifangebote (z. B. Familien-Tagesticket, Seniorentarif, Jahreskarten, Abokarten Schüler:innen/

119 Vgl. Stadt Kempten. Umweltpur Bahnhofstraße. <https://www.kempten.de/24997.html>, (25.01.2022).

120 Vgl. Stadt Kempten. Mobilitätskonzept 2030 – Stand der Umsetzung. <https://www.kempten.de/19126.html>, (25.01.2022).

121 Vgl. <https://www.buerger-ostallgaeu.de/oepnv.html>, (25.01.2022).

Auszubildende, Abokarte Freizeit). Bereits seit Mitte 2007 ist die Radmitnahme an bzw. in den Bussen kostenlos.¹²²

Durch eine **Fahrgastoffensive der Stadt Kaufbeuren** zusammen mit dem **Landkreis Ostallgäu**, sind die Fahrpreise für den ÖPNV deutlich gesunken. Dies hat laut Expert:inneninterview zu einer Erhöhung der Fahrgastzahlen in Kaufbeuren geführt. Günstigere Tickets, wie z. B. für Senioren oder aber auch das Angebot für 15-jährige, die zu ihrem Geburtstag eine kostenlose Karte für den ÖPNV erhalten, stärken den Nahverkehr.

Um die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben in Städten und ländlichen Regionen für alle Menschen zu ermöglichen, ist u. a. eine barrierefreie Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln von großer Bedeutung und wird als ein wichtiges Kriterium für ein attraktives ÖPNV-Angebot gesehen. Dazu gehören die Infrastrukturgestaltung, wie z. B. barrierefreie Haltestellen und Verknüpfungspunkte, die Fahrzeugausstattung und der Einsatz von barrierefreien Fahrzeugen sowie ein einfacher, barrierefreier Zugang zu Informationen des ÖPNV-Angebotes sowie zu Verkaufs- und Servicestellen. Die im Landkreis Ostallgäu eingesetzten **Easy-Busse** sind beispielweise ein **Angebot für senioren- und behindertengerechtes Fahren** mit speziell ausgestatteten Bussen, welche die Nutzung für ältere und körperlich eingeschränkte Fahrgäste erleichtern möchte.

Über den Linienverkehr hinaus wird im **Landkreis Ostallgäu** ein nachfrageabhängiges Angebot (vgl. Kapitel 5.7) an **Linientaxis (LT)** sowie auch ein **Anrufsammeltaxen-System** angeboten.¹²³ Somit ergänzen das LT und das AST den Busverkehr auf fast allen Linien im Landkreis Ostallgäu und der Stadt Kaufbeuren, wenn das Fahrgastaufkommen den Einsatz eines großen Omnibusses, z. B. frühmorgens oder spätabends sowie an Samstagen, Sonn- und Feiertagen, nicht rechtfertigt.¹²⁴

Der **SPNV** verkehrt grundsätzlich im Stundentakt. Zu Hauptverkehrszeiten werden auf Hauptverkehrsachsen teils Verstärkerzüge eingesetzt.¹²⁵ Gemessen an der Gesamtnachfrage, welche den SPNV in seine Berechnung einbezieht, werden in Buchloe die meisten Fahrgäste (4.931 Fahrgäste) gezählt. Buchloe fungiert in diesem Zusammenhang als Knotenpunkt des SPNV, wo zahlreiche Regional- sowie Fernverkehrszüge täglich zusammenkommen. Daran angeschlossen folgen die Bahnhöfe bzw. Haltepunkte Füssen mit 2.543 und Kaufbeuren mit 2.343 Fahrgästen. Betrachtet man lediglich den ÖPNV, ohne Berücksichtigung des SPNV, messen die Analysten am Bahnhof Füssen mit rund 1.600 Fahrgästen die meisten Fahrgäste, gefolgt

122 Vgl. <https://www.buerger-ostallgaeu.de/oepnv.html>, (25.01.2022).

123 Vgl. Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, S. 67.

124 Vgl. Stadt Kaufbeuren: Kostenfreie Beförderung auf dem Schulweg – Beförderungspflicht, https://www.kaufbeuren.de/desktopdefault.aspx/tabid-2239/2746_read-19527/, (25.01.2022).

125 Vgl. Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, S. 67.

von Kaufbeuren-Plärrer mit rund 1.500, Schwangau-Rathaus mit rund 1.100 sowie Kaufbeuren-Amtsgericht mit rund 780 Fahrgästen. Dabei bezieht man sich auf die Einsteigerzahlen. Besonders anzumerken sind hohe Fahrgastaufkommen in touristisch geprägten Regionen des südlichen Landkreises sowie der Gemeinde Schwangau und der Stadt Füssen. Im nördlichen Landkreis zwischen Buchloe und Kaufbeuren finden sich darüber hinaus recht hohe Fahrgastzahlen. Der restliche Bereich wird durch die Nachfrage im Schülerverkehr dominiert.¹²⁶

Im Ostallgäu bringt die **Vernetzung der Ampelanlage** von der Autobahnabfahrt der A7 über Füssen bis nach Schwangau auch Beschleunigung und Vorteile für den dortigen ÖPNV. Kameras und intelligent vernetzten Ampeln, die den Verkehr situationsgerecht steuern, wurden im Expert:inneninterview ausführlich geschildert. Der **Aufbau einer grünen Welle für Busse** mit GPS ist möglich, wenn das Ampelsystem im Livetakt auf grün schaltet und Busse künftig durchgängig durchfahren können.

Landkreis Westallgäu und Stadt Lindau

Das Stadtgebiet der **Stadt Lindau** ist derzeit durch vier Stadtbuslinien erschlossen, welche im ½-Stunden-Takt verkehren. Betrieben wird der Verkehr durch den **Stadtverkehr Lindau GmbH (SVL)**. Der Stadtverkehr wird im Rendez-Vous-System durch Durchmesserlinien betrieben, sodass alle Linien alle 30 Minuten am zentralen Umsteigeplatz (ZUP) aufeinandertreffen. Zum Umsteigen in die jeweiligen Linien sieht der Fahrplan drei Minuten vor. Ein Reservebus dient dabei als Rückgrat, falls ein Bus kurzfristig ausfällt oder erhebliche Verspätungen auftreten und eine Linie verstärkt werden muss.¹²⁷

Im Stadtverkehr des SVL werden Fahrgastdaten in den Stadtbuslinien regelmäßig in Form von Ein- und Aussteigerzahlen erhoben. Eine Erhebung aus 2016 zeigt, dass die Verbindungen auf die Insel stark nachgefragt werden. Dabei handelt es sich um die Linien 1 und 2 (jeweils Süd). Zusätzlich zeigt die Auswertung, dass sich die meisten Fahrgäste auf der Linie 3 Richtung Zech bewegen. Der Nahverkehrsplan 2021 zeigt, dass der Stadtbus in Lindau im Vergleich zu anderen Städten sehr erfolgreich ist. Die Strecken zwischen ZUP und Reutin sind besonders stark belastet.¹²⁸

Der **Regionalbusverkehr** wird von unterschiedlichen Verkehrsunternehmen mit 17 Linien bedient. Die wichtigsten Haltestellen sind dabei der Hauptbahnhof, der ZUP und

¹²⁶ Vgl. Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, S. 47.

¹²⁷ Vgl. Huber-Erler; Feuerbach, Stepahnie; Hofherr, Sebastian; Weisz, Sabrina (2016): 2. Nahverkehrsplan 2021, S. 26.

¹²⁸ Vgl. Huber-Erler; Feuerbach, Stepahnie; Hofherr, Sebastian; Weisz, Sabrina (2016): 2. Nahverkehrsplan 2021, S. 31.

der Berliner Platz. Die Linien verkehren dabei je nach Ziel und Wochentag von einem 1-2-Stunden-Takt bis nur wenigen Fahrtenpaaren am Tag. Fahrten nach und von Österreich werden durch die Linien 12 und 14a vom Landbus Unterland aus Vorarlberg bedient.¹²⁹ Der Schülerverkehr ist im Linienbetrieb integriert, es existiert also kein freigestellter Schülerverkehr.¹³⁰

Der **SPNV** spielt im ÖPNV-Angebot des Landkreises eine tragende Rolle und wird durch den regionalen Busverkehr ergänzt. In Lindau existiert neben dem Bahnhof auf der Insel, der neue Bahnhof für den Fern- und Regionalverkehr auf dem Festland in Lindau-Reutin¹³¹ sowie ein weiterer Bahnhof auf dem Festland in Lindau-Aeschach als Haltepunkt für den Regionalverkehr.¹³² Umsteigepunkte zwischen Bus und Bahn bestehen dabei in Hergatz, Röthenbach, Wasserburg und Heimenkirch.¹³³ Der Regionalverkehr wird von den Deutschen Bahn (DB) und der Österreichischen Bundesbahn (ÖBB) bedient und wird vom Freistaat Bayern bestellt. Durch einen IC-Halt ist Lindau auch mit dem Fernverkehr verbunden. München, Augsburg, Ulm, Stuttgart, Münster, Bludenz (Österreich) und Zürich (Schweiz) werden von Lindau aus direkt angefahren. Lindau ist zudem europaweit über **Fernbuslinien** erreichbar.¹³⁴

Aus Sichtweise der Expert:innen in den Interviews wurde das Busangebot in der Fläche in Lindau mit Ausbaupotenzial der Regionalbuslinien und der Bahnlinien, z. B. in Richtung Memmingen, geschildert sowie **Potenzial für bedarfsorientierte Systeme** in Kombination gesehen. Aufgrund von Historie und gegebener Topografie sei das Westallgäu durch fehlende Infrastruktur nicht gut erschlossen. Seit 2018 ist der Landkreis Lindau beispielsweise im **Verkehrsverbund Bodensee-Oberschwaben (BoDo)**, dieser beinhaltet auch das westliche Allgäu. Anbindungen sind laut Experteninterview mehr nach Westen gegeben, in Richtung Ravensburg, Bodenseekreis, etc. Es bestehe eine tarifliche Abgrenzung zum restlichen Allgäu.

129 Vgl. Huber-Erler; Feuerbach, Stepahnie; Hofherr, Sebastian; Weisz, Sabrina (2016): 2. Nahverkehrsplan 2021, S. 27–28.

130 Vgl. Huber-Erler; Feuerbach, Stepahnie; Hofherr, Sebastian; Weisz, Sabrina (2016): 2. Nahverkehrsplan 2021, S. 26.

131 Im Rahmen des Konzeptes wurde nicht auf eine detaillierte Analyse der Bahnhöfe eingegangen.

132 Vgl. Huber-Erler; Feuerbach, Stepahnie; Hofherr, Sebastian; Weisz, Sabrina (2016): 2. Nahverkehrsplan 2021, S. 28.

133 Vgl. MVV Consulting (2011): Nahverkehrsplan für den Landkreis Lindau (Bodensee), S. 48.

134 Vgl. Huber-Erler; Feuerbach, Stepahnie; Hofherr, Sebastian; Weisz, Sabrina (2016): 2. Nahverkehrsplan 2021, S. 30.

Landkreis Unterallgäu und Memmingen

Der unmittelbar zu betrachtende Nahverkehrsraum Memmingen-Unterallgäu umfasst die kreisfreie Stadt Memmingen und den Landkreis Unterallgäu. Beide befinden sich im Regierungsbezirk Schwaben des Freistaates Bayern.

Der **SPNV** bildet auch hier wieder das **Rückgrat des ÖPNV** und übernimmt sämtliche Verbindungsfunktionen auf längeren Distanzen.¹³⁵

Es bestehen vor Ort die Zusammenschlüsse **Verkehrsverbund Mittelschwaben GmbH (VMM)** und die **Nahverkehrsgesellschaft Unterallgäu-Memmingen GmbH (NUM)**.¹³⁶ Der ÖPNV der Region (Stand 10.03.2016) setzt sich zusammen aus dem Fahrplanangebot des VMM-Verbundfahrplans, dem Fahrplanangebot der Stadt Bad Wörishofen (Stadtlinie, Kurlinie, Thermenlinie), des Stadtverkehrs Memmingen und des NUM-Fahrplanes, dem AST-Angebot der Stadt Memmingen sowie diejenigen Linien des AVV-Fahrplans, welche den Nahverkehrsraum Memmingen-Unterallgäu betreffen. Die Erschließung der Städte und Gemeinden des Nahverkehrsraumes ist werktäglich durch 59 öffentliche Buslinien (inkl. Rufbussen), sieben AST-Linien und vier SPNV-Linien gegeben.¹³⁷

„**Memmingen** ist als einziger Ort im LK Unterallgäu auch Halt für den Fernverkehr. IC- und EC-Züge in Richtung Oberstdorf und Lindau, Bregenz sowie in Richtung Buchloe, München sowie Ulm, Stuttgart machen Halt am Memminger Bahnhof. Der straßengebundene ÖPNV fungiert einerseits als Zu- und Abbringer des SPNV. Gleichsam übt der regionale Busverkehr auch selbst regionale Verbindungsfunktionen dort aus, wo kein SPNV-Angebot besteht. In der Fläche kommt dem Busverkehr darüber hinaus eine Funktion der Feinerschließung zu. In Memmingen wird ein Stadtverkehr mit mehreren Linien betrieben. Ergänzt wird dieses Angebot durch Regionalbusse, die die außerhalb gelegenen Stadtteile Steinheim, Dickenreishausen, Volkratshofen und Ferthofen (mit-)bedienen. Im Landkreis finden sich in der Kreisstadt Mindelheim sowie in Bad Wörishofen Stadtverkehrsangebote. In Mindelheim besteht eine Linie unter dem Namen „City Bus“. In Bad Wörishofen setzt sich das Angebot aus einer Stadtverkehrslinie, fünf Kurlinien im Sommer (drei „Kurlinien“ im Winter) und einer „Thermenlinie“ zusammen. Schülerverkehre richten sich nicht nach Taktknoten, sondern nach den Schulzeiten der bedienten Schulen. Sie bilden aufkommensseitig den Schwerpunkt im regionalen ÖPNV. Es bestehen dabei Spannungsfelder zwischen den

¹³⁵ Vgl. Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes Memmingen-Unterallgäu - Fortschreibung - Memmingen/Mindelheim, 28.06.2018, S. 9.

¹³⁶ Vgl. Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes Memmingen-Unterallgäu - Fortschreibung - Memmingen/Mindelheim, 28.06.2018, S. 8-9.

¹³⁷ Vgl. Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes Memmingen-Unterallgäu - Fortschreibung - Memmingen/Mindelheim, 28.06.2018, S. 23.

Belangen der Schulen nach attraktiven Schulzeiten, der Verkehrsunternehmen nach effizientem Einsatz ihrer Busse und Fahrer sowie dem Problem gerade in den Morgenstunden und am Freitagmittag, dass hier die Verkehrsspitze des Schülerverkehrs mit der Spitze des Berufsverkehrs zusammenfällt. **Bedarfsgesteuerte Angebote** (Rufbus/Ruftaxi/Anruf-Sammel-Taxi) runden das Verkehrsangebot ab. Sie bilden ein probates Mittel, um ein Grundangebot auch in verkehrsschwachen Zeiten anzubieten. Sie verkehren nur dann, wenn Fahrgäste sie vorab bestellt haben.”¹³⁸

5.6.3 Perspektiven der Bewohner:innen zum ÖPNV klassisch

Die durchgeführte Bürger:innen Online-Befragung¹³⁹ ergab für das Handlungsfeld ÖPNV in allen abgefragten Aspekten eine Bewertung des mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf von über 80 %. Die befragten Allgäuer:innen sehen eine Verbesserung der **Taktung / Linien zwischen den Kommunen** (93 %), eine Anpassung der regionalen **Preise / Angebote** (94 %), eine Verbesserung der **Erreichbarkeit von Attraktionen / Sehenswürdigkeiten / Freizeitorten** (91 %), Verbesserung von **Barrierefreiheit** (84 %) und **Fahrradmitnahme** (90 %) als zentral an.¹⁴⁰

5.6.4 Exkurs: Die dritte Dimension des ÖPNV – Luftseilbahnen

Seilbahnen haben in Bergregionen, wie dem südlichen Allgäu eine lange Tradition. Eingesetzt werden sie v.a. im Freizeitbereich im Kontext von Wintersport- und Wandertourismus. In den letzten Jahren wurden weitere Potenziale von Seilbahnen erkannt. Weltweit gewinnen **Seilbahnen als integrierter Teil des ÖPNV** an Aufmerksamkeit. In einigen Ländern, wie z. B. Kolumbien (Medellín) und Bolivien (La Paz) sind sie fester Bestandteil des städtischen Mobilitätssystems.

In urbanen Gebieten können sie **Lücken im ÖPNV** schließen, **Busverkehre ergänzen** oder auch in **Kombination mit P+R Parkplätzen** als Anbindung des ländlichen Raums dienen. Aber auch in touristischen Regionen erschaffen sie die Möglichkeit – unabhängig von Berg- und Talerschließungen – einer alternativen Anbindung zu POIs. Seilbahnen brauchen keinen Berg. Sie bieten z. B. beim Überwinden von schwierigem Terrain, wie Gewässern, und von Barrieren, wie Bahngleisen, Straßen; Hochspannungsleitungen, Sportanlagen oder Parkarealen auch auf ebenen Strecken zahlreiche Vorteile. Seilbahnen sind, da elektrisch betrieben, Teil der **Elektromobilität** und erfüllen insbesondere bei Nutzung von regenerativen Energien den Anspruch eines klima- bzw. umweltgerechten Verkehrs. Ihr **Flächenverbrauch ist gering** und sie ermöglichen eine

138 Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes Memmingen-Unterallgäu - Fortschreibung - Memmingen/Mindelheim, 28.06.2018, S. 9-10.

139 Für die Detailauswertung siehe Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Allgäu.

140 Die dargestellten Werte schließen jeweils die Gruppe mit der Antwortangabe „keine Antwort“ aus den Berechnungen aus.

direkte Punkt-zu-Punkt **Erreichbarkeit**. Auch gibt es bereits viele Erfahrungen in der Nutzung dieses Verkehrsmittels – in den Bergregionen ist diese Transportart bereits lange erprobt und es gibt mittlerweile zahlreiche Best Practices. Beispiele weltweit von denen gelernt werden kann, wie **Seilbahnen** bestmöglich **als integrierte ÖPNV-Lösung** implementierbar sind.¹⁴¹

Die folgende Grafik fasst die Vorteile von Seilbahnsystemen als Transportmittel zusammen:



Abbildung 18: Vorteile von Luftseilbahnen als Verkehrsmittel (Quelle: Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e.V., www.seilbahnen.de)

Nicht nur in Übersee, sondern auch in zahlreichen europäischen Ländern wie London, Barcelona und Ankara existieren bereits heute Seilbahnen als Teil des öffentlichen Nahverkehrs. In Deutschland scheinen Seilbahnen als Angebot der öffentlichen Personenbeförderung jedoch nach wie vor noch am Anfang ihrer Entwicklung zu stehen. Die ersten implementierten Beispiele gehen meist auf Projekte im Rahmen von Bundesgartenschauen zurück, wie z. B. in Koblenz und in Köln. Doch der Diskurs um die Vorteile verbreitet sich nun auch in Deutschland und bringt damit auch **immer mehr Fürstreiter** in die Debatte.

¹⁴¹ <https://www.seilbahnen.de/urbane-seilbahnen/>.

Das neue **Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)** hat die Förderung urbaner Seilbahnverkehre mit auf seine Agenda genommen und will Planungen und Bau urbaner Seilbahnen in Deutschland vorantreiben. Mit der jüngsten Neuregelung des Gesetzes zur Gemeindeverkehrsfinanzierung (GVFG; Bundesfördermittel für die Nahverkehrsinfrastruktur) sind **Seilbahnen auch als förderungsfähiges Vorhaben** aufgenommen.¹⁴² Hier eröffnen sich neue Chancen, die es in den künftigen Planungen einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung im Allgäu in jedem Fall weiter im Blick zu halten und zu nutzen gilt.

Weitere Informationen zu **planerischen und technischen Anforderungen** liefert der 2018 erschienene „Leitfaden für die Entwicklung von Seilbahnen an urbanen Standorten“, herausgegeben vom **Bayerischen Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr**.¹⁴³

Mit Rückblick auf die bisherigen Debatten um die Potenziale von Seilbahnverkehren in Deutschland, scheinen jedoch die baulichen und technischen Aspekte die geringste Herausforderung. Trotz der allgemeinen Bekanntheit von Seilbahnen, so ist die Verwendung dieser Systeme als Teil des öffentlichen Verkehrs für die Mehrheit der Bevölkerung noch eine völlig neue Art der Fortbewegung. Die Erfahrungen zeigen, dass die Idee, ein kommunales Seilbahnprojekt zu prüfen auf mitunter sehr harte Widerstände stößt – sowohl bei Verantwortlichen in Politik und Verwaltung als auch seitens der Bevölkerung. Um eine aufgeklärte Diskussionsbasis zu schaffen und Akzeptanz zu gewinnen ist eine **intensive Beteiligungsarbeit** unabdingbar. In jedem Fall muss der Dialog zur Bevölkerung und auch weiteren Stakeholdern identifiziert werden, um gleich zu Beginn vorhandene Widerstände ernst zu nehmen und die Stimmungen im Planungsprozess zu berücksichtigen. **Professionelle Dialogverfahren** und die Beteiligung einer Reihe an **Erfahrungsexpert:innen** aus anderen Städten und Regionen sind Grundlage und Erfolgsfaktor, um den lokalen Diskurs positiv zu gestalten.

Im **Allgäu** sind bereits ebenfalls erste Visionen für die Integration der dritten Dimension der Mobilität in Form von Seilbahnen als Teil des ÖPNV-Angebots zu finden.

- In der **Stadt Kempten** laufen seit längerer Zeit Diskussionen zu den Potenzialen einer ÖPNV-Erweiterung durch die Integration einer urbanen Luftseilbahn.
- **LK Ostallgäu** stand bzw. steht eine Luftseilbahn als Verbindung über den Forggensee zur Debatte. Mit dieser Art von Umsteigepunkte könnte die

142 Vgl. Bundesministerium für Digitales und Verkehr (2022): Urbane Seilbahnen – klimafreundlich, preiswert, zuverlässig, <https://www.bmvi.de/DE/Themen/Mobilitaet/OEPNV/Urbane-Seilbahnen/urbane-seilbahnen.html> (01.02.2022).

143 Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr (2018): Leitfaden für die Entwicklung von Seilbahnen an urbanen Standorten, https://www.seilbahnen.de/wp-content/uploads/leitfaden_urbane_seilbahnen_in_bayern.pdf.

Besucherlenkung die Lücke der „letzten Meile“ für ÖPNV-Nutzer:innen und MIV-Nutzer:innen zu POIs u.a. geschlossen werden.

Mit seinen langjährigen Erfahrungen mit Berg-Seilbahnsystemen hat das Allgäu die Chance, mit innovativen Seilbahnprojekten im ÖPNV ein weiteres Alleinstellungsmerkmal für die Region zu schaffen. Im Idealfall können begleitende umfängliche **Kommunikationskampagnen** dazu beitragen, diese Art des Transports als Vorzeigeprojekte zu etablieren, die für die **Innovationskraft der Region** stehen und zugleich auch bei den Bewohner:innen als **identitätsstiftendes Symbol und Destinktionsmerkmal** fungieren.

Der Region Allgäu wird daher in jedem Fall empfohlen, die Optionen von Seilbahnsystemen als Teil des ÖPNV über touristische Bergbahnen hinausgehend weiter zu diskutieren. Wie dargestellt, eröffnen sich hier völlig neue Perspektiven und Potenziale, um verkehrliche Erreichbarkeiten zu optimieren und einen Beitrag zu einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung zu leisten.

5.6.5 Anforderungen an künftige Entwicklungen zum ÖPNV klassisch

Mit der **Marken- und Destinationsstrategie** der Allgäu GmbH wird auf der regionalen Ebene ein Ziel zur zukünftigen Gestaltung des ÖPNVs formuliert. Das Ziel „**Weiterentwicklung der (ÖPNV-) Infrastruktur auch über Landkreise hinweg (...)** **Optimierung der Taktung / Frequenzen im ÖPNV (...)**“¹⁴⁴ verweist damit auf ein erstes Bestreben die Grundlagenarbeit auf Ebene der GKs in der Zusammenarbeit auf regionaler Ebene gemeinsam fortzuführen.

An die bereits dargestellten Entwicklungen kann und sollte im Rahmen dieses Projekts angeknüpft werden. Aufgrund des weiterhin bestehenden Handlungsdrucks sowie formulierten allgäuweiten Ziele der landkreis-übergreifenden Optimierung der ÖPNV Infrastruktur (vgl. Marken- und Destinationsstrategie der Marke „Allgäu“) müssen diese jedoch um eine Reihe an weiteren Maßnahmen ergänzt werden.

Innerhalb der Dialogrunden in den AK Interkom Sitzungen wurde ebenfalls verdeutlicht, dass der Punkt der **Verbundintegrationsstudie Allgäu** (vgl. Kapitel 5.6) einen zentralen Aspekt im Punkt der ÖPNV Entwicklung für die gesamte Region darstellt. Mit dem Entfall von Tarifgrenzen bietet das Projekt sowohl der Zielgruppe der Einheimischen als auch Gästen eine Erleichterung der ÖPNV-Nutzung auf Zugleich muss aber auch die **Erreichbarkeit des ÖPNV** insgesamt verbessert werden, um die gesetzten Ziele auf regionaler Ebene zu erreichen. Künftig sollte eine stärkere **Anpassung der ÖPNV-Bedienzeiträume** auf die Bedürfnisse der verschiedenen Nutzergruppen erfolgen.

Die Steigerung der Attraktivität des ÖPNVs soll, neben der Zielgruppe der einheimischen Bevölkerung, auch auf die Gruppe der Übernachtungs- und Ausflugsgäste abgestimmt

144 Vgl. Allgäu GmbH (2020): Marken- und Destinationsstrategie 2030.

werden. Beispielsweise werden mit der **Verbesserung der Mitnahmemöglichkeit von Rädern im ÖPNV**¹⁴⁵ explizit Radtourist:innen angesprochen.

Es wird künftig von zentraler Bedeutung sein, wie attraktiv durchgehende Mobilitätsketten mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln (**Multimodalität**) gestaltet sind. Durch die Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel (**Intermodalität** zwischen Bus, Bahn, Rad, Sharing-Angebote, etc.) können durchgängige **Mobilitätsketten** hergestellt werden und für eine hohe Akzeptanz bei Einheimischen und Gästen sorgen. Die Stadtverkehre im Allgäu sollten eine möglichst umsteigefreie Anbindung der Ortsteile an die Kernstadt bieten. Zum anderen müssen sie sich ins Verkehrsangebot des regionalen Busverkehrs sowie des SPNV einfügen, um attraktive Anschlüsse herstellen zu können.

Die Interviewpartner:innen sehen außerdem ein großes Potenzial in der **Erweiterung der Gästekarten** zur Förderung der Inter- und Multimodalität, sowie in der Adaption der an touristische Anforderungen ÖPNV-Linienführung, -taktung und Busausstattung an **Pendler:innenbedürfnissen**.

Sowohl für die Gäste des Allgäus als auch für die Bewohner:innen bietet die **Weiterentwicklung flexibler und alternativer Mobilitätsangebote** als Unterstützung / Zubringer zum klassischen ÖPNV eine weitere Möglichkeit dessen Attraktivität nachhaltig zu steigern und flexibler auf die verschiedenen Bedürfnisse der Zielgruppen in der Region reagieren zu können. Im sich anschließenden Kapitel werden die aktuellen Entwicklungen und Bestrebungen im Bereich der flexiblen und alternativen Angebotsergänzungen vorgestellt.

Darüber hinaus sollte das Allgäu seinen Blick auf die Chancen von **Seilbahnlösungen** als Teil des öffentlichen Verkehrs richten. Die neuen Fördermöglichkeiten sollten geprüft werden und das Thema und auf die Agenda künftiger Beteiligungsrunden gesetzt werden. Eine Integration der dritten Dimension des ÖPNV bietet viele Potenziale – nicht nur zur Förderung der regionalen Mobilitätsentwicklung, sondern auch zur Profilierung der Region Allgäu als innovative Vorreiterregion imagestiftendes Symbol.

Weiterführende Literatur ÖPNV:

- Infomaterialien des Zukunftsnetzwerks ÖPNV: www.zukunftsnetzwerk-oepnv.de
- ÖPNV-Lab: www.oepnvlab.de
- Gute Mobilität in ländlichen Räumen – Gemeinwohlorientierung und Lebensqualität vor Ort (VDV 2020):
www.vdv.de/18032020-vdv-positionspapier-gute-mobilitaet-in-laendlichen-raeumen-vdv.pdf

¹⁴⁵ Vgl. Regionale Ebene: Allgäu GmbH (2020): Marken- und Destinationsstrategie 2030.; GK Ebene: u.a. Energie- & Umweltzentrum Allgäu eza! (2017): Landkreis Oberallgäu Masterplan 100% Klimaschutz.

- Rechtliche Hemmnisse und Innovationen für eine nachhaltige Mobilität – untersucht an Beispielen des Straßenverkehrs und des öffentlichen Personennahverkehrs in Räumen schwacher Nachfrage (Umweltbundesamt 2019), u.a. zu Flexible Bedienformen in ländlichen Räumen und Carsharing: www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2019-08-20_texte_94-2019_rechtsinnmobil_1-teilbericht-recht-innovation_0.pdf
- Innovation Seilbahn: <https://d-nb.info/107268411X/34>
- Urbane Seilbahnen – klimafreundlich, preiswert, zuverlässig (Bundesministerium für Digitales und Verkehr 2022): www.bmvi.de/DE/Themen/Mobilitaet/OEPNV/Urbane-Seilbahnen/urbane-seilbahnen.html
- Leitfaden für die Entwicklung von Seilbahnen an urbanen Standorten (Bayerisches Staatsministerium 2018): https://www.seilbahnen.de/wp-content/uploads/leitfaden_urbane_seilbahnen_in_bayern.pdf

5.7 Status Flexible und alternative Mobilitätsangebote

Der Fokus in diesem Kapitel liegt auf den flexiblen Bedienformen und Angebotsergänzungen. Durch die Verknüpfung des klassischen ÖPNV-Angebots (vgl. Kapitel 5.6) mit weiteren Mobilitätslösungen innerhalb und außerhalb des ÖPNV, wie **Rufbusse, Sharing-Angebote, Shuttle, Freizeitbusse und Transfer-Angeboten**, etc. können durchgängige Mobilitätsketten erschaffen werden. Außerdem sind in diesem Kapitel auf existierende Maßnahmen zur Förderung des **Carsharings** (vgl. Kapitel 5.5) mitaufgegriffen sowie Möglichkeiten zum **Pooling und Mitfahren**. Verkehrsplanerisch-infrastrukturelle Maßnahmen, wie Park and Ride (P+R) oder Bike and Ride (B+R) sowie Mitfahrplätze (M+P) sind dagegen im Handlungsfeld MIV ausgeführt sowie Verweise hierzu in der Kategorie Inter- und Multimodalität (vgl. Kapitel 5.4 und 5.5).¹⁴⁶

5.7.1 Definition und Erläuterung Flexible und alternative Mobilitätsangebote

Flexible Bedienformen bilden eine teilweise noch sehr neue Form der öffentlichen und privaten Mobilitätsversorgung. Als flächendeckende Lösung sind sie im Idealfall Teil des öffentlichen Nahverkehrs und damit Teil eines Gesamtsystems. Oder aber sie werden punktuell eingesetzt, um an spezifischen Zielen, die Erreichbarkeit ohne MIV sicherzustellen. Mobilitätskonzepte vereinen im optimalen Fall die klassische ÖPNV Infrastruktur mit alternativen Mobilitätsangeboten. Diese greifen auf moderne Kommunikations-, als auch Informationstechnologie zurück und unterteilen sich meist in verschiedene Ebenen eines Verkehrsnetzes:

¹⁴⁶ Vgl. Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur. Sicherung von Versorgung und Mobilität. https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Publikationen/G/abschlussbericht-versorgung-mobilitaet-laendlicher-raum.pdf?__blob=publicationFile, (20.01.2022), S.36.

- Die erste Ebene, welche die **Hauptverkehrsverbindungen** beinhaltet, bildet die klassischen Verkehrsmittel wie Zugverbindungen, Fern- und Regionalbuslinien ab, welche nach festen Fahrplänen in Mittel- und Ortszentren verkehren.
- Die zweite Ebene zeigt die **Nebenverbindungen**, welche in der Regel mit Linienbussen als Zubringer die Hauptverkehrsverbindungen mit den Versorgungszentren verknüpft. Idealerweise verkehren diese werktags mindestens alle zwei Stunden.
- Die dritte Ebene wird als **Flächenerschließung** bezeichnet. In dieser Kategorie sind verschiedenste intermodale Mobilitätsvarianten zusammengefasst, die über den klassischen ÖPNV hinausgehen, wie z.B. **Rufbusse, soziale Fahrdienste, digitale Plattformen für Sharing-Angebote, Mitfahren oder Pendelportale.**

Ein **Linienbedarfsverkehr**¹⁴⁷ tritt in der Praxis häufig unter dem Namen **Anrufsammeltaxi**, kurz **AST**, **Rufbus** bzw. **Linientaxi** oder „**On-Demand-Verkehr**“ auf. Dieser ist festen Haltestellen zugeordnet und wird nur nach Bedarf auf Verbindungen mit geringer Nachfrage eingesetzt. Die Haltestellen können auch nur rein virtuell sein. Dazu muss vorher eine Anmeldung erfolgen. Dabei handelt es sich um eine **bedarfsorientierte Sonderform des ÖPNV**. Oft kommen dafür Kleinbusse zum Einsatz oder es werden lokale Taxiunternehmen beauftragt. Die Hintergrundsysteme verwenden einen Algorithmus zum Kombinieren von Fahrten und bieten digitale Buchungsmöglichkeiten (i.d.R. kommen Smartphone-Apps zum Einsatz). Da „Haltestellen“ auch nur virtuell existieren können, ist eine wesentlich größere Anzahl an Start- und Zielpunkten möglich.¹⁴⁸

Es bestehen verschiedene Formen der bedarfsorientierten Mobilität, die vor Ort genutzt werden können. Manche Systeme sind an bestimmte Routen gebunden, während andere frei innerhalb eines Bediengebietes die verschiedenen Haltestellen anfahren können.

Neben den Linienbedarfsverkehren können künftig auch gebündelte Bedarfsverkehre als Form der Fahrtenbündelung außerhalb des ÖPNV mit mehr tariflichen Freiheiten das Verkehrsangebot stärken. Dazu zählen Angebote, wie **gebündelte Bedarfsverkehre und Mietwagenverkehre**. Gebündelte Bedarfsverkehre werden professionell betrieben. Sie folgen keinem fest definierten Fahrplan, sondern bieten den Fahrgästen ein flexibles

¹⁴⁷ Anfang August 2021 gab es eine Änderung des Personenbeförderungsgesetzes. In Bezug auf die flexiblen Angebotsergänzungen bedeutet dies, dass die Angebote „Linienbedarfsverkehre“ und „gebündelte Bedarfsverkehre“ als neue Verkehrsformen mit einem Rechtsrahmen definiert wurden. (Vgl. Bundesanzeiger) Für die AK-Sitzungen wurden noch die zuvor bestehenden Definitionen herangezogen.

¹⁴⁸ Vgl. <https://infoportal.mobil.nrw/projekte/flexiblebedienungsformen.html>, (11.01.2022).

und komfortables Fahrtangebot. Durch die direkte Bedienung von Fahrtwünschen stellen gebündelten Bedarfsverkehre eine Alternative zum MIV dar, sind aber kein Bestandteil des ÖPNV.¹⁴⁹

Ferner gibt es alternative Bedienungsformen, die organisatorisch eher parallel oder ergänzend zum kommunalen ÖPNV-Angebot existieren und i. A. auch nicht tariflich integriert sind, wie z.B. **Bürgerbusse oder soziale Fahrdienste**. Diese sind genehmigungsfrei und agieren nicht gewerbsmäßig beziehungsweise mit Gewinnabsicht. Dieser beschreibt einen Linienverkehr mit Kleinbussen und ehrenamtlichem Fahrpersonal. Träger ist ein Bürgerbusverein, der von der Kommune und vom örtlichen Verkehrsunternehmen unterstützt wird. Ziel ist die Verbesserung der ÖPNV-Erschließung in Siedlungsbereichen ohne regelmäßigen Linienverkehr sowie die Förderung des lokalen Engagements und Zusammenhalts.¹⁵⁰

Weitere alternative Systeme, die zur Mobilitätssicherung im ländlichen Raum beitragen, ohne einen privaten Pkw vorhalten zu müssen, sind **Ridesharing** (öffentliche Mitnahme), **Carsharing** (öffentlicher Pkw), **Bikesharing** (öffentliche Fahrräder) sowie **soziale Fahrdienste**. Da hier immer mehr Schnittstellen existieren sind diese ebenfalls dem Handlungsfeld flexible und alternative Mobilitätsangebote zugeordnet. Letztlich tragen alle diese Angebotsformen ergänzend zum klassischen ÖPNV zu einer Mobilitätssicherung ohne eigens verfügbaren Pkw bei.

Neben den bereits angeführten Systemen stellt die Überbrückung der „letzten sowie ersten Meile“ in Form von **Shuttle und Transfer-Angeboten** einen weiteren Teil-Baustein dar, um Anschlussmobilitäten von POIs zu sichern. Die Systeme bieten die Möglichkeit die Anbindung zu verbessern und seine Attraktivität zu steigern. Zugleich kann im Gegenzug die Chance ergriffen werden, genau an diesen Strecken den **MIV zu begrenzen**, da eine alternative Fortbewegungsmöglichkeit geschaffen wurde. Dabei stellen sogenannte **Auffangparkplätze** einen zentralen Ausgangspunkt für **Shuttle / Transfer Services** oder auch die Bereitstellung von **Sharingfahrzeugen** dar.

Die dargestellten flexiblen und alternativen Bedienformen (welche eine Ergänzung zum ÖPNV sein können), bieten verschiedene Verbesserungspotentiale und Möglichkeiten der Verknüpfung, welche in der nachfolgenden Grafik abgebildet sind.

149 Vgl. <https://www.clevershuttle.de/blog/was-ist-eigentlich-on-demand-mobilitaet>, (20.01.2022).

150 Vgl. <https://infoportal.mobil.nrw/projekte/flexiblebedienungsformen.html>, (11.01.2022).

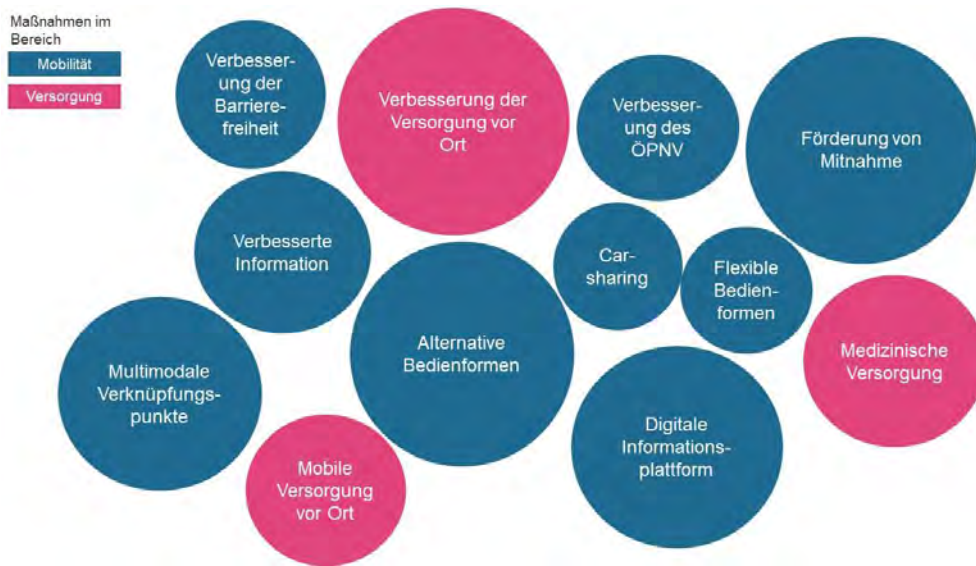


Abbildung 19: Übersicht zu flexiblen Bedienformen (Quelle: BBSR Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum)

Insbesondere in ländlichen Räumen bieten diese hier zusammengefassten „alternativen“, „innovativen“ bzw. „flexiblen“ Angebotsergänzungen Potenziale, um private Pkw-Einzelfahrten zu reduzieren, Besetzungsgrade zu erhöhen und Mobilität ohne eigenes Auto zu sichern. In den letzten Jahren ist die Komplexität der verschiedenen Angebotsformen immer weiter gestiegen. Weiterführende Literatur ist in der Literaturliste am Ende des Kapitels angeführt.

5.7.2 Status Quo Flexible und alternative Mobilitätsangebote im Allgäu

Wie sich herausgestellt hat, beschäftigen sich bereits eine Reihe von Kommunen mit alternativen Bedienformen und erste Projekte sind bereits umgesetzt. Einen übergreifenden stetigen Austausch zwischen den Gebietskörperschaften, in denen diese Mobilitätsinnovationen im Vordergrund stehen, gab es dazu bislang jedoch nicht.

Landkreisübergreifend / Region Allgäu

Im Allgäu bieten zum Teil bereits verschiedene **Hotels Transfers** von und zu Bahnhöfen als Mobilitätsangebot u. a. bei der An- und Abreise an. Ebenso wurden im Allgäu bereits **zusätzliche (Bus)Angebote** insbesondere für Tourist:innen geschaffen.

- Den Gästen im Allgäu stehen bereits **Bergsteiger Busse** (beispielsweise in die Spielmannsau) und **kostenfreie Skibusse** (z.B. zur Fellhornbahn, sowie von Kempten ins Oberallgäu) zur Verfügung.

- Daneben ist der Einsatz von **Sonderverkehren bei großen Veranstaltungen** (z.B. Viehscheid¹⁵¹ im NVP Oberallgäu) bereits fest integriert. Weitere Beispiele aus der Region sind der Tänzelfestbus, Römerbus etc.

Darüber hinaus sind bereits erste Projekte mit **Einsatz von autonom-fahrenden Shuttle** in der Region zu finden.

- Beispielsweise die Nutzung eines solchen Systems im Rahmen der **Landesgartenschau in Lindau**¹⁵² sowie eine erste **Studie zum Einsatz von autonomen Fahrzeugen** in Allgäuer Bergtälern im Oberallgäu im Kontext „Wandertourismus“ in Zusammenarbeit mit der Hochschule Kempten¹⁵³.

151 Vgl. Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren.

152 Vgl. <https://www.continental.com/de/fahrerloses-shuttle-auf-der-landesgartenschau/>, (12.01.2022).

153 Vgl. <https://www.allgaeu-klimaschutz.de/zukunft-der-mobilitaet.html>, (12.01.2022).

Insbesondere bei der Anbindung an mit dem ÖPNV schwer erreichbaren POIs oder Zielen im Alltagsverkehr werden im Allgäu bereits verschiedene **Carsharing Systeme** angeboten und sind in Kapitel 5.5 in Auszügen benannt.

- Mit dem **Projekt eE-Tour** und dem Folgeprojekt **econnect eE-Tour** ist das Allgäu bereits seit 2009 im Bereich E-Mobilität und E-Carsharing bei den Zielgruppen Gäste und Einheimische in Zusammenarbeit mit der Hochschule Kempten aktiv.¹⁵⁴

LK Oberallgäu und Stadt Kempten

- Im **Mobilitätskonzept** der kreisfreien Stadt **Kempten** wird explizit festgehalten, dass das Angebot alternativen Bedienformen im ÖPNV weiter ausgebaut werden soll. Insbesondere das bereits verkehrende **AST Angebot** im südlicheren Allgäu (Kempten, Sonthofen, Immenstadt) soll erweitert werden.¹⁵⁵
- Ein gebündelter Bedarfsverkehr ohne festen Fahrplan und Routenführung startete im Dezember 2021 im **LK Oberallgäu** in der Marktgemeinde Bad Hindelang. Das **EMMI-MOBIL**¹⁵⁶ mit E-Kleinbussen wurde ebenfalls als bedarfsgerechte Ergänzung zum ÖPNV insbesondere auch für die Zielgruppe der Tourist:innen und Ausflugsgäste konzipiert. Ziel des Systems ist, die Mobilität in der Fläche zu verbessern. Dazu wird das Gebiet zum nächsten ÖPNV-Anschluss oder zur weiteren virtuellen Haltestelle bedient. Mit der Gästekarte der Region ist die kostenlose Nutzung des Angebots für Tourist:innen möglich. Eine App erleichtert zudem die Nutzung. Durch vergünstigte Konditionen durch die **Bürgercard mobil** sollen Nutzungsanreize für die Zielgruppe der Einheimischen geschaffen werden den (neuen) Mobilitätsservice zu nutzen.
- In **Oberstdorf** wurde im Interview ergänzend zum klassischen ÖPNV auf die **Ski- und Bergsteigerbusse** verwiesen. Regionalspezifische Angebot wurden benannt, wie der Walser Bus zur Anbindung in Richtung Kleinwalsertal mit enger Taktung, der Bergsteiger Bus in die Spielmannsau sowie der kostenfreie Ski-Bus zur Fellhornbahn als ein Angebot im Winter.
- Der Bereich **Sharing** schafft ebenfalls Mobilitätsangebote. Diese sind kein ÖPNV, sondern obliegen aktuell Anbietern außerhalb der klassischen ÖPNV-Trägerschaften, teilweise sind sie in das ÖPNV-Konzept integriert (Beispiel NextBike als Teil des Mobilitätsangebots der Münchener Verkehrsgesellschaft). Als ein landkreisübergreifendes System kann an dieser Stelle das Projekt **AllgaEu-mobil**¹⁵⁷ im **Oberallgäu** genannt werden. Bis 2023 soll eine Organisationsstruktur für flexible und umweltfreundliche Mobilität in 15

154 Vgl. Hochschule Kempten (2013): econnect eE-Tour Allgäu 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=v6qXstRthi0>, (12.01.2022).

155 Vgl. VCDB VerkehrsConsult Dresden- Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempten 2030.

156 Vgl. <https://www.badhindelang.de/urlaub/emmi-mobil>, (11.01.2022).

157 Vgl. <https://www.allgaeu-klimaschutz.de/projekt-allgaeumobil.html>, (12.01.2022).

Kommunen geschaffen werden. Gefördert wird unter anderem der Bereich **Carsharing** und **Mitfahren** (Fahrmob.eco).

- Ein **Carsharing** Angebot in der Region ist außerdem der **stadt/dorfflitzer Kempten** sowie **Ford-Carsharing**. Dazu wurde im Rahmen des INTERREG-eHUB-Projektes ein **Sharing-System für E-Autos** eingeführt (Partner Autohaus Sirch, buchbar über die Flinkster App der Deutschen Bahn). An den Mobilpunkten sollen künftig auch E-Bikes und Lastenräder ausgeliehen werden können. Darüber hinaus werden die Sharing Plattformen „getaround“ und „snappcar“ zur Vermittlung privater Fahrzeuge genutzt.
- **Oberstorf** plant sein **Fahrradverleihsystem** zu erweitern im Rahmen des Ziels „emissionsfreies Oberstorf“.

LK Ostallgäu und Stadt Kaufbeuren

- Der **Nahverkehrsplan für den LK Ostallgäu** und die **Stadt Kaufbeuren** benennt, dass ein **nachfrageabhängiges Angebot an Linientaxis** über den Linienverkehr hinaus angeboten wird. Zur Bestellung des Dienstes muss eine telefonische Voranmeldung mindestens 60 Minuten im Voraus stattfinden. Der Service dient zur Verstärkung der Verkehre bestimmter Linien.¹⁵⁸
- Zusätzlich zum regulären Linienangebot des klassischen ÖPNV und den beschriebenen Linientaxis bietet der LK Ostallgäu ein **klassisches AST-System**. Dabei richtet sich der Fahrpreis nach der Anzahl der durchquerten Waben. Anreize für die Nutzung werden primär mittels des Preises gefördert. Die Finanzierung des Systems wird über Eigenmittel gedeckt. Eine Evaluierung zeigte, dass das Angebot gut angenommen wird. Weitere Entwicklungen im Bereich On-Demand System im LK sind gegenwärtig bereits in Planung.
- Daneben existieren ebenfalls sogenannte **Pendelbusse** von zentralen Parkplätzen zu bestimmten POIs. Pendelbusse werden bspw. in Neuschwanstein¹⁵⁹ eingesetzt.
- In Füssen wird u.a. ein **autonom fahrender Bus** eingesetzt am Parkplatz Festspielhaus.
- Angebote zum **Carsharing** existieren im Landkreis Ostallgäu in Kaufbeuren (Carsharing e.V.) und in Marktoberdorf (Autowelt Fischer). Außerdem gibt es ein Carsharing Projekt in Füssen.

¹⁵⁸ Vgl. Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den LK Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, S. 57.

¹⁵⁹ Vgl. <https://www.neuschwanstein.de/deutsch/tourist/anfahrt.htm>, (12.01.2022).

LK Westallgäu und Stadt Lindau

- Eine ehrenamtlich betriebene Angebotsergänzung in Form eines Bürgerbussystems besteht im **LK Lindau**: das **BürgerMobilität Argental**¹⁶⁰. Das Bürgermobil verkehrt seit 2020 überwiegend für die Zielgruppe der Senior:innen. Derzeit wird die Einführung eines weiteren Bedarfsverkehrs Systems mit ausgeweiteter Zielgruppe im LK geplant.
- In **Lindau** werden an zentralen Parkplätzen zu bestimmten POIs in der **Stadt Pendelbusse** und **Elektro-Roller**¹⁶¹ eingesetzt.
- Ein **Carsharing** Angebot aus der Region ist beispielsweise das **WestAllgaeuMobil**. Außerdem gibt es das **Lindau E-Carsharing Just Explore**, sowie getaround.
- In **Lindau** ist aktuell ein **interkommunales Mietradsystem** mit einheitlichem Zugang und Tarif für die Region in Planung. Beteiligt sind die Gebietskörperschaften Bodenseekreis, Konstanz und Ravensburg.
- **Lindau** und **Lechbruck** sind am **Modellprojekt** „Lastenrad mieten, Kommunen entlasten - Aufbau eines Lastenradmietsystems in Kommunen“¹⁶² beteiligt, gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr.
- Lindau ist außerdem über **Fernbuslinien** erreichbar.

LK Unterallgäu und Stadt Memmingen

- Memmingen verfügt **bedarfsgesteuerte Angebote** (Rufbus/Ruftaxi/Anruf-Sammel-Taxi); auch der Nahverkehrsraum Memmingen-Unterallgäu verfügt über ein AST-System.
- Im **LK Unterallgäu** fährt seit dem Jahr 1998 ein **klassisches Rufbussystem**, welches fixe Routen bedient, jedoch durch die Bevölkerung nur gering nachgefragt wird. Daneben wurde mit dem **Flexi-Bus**¹⁶³ ein offeneres System geschaffen, denn neben den ÖPNV Haltestellen werden zusätzliche Flexi-Bus Haltestellen bedient. Ziel ist, dass der/die Kund:in max. 150 Meter zur nächsten Flexi-Bus Haltestelle laufen muss. Seit 2018 sind im **LK Unterallgäu** von den 52 Gemeinden mit knapp 100.000 Einwohner bereits 32 mit dem **Flexi-Bus** erschlossen. Der Flexi-Bus fährt von Montag bis Sonntag, unter der Woche bis 20 Uhr und am Wochenende bis 19 Uhr. Der Flexi-Bus wird von einem örtlichen Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt und ist über eine App und das Telefon buchbar. Die Vorlaufzeit für die Buchung beträgt 30 Minuten bis maximal vier Wochen. Passend zum Angebot wurde eine mobile App entwickelt, um es noch attraktiver zu gestalten. Das System wurde als **fahrplanloser-**

160 Vgl. https://www.allgaeuer-zeitung.de/allgaeu/weiler/das-b%C3%BCrgermobil-argental-bringt-senioren-ab-september-kostenlos-zum-arzt_arid-224730, (12.01.2022).

161 Vgl. <https://www.lindau.de/aroundme/detail/26138>, (12.01.2022).

162 <https://www.lastenrad.bayern.de/> (09.03.2022).

163 Vgl. <https://www.flexibus.net/>, (11.01.2022).

Flächenverkehr vorgestellt, stellt eine Ergänzung zum klassischen ÖPNV dar und wird laut dem LK nach ersten Evaluationen der Nutzer:innenzahlen gut angenommen.

- Als eine Art des Sonderverkehrs der Region wird der **Memmingen Airport-City-Shuttle** erwähnt. Es werden durchgehende Bahnfahrkarten mit Zubringer per Bus und/ oder Bahn vom Wohnort der Reisenden bis zum Memmingen Allgäu Airport geboten, die auch als Fahrkarte für den Airport-City-Shuttle gelten. Die Fahrt mit dem Memmingen Airport-City-Shuttle ist in der Bahnfahrkarte enthalten.¹⁶⁴
- Ein **Carsharing** Angebot in der Region ist beispielsweise das **stadt/dorfflitzer Ottobeuren**. In Memmingen sind Stellflächen für Sharing in Planung.
- In Ottobeuren existiert zudem das Projekt www.ottobeuren-macht-mobil.de. Diese **Mitfahrplattform** wird in Ottobeuren seit 2019 von über 20 Vereinen genutzt. Dabei fungieren Vereinsmitglieder als Verkehrsbotschafter, die weitere Mitglieder werben. Ab April/Mai 2022 wird sie auch als **App** nutzbar sein.

5.7.3 Perspektiven der Bewohner:innen zu Flexiblen und alternativen Mobilitätsangeboten

Obwohl bereits eine Reihe an Projekten zu flexiblen Ergänzungsformen im ÖPNV im Allgäu existieren, wurde im Rahmen der Bürger:innen Online-Befragung¹⁶⁵ deutlich, dass weiterhin Verbesserungsbedarfe im Bereich der alternativen Mobilitätsangebote besteht. In Bezug auf die **Einführung / Erweiterung von flexiblen Bedarfsverkehren** wie AST, Rufbus oder **private On-Demand Angebote** sehen die Befragten einen mittleren bis hohen Handlungsbedarf von 73 % sowie beim Ausbau von **Shuttle-Services** zur Überbrückung der „Letzen Meile“ zu touristischen Sehenswürdigkeiten / Freizeitorten einen mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf von 86 %.

Darüber hinaus zeigen die Befragungsergebnisse bzgl. der Erweiterung des Mobilitätsangebots für **(E-)Carsharing** einen mittleren bis sehr hohen Handlungsbedarf von 76 % auf.¹⁶⁶

164 Vgl. Verkehrsverbund Mittelschwaben. Sonderverkehr. <https://www.vvm-online.de/unser-angebot/sonderverkehr>, (24.01.2022).

165 Für die Detailauswertung siehe Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Allgäu.

166 Die dargestellten Werte schließen jeweils die Gruppe mit der Antwortangabe „keine Antwort“ aus den Berechnungen aus.

5.7.4 Anforderungen an künftige Entwicklungen zu flexiblen und alternativen Mobilitätsangeboten

Auf regionaler Ebene wird mit der formulierten Maßnahme in der **Marken- und Destinationsstrategie** der Marke Allgäu „Weiterentwicklung der (ÖPNV-) Infrastruktur auch über Landkreise hinweg (Bergbahnen, Züge, **Roller, Rad**, E-Mobilität, **Carsharing**) – Fusion Mobility Projekt, [...] etc.“¹⁶⁷ die Weiterentwicklung des klassischen ÖPNVs mit Hilfe u.a. von flexiblen Angeboten als allgäuweites Ziel formuliert. Die verschiedenen Angebotsformen können einen Beitrag leisten, die Erreichbarkeit von bis dato schlecht angebundenen Orten zu erhöhen. Somit sind sie als Ergänzungen des klassischen ÖPNVs anzusehen, um insgesamt die Mobilität ohne eigenen Pkw zu verbessern.

Wichtig bei der Umsetzung ist, dass diese stets **als Teil eines Gesamtsystems** geplant werden, sodass intermodale Anschlüsse sichergestellt werden und möglichst keine parallelen Strukturen aufgebaut werden, die sich kannibalisieren, sondern im Gegenteil sich unterstützen.

Eine große Herausforderung stellt dabei die sich immer weiter **diversifizierende Akteurslandschaft** dar. Eine Vielzahl an unterschiedlichen Produktanbietern hat den Markt erobert, die eine Reihe an neuen Mobilitätsangeboten bereitstellen. Sowohl die Produkte als auch die neuen Anbieter gilt es im gemeinsamen Austausch mit den klassischen Planenden der Verwaltungen und der ÖPNV-Trägerschaften zu koordinieren und die weiteren Entwicklungen aufeinander abzustimmen, dass entsprechend die bestmöglichen verkehrlichen Wirkungseffekte erreicht werden.

Weiterführende Literatur zu Flexible und alternative Mobilitätsangebote im ländlichen Raum:

- Mobilitäts- und Angebotsstrategien in ländlichen Räumen. Planungsleitfaden für Handlungsmöglichkeiten von ÖPNV-Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftlicher Aspekte flexibler Bedienungsformen (BMVI 2016):
https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Publikationen/G/mobilitaets-und-angebotsstrategien-in-laendlichen-raeumen-neu.pdf?__blob=publicationFile
- Planungsleitfaden für Handlungsmöglichkeiten von ÖPNV-Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftlicher Aspekte flexibler Bedienungsformen (BMVI 2016):
<https://www.vdv.de/mobilitaets-und-angebotsstrategien-in-laendlichen-raeumen-low-bmvi.pdf>
- Sicherung von Versorgung und Mobilität. Strategien und Praxisbeispiele für gleichwertige Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen (BMVDI 2022)
www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Publikationen/G/abschlussbericht-versorgung-mobilitaet-laendlicher-raum.pdf?__blob=publicationFile

¹⁶⁷ Vgl. Allgäu GmbH (2020): Marken- und Destinationsstrategie 2030.

- Bauen für die neue Mobilität im ländlichen Raum. Anpassung der baulichen Strukturen von Dörfern und Kleinstädten im Zuge der Digitalisierung des Verkehrs (BBSR 2021):
https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/bbsr-online/2021/bbsr-online-13-2021-dl.pdf?__blob=publicationFile&v=3
- Mobilität – Erreichbarkeit – Ländliche Räume. ... und die Frage nach der Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse (Thünen-Institut für Ländliche Räume 2020). Tagungsband mit vielen Best Practices:
https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn062125.pdf
- Autonome Shuttle-Busse im ÖPNV. Analysen und Bewertungen zum Fallbeispiel Bad Birnbach aus technischer, gesellschaftlicher und planerischer Sicht (Riener et. al. 2020)
https://www.stmb.bayern.de/assets/stmi/vum/handlungsfelder/2020_autonomeshuttlebusse-im-oepnv.pdf

5.8 Status Radnetz & Radverkehr

Im folgenden Kapitel liegt der Fokus auf dem interkommunalen Radverkehr, wobei sowohl Projekte zur Förderung fahrradfreundlicher Strukturen für den Alltagsverkehr als auch für Freizeitverkehre vorgestellt werden.

5.8.1 Definition und Erläuterung

Die Förderung des Radverkehrs erlangt zunehmend an Aufmerksamkeit im medialen Diskurs. Und auch in verkehrspolitischen Debatten wird der Radverkehr zunehmend als ernst zu nehmendes Handlungsfeld in den Fokus gerückt. Neben den positiven Auswirkungen auf Umwelt, Klima und die Lebensqualität in Städten und Gemeinden, fördert Radfahren die Gesundheit der Menschen, verringert die Überlastung der Straßen und reduziert den Flächenverbrauch, der durch die Schaffung von Parkplätzen entsteht.¹⁶⁸

Die Auswahl an Fahrradtypen hat in den letzten Jahren eine immense Diversifizierung erfahren. Das Portfolio reicht von dem klassischen Alltagsfahrrad für Stadt und Land über Mountainbikes bis hin zu Lastenrädern. Dabei haben die Entwicklungen der Elektromobilität auch im Fahrradverkehr neue Nutzungsmöglichkeiten erschlossen. Elektrofahrräder sind keinesfalls nur etwas für ältere oder mobilitätseingeschränkte Personen, sondern ermöglichen es auch jüngeren und fitten Personen, schneller voranzukommen, weitere Distanzen zu überwinden und anspruchsvolle Topographien

¹⁶⁸ Vgl. Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2012): Nationaler Radverkehrsplan 2020. Den Radverkehr gemeinsam weiterentwickeln,
https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Anlage/StV/nationaler-radverkehrsplan-3-0.pdf?__blob=publicationFile, (21.04.2022), S. 11 ff.

ausgleichen – ein Vorteil, der insbesondere in den hügeligen Regionen des Allgäus von besonderer Relevanz ist.

Genauso wie unterschiedliche Fahrradarten existieren, so handelt es sich auch bei den Radfahrer:innen um eine sehr heterogene Gruppe. Unterschiede in der soziodemographischen Nutzerstruktur (z. B. Kinder, Jugendliche, Erwerbstätige, Rentner:innen) und den Wegezwecken (z. B. Arbeit, Ausbildung, Freizeit) spiegeln sich in einem breiten Spektrum an unterschiedlichen Nutzungsansprüchen wider. Damit werden auch unterschiedliche Anforderungen an die bestehende oder neu zu planende Radwegeinfrastruktur gestellt.¹⁶⁹

Radnetze können in zwei Arten differenziert werden. Zum einen in das **Freizeitradnetz** und zum anderen in das **Alltagsradnetz**. Ersteres bildet eine Struktur von so genannten Radfernwegen ab, welche der Erholung oder touristischen Zwecken dienen und als eine festgelegte Strecke bzw. einem Rundkurs ausgewiesen sind.¹⁷⁰ Diese Routen können miteinander verknüpft ein touristisches Radnetz bilden, bei denen der Weg das Ziel ist, gleichzeitig jedoch für den Alltagsradverkehr nicht immer attraktiv ist. So genannte **Themenradwege** gehören ebenfalls zu den touristischen Radwegen und ziehen sich an kultur-, natur- oder geographiebezogenen Sehenswürdigkeiten entlang. Solche Routen sind besonders ausgewiesen und gekennzeichnet.¹⁷¹

Nach dem Radreiseanalyse-Bericht 2020 des ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) gehören zu den vier meistbefahrenen Regionen in Deutschland vor allem der Bodensee, die Ostsee/-küste sowie das Emsland und das Allgäu.¹⁷² Damit gehört das Allgäu zu den beliebtesten Radregionen Deutschlands.

5.8.2 Status Quo Radverkehr

Die Förderung von Radtourismus sowie des Alltagsradverkehrs im Allgäu gilt als ein zentraler Baustein einer nachhaltigen Entwicklung. So wurde beispielsweise in der **Marken- und Destinationsstrategie 2030** der Allgäu GmbH insbesondere das „**Rad als Mobilitätslösung** und **verbindendes Element als Ergänzung zum ÖPNV**, bspw. **Pendel-E-Bike** zwischen Städten, Kulturhotspots, zu Wanderausgangspunkten, zu Kulinarik-Hotspots“ beschrieben.¹⁷³

169 Vgl. <https://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/57670/>, i.V.m. <https://www.zukunft-nachhaltige-mobilitaet.de/experimentierklauseln-und-ihre-nutzung/>, (07.01.2022).

170 Vgl. Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.. Was sind Radfernwege?. <http://www.adfc.de/adfc-reisenplus/fachinfos/fachausschuss-tourismus/was-sind-radfernwege>, (20.01.2022).

171 Vgl. Daschke, Daniel. Die beliebtesten Themenradwege in Deutschland. <https://www.schoene-radwege.de/radwege/themenradwege/>, (20.01.2022).

172 Vgl. Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. ADFC-Radreiseanalyse 2020. https://www.adfc.de/fileadmin/user_upload/RRA-Handout_2020_Final.pdf, (20.01.2022).

173 Vgl. Allgäu GmbH (2020): Marken- und Destinationsstrategie2030.

Das Allgäu kann bereits auf eine Reihe von Beispielen einer erfolgreichen Radverkehrsförderung blicken. So wurden bspw. auch **Kempen**¹⁷⁴ und **Sonthofen**¹⁷⁵ als „fahrradfreundliche Kommunen in Bayern“ zertifiziert.

Eine von den Kommunen häufig genutzte Möglichkeit zur Förderung einer Fahrradkultur ist auch die Teilnahme an Aktionen wie **STADTRADELN**, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und die Motivation zum Radfahren zu steigern.

Zusammenfassend wurde von den Radverkehrsbeauftragten in Interview ein **gut ausgebautes Freizeitradverkehrsnetz** mit einer **flächendeckenden, wegweisenden Beschilderung** im Allgäu beschrieben. Dies wurde 2020 auch in einem Projekt von der Allgäu GmbH überprüft und Verbesserungsvorschläge an die Kommunen zurückgespielt.

In den letzten Jahren wurde der Blick seitens der GKs stärker auf die Förderung einer **Inter- und Multimodalität** im Bereich Radverkehr sowie die Nutzung des Fahrrads im Bereich des **Pendelverkehrs** gelenkt. Sichtbar wird dies in Maßnahmen wie dem weiteren Ausbau der **Verschneidung zwischen ÖPNV und Radverkehr** (B+R-Stationen, Verbesserung Mitnahmemöglichkeit im ÖPNV)¹⁷⁶ sowie die gemeinsame Radverkehrsentwicklung in Form von **Radverkehrskonzepten** auf GK- bzw. Landkreisebene¹⁷⁷.

Im Bereich des Radtourismus sollen bestehende **Fernradwege** (Illerradweg, Fernradweg Wertach, Bodensee-Königssee-Radweg, Allgäu Radweg etc.) weiter ausgebaut werden und z. B. mit Rast- und Informationsangeboten sowie Ladeinfrastrukturen für Pedelecs ausgestattet werden. Darüber hinaus sollen Fahrradstationen in Zentrumsbereich oder an POIs implementiert werden.¹⁷⁸

Nachfolgend sind weitere Projekte gelistet, die insbesondere die interkommunale Ebene einer Radverkehrsförderung adressieren und die von den beteiligten Experten genannt wurden:

174 Vgl. <https://www.kempen.de/fahrradfahren-25899.html> (04.03.2022)

175 Vgl. <https://www.stadt-sonthofen.de/radstadt/unser-weg-zur-radstadt/> (04.03.2022)

176 Vgl. Rhein-Main-Verkehrsverbund Servicegesellschaft mbH; Planungsbüro für Verkehr Bornkessel & Markgraf GbR, ZIV (2018): Nahverkehrsplan des regionalen Nahverkehrsraumes Memmingen-Unterallgäu – Fortschreibung.; Meder, Erik; Nitsch, Jan; Weigel, Melanie (2020): Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren.; Energie- & Umweltzentrum Allgäu eza! (2017): Landkreis Oberallgäu Masterplan 100% Klimaschutz.; top plan (2019): Radwegekonzept für den Landkreis Linau (Bodensee).

177 Vgl. top plan (2019): Radwegekonzept für den Landkreis Linau (Bodensee).; Energie- & Umweltzentrum Allgäu eza! (2017): Landkreis Oberallgäu Masterplan 100% Klimaschutz.; Reinartz, Angelika; Wolff, Lena; Cekic Derya: (2020): Gesamtstädtisches Rad- und Fußverkehrskonzept für die Stadt Kaufbeuren.

178 Vgl. beispielsweise VCDB VerkehrsConsult Dresden- Berlin GmbH (2017): Mobilitätskonzept Kempen 2030., Reinartz, Angelika; Wolff, Lena; Cekic Derya: (2020): Gesamtstädtisches Rad- und Fußverkehrskonzept für die Stadt Kaufbeuren.

- **Kaufbeuren** setzt mit seinem **Rad- und Fußwegekonzept** auf eine durchgängige Infrastruktur. Die Radwege weisen unterschiedliche Ausbauzustände auf und innerhalb eines Streckenverlaufs gibt es z. B. 12 verschiedene Kreuzungstypen. Dies soll mit Hilfe des Konzeptes behoben werden.
- In **Memmingen** sollen mehr sichere und komfortable Radabstellplätze geschaffen werden. Das touristische Vermarktungskonzept der Stadt Memmingen fokussiert auf den **überregionalen Radtourismus** und die Verbesserung der Übernachtungskapazitäten entlang des **Iller-Radwegs**. Als Zielsetzung wurde der Radanteil am Modal Split auf 30 % festgelegt.
- Die Stadt **Füssen** plant die Verbesserung der Fahrradinfrastruktur durch Neugestaltung der Fahrradplätze mit **Abstellflächen für E-Bikes**.
- Im **LK Unterallgäu** zählt Radverkehr zu einem der zentralen Handlungsfelder im Bereich Verkehr & Mobilität. Ein Freizeitradwegenetz besteht und für den Ausbau eines **Alltagsradwegenetz** werden derzeit Bedarf und Fördermöglichkeiten geprüft.
- **Oberstdorf** plant einen intermodalen **Mobilitätshub** am Bahnhof inklusive einer Erweiterung durch ein **(E-)Bike-Sharing**¹⁷⁹ System und beschreitet damit weiter den Weg von einem „autofreien Oberstdorf“ zu einem „**emissionsfreien Oberstdorf**“. Die Nachfrage nach **E-Bikes in den Verleihgeschäften vor Ort** (z. B. Bikeshop, Beherbergungsbetriebe, etc.) ist so hoch, dass ein **separates (E-)Bike Verleihsystem** installiert werden soll. Momentan stehen bis zu 2.000 Ausleihbikes zur Verfügung.
- Auch **Lindau** arbeitet an innovativen Angeboten: Zum Interviewzeitpunkt stand eine Potenzialanalyse zu einem übergreifenden **Mietradverkehr im gesamten Bodenseeraum** in den Startlöchern. Das System konzentriert sich auf die **erste und letzte Meile**. Beteiligte sind der Bodenseekreis, Konstanz und Ravensburg. Ziel ist ein **regionales Mietradsystem** zu implementieren mit einheitlichem Tarif und Zugang.
- **Lindau** und **Lechbruck** sind außerdem am **Modellprojekt** „Lastenrad mieten, Kommunen entlasten - Aufbau eines Lastenradmietsystems in Kommunen“¹⁸⁰ beteiligt, das vom Bayerischen Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr gefördert wird.

179 Definition Bike Sharing: „Der Begriff Bike Sharing stammt aus dem Englischen und kann in etwa mit der Bedeutung „Fahrradverleih“ übersetzt werden. Er beschreibt die organisierte, gemeinschaftliche Nutzung von Fahrrädern, die in der Regel von Unternehmen, Kommunen oder Kommunalverbänden bereitgestellt werden. Die Fahrräder stehen an öffentlich zugänglichen Stellplätzen zur Verfügung. Die Fahrräder können dabei an einer Station ausgeliehen und an einer anderen zurückgegeben werden. Dieses System ist besonders für die kurzfristige Nutzung der gegen ein Entgelt zur Verfügung gestellten Räder im urbanen Raum ausgelegt. Das Ziel ist, dass die Fahrräder möglichst vielen Nutzern pro Tag zur Verfügung stehen.“ Quelle:

<https://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/462758/>, (02.02.2022).

180 <https://www.lastenrad.bayern.de/> (09.03.2022).

- Im Rahmen des Projekts North-West INTERREG eHUB sollen in **Kempten** weitere Mobilpunkte eingerichtet werden, an denen neben aktuell verfügbaren **Carsharing-Fahrzeugen** auch E-Bikes und E-Lastenfahrräder bereitstehen.¹⁸¹

Die Diskussionen innerhalb der AK Interkom Sitzungen verdeutlichten, dass sich bereits zahlreiche Maßnahmen in der Umsetzung befinden. Aktuell wird in allen Regionen eruiert, wie der Vorschlag des Bayerischen Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr für ein **bayernweites Radverkehrsnetz** für den Alltagsradverkehr mit den Plänen der jeweiligen Landkreise hinsichtlich Radwegbeschilderung, Freizeitradwegenetz, Alltagsradwegenetz übereinstimmt. Dabei wird z.B. geprüft, welche Maßnahmen in den einzelnen GKs bzw. LKs noch mit aufgenommen werden müssen und an welchen Stellen noch Verbesserungspotenziale bestehen.

5.8.3 Perspektiven der Bewohner:innen zum Feld Radverkehr

Trotz dessen, dass in den Interviews der Zustand der Radinfrastrukturen überwiegend als gut beschrieben wurde, zeigen die Ergebnisse aus der Befragung¹⁸², dass aus Sicht der Bürger:innen durchaus Verbesserungsbedarf besteht. Insbesondere für den Ausbau / die Verbesserung der interkommunalen **Radinfrastruktur** sahen 84 % mittleren bis sehr großen Handlungsbedarf an. Als weiterer zentralere mittlere bis sehr hohe Anpassungsbedarfe wurden eine **Bezuschussung beim Kauf von Lastenrädern oder Elektrorädern** (71 %), sowie eine Ausweitung des **interkommunalen Verleihsystems** von Rädern (77 %) benannt. Im Bereich E-Infrastruktur gaben die Befragten einen mittleren bis sehr großen Handlungsbedarf von 78 % beim Ausbau der **Ladeinfrastruktur für E-Räder** an.¹⁸³

Neben den Handlungsbedarfen wurde in der Befragung ebenfalls die tägliche **Wegelänge zur Arbeit** (einfache Strecke) abgefragt. Dabei ergab sich, dass diese bei 32 % der Befragten 0,1 bis 5 km beträgt. 16 % haben Pendelstrecken von 6-10 km und 9 % von 11-15 km. Damit wird ersichtlich, dass für mindestens ein Drittel der Befragten das herkömmliche Fahrrad durchaus beim Pendeln eingesetzt werden könnte. Durch die elektrischen Motorunterstützungen erhöhen sich dazu die möglichen, mit dem Fahrrad machbaren Pendeldistanzen. Das Elektrofahrrad eignet sich für Strecken bis zu 15 km, d.h. für insgesamt 57 % könnte (mindestens bei geeignetem Wetter) das (E-) Fahrrad zum Einsatz kommen. Zudem gilt es die topographischen Bedingungen in Form von Steigungen ebenfalls zu betrachten, da dies Einfluss auf die Pendelstrecke haben könnte. Bei regelmäßiger Nutzung wirkt sich die Fahrradnutzung auch positiv auf die Gesundheit aus.

¹⁸¹ Vgl. <https://www.kempten.de/22265.html> (28.02.2022).

¹⁸² Für die Detailauswertung siehe Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Allgäu.

¹⁸³ Die dargestellten Werte schließen jeweils die Gruppe mit der Antwortangabe „keine Antwort“ aus den Berechnungen aus.

5.8.4 Anforderungen an künftige Entwicklungen im Feld Radverkehrsplanung

Ziel des Radverkehrsprogramms Bayern 2025 des Freistaats ist die Schaffung eines landesweiten, durchgängigen und ganzjährig nutzbaren **Radverkehrsnetzes**, das die Hauptorte aller Städte und Gemeinden miteinander verbindet. Nach einer Bestandsaufnahme und Mängelanalyse soll das Radverkehrsnetz Bayern mit einer wegweisenden Beschilderung ausgestattet werden.

Besondere Bedeutung hat der Ausbau des **ländlichen Wegenetzes**. Das bisher rund 310.000 km umfassende ländliche Radwegenetz stellt eine wichtige Infrastruktur dar. Der Ausbau wird im Rahmen von Flur- und Dorferneuerungen vom Freistaat unterstützt. Auch Forstwege durch Privat- und Kommunalwälder sollen für den Radverkehr genutzt werden. Jährlich werden weitere rund 120 km Forstwege ausgebaut.

Wichtiger Teil einer fahrradfreundlichen Infrastruktur sind **adäquate Fahrrad-Parkmöglichkeiten** mit qualitativ hochwertigen Abstellanlagen. Der Standortwahl kommt bei der Planung von Abstellanlagen eine große Bedeutung zu. Insbesondere stark frequentierten Einrichtungen, insbesondere an Haltestellen bzw. Umsteigepunkten, tragen hochwertige und sichere Abstellanlagen in ausreichender Anzahl zur Attraktivierung von Mobilitätsdrehscheiben bei. Neben der guten Anbindung an den ÖPNV oder POIs, wie Einkaufsmöglichkeiten oder Museen, ist auch der uneingeschränkte Zugang mit direkten Wegen, sowie kurze Fußwegstrecken essenziell. Zudem sollte die Anzahl der Fahrradstände ausreichend bemessen sein und anhand einer Bedarfsabschätzung in den Gemeinden festgelegt werden. Kapazitätsreserven sind dabei zu beachten. Ein wesentlicher Faktor für eine attraktive Abstellanlage ist der Schutz vor Diebstahl und Wettereinflüssen. Eine Standortwahl im gut einsehbaren, evtl. zugangsgesicherten Bereich, ausreichende Beleuchtung und rahmenabschließbare Fahrradstände erschweren den Diebstahl. Zum Be- bzw. Entladen oder Abstellen von Anhängern oder Sonderfahrrädern ist es hilfreich, ein Kontingent an Abstellplätzen großzügiger ausulegen. Überdachungen sind nicht nur sehr wichtig, um Räder vor Witterung und Korrosion zu schützen, sondern auch deren Nutzer:innen beim Umkleiden, sowie Be- oder Entladen ihrer Fahrräder. Eine installierte Ladeinfrastruktur für E-Bikes macht eine längere Anfahrt auch für diese Nutzer:innen attraktiver.¹⁸⁴

Gleichermaßen ist die Fahrradinfrastruktur mit einheitlich gekennzeichneten **Fahrradwegweisungen** auszustatten. Näheres zur Ausgestaltung einer separaten Radverkehrswegweisung ist in dem "Merkblatt zur wegweisenden Beschilderung für den

184 Vgl. Bayerisches Staatsministerium des Inneren, für Bau und Verkehr: Mit dem Rad zum Bahnhof, [**GREEN CITY**
EXPERIENCE](https://www.bestellen.bayern.de/application/eshop_app000001?SID=1322850733&ACTIONxSESSxSHOWPIC(BILDxKEY:%2703500213%27,BILDxCLASS:%27Artikel%27,BILDxTYPE:%27PDF%27,(20.01.2022), S. 8 ff.</p></div><div data-bbox=)

Radverkehr¹⁸⁵ der FGSV beschrieben. Die einheitliche Beschilderung ist sowohl für den touristischen, also auch für den Alltagsverkehr ziel- und routenorientiert ausgelegt.

Neben diesen v. a. planerischen Anforderungen an künftige Radverkehrsinfrastrukturen stellt auch eine **positive Radkommunikation** einen wesentlichen Baustein einer effizienten Radverkehrsförderung dar. Für einige Personen sind dazu beispielsweise (E-) Lastenfahrräder noch völliges Neuland. Sie bieten doch nicht nur in urbanen Gebieten, sondern auch auf dem Land zahlreiche Nutzungsvorteile. Gerade bei solchen immer noch neuartigen Optionen sind Maßnahmen der Kommunikation von großer Bedeutung. Diese sollten nicht nur informieren, sondern v.a. mit Kampagnen verknüpft sein, die Möglichkeiten zum Ausprobieren und Erleben bieten.

Die Stärkung des touristischen Radverkehrs und des Fahrrads als Mobilitätslösung für den Alltag- und Pendelverkehr wird bereits in den Zielformulierungen der Marken- und Destinationsstrategie gefordert. Zukünftige Maßnahmen sollten daher sowohl den Bereich **Tourismus- und Freizeitverkehr** wie auch den Bereich des **Alltags-** und insbesondere **Pendelverkehr** adressieren.

Die Handlungsfelder einer Radverkehrsförderung sind vielfältig und reichen weit über infrastrukturelle Aspekte hinaus. In den Experteninterviews und im Austausch mit den GKs konnte nur ein Auszug der Aktivitäten erfasst werden. Laut Aussagen der Beteiligten wurden für das Handlungsfeld Radverkehr bereits verschiedene Austauschgremien ins Leben gerufen. Diese ersten Kooperationsaktivitäten gilt es auch zukünftig zu stärken und als feste Governance-Struktur zur Förderung des Radverkehrs auf Ebene der Region Allgäu zu etablieren.

185 <https://www.fgsv.de/fussgaenger-radverke.html> (21.04.2022)

Weiterführende Literatur zu Radverkehr:

- Literaturdatenbank des nationalen Fahrradportals (NRVP):
<https://nationaler-radverkehrsplan.de/de/literatur>
- Radverkehrsförderung im ländlichen Raum (NRVP):
<https://nationaler-radverkehrsplan.de/de/forschung/schwerpunktthemen/radverkehrsfoerderung-im-laendlichen-raum>
- Nationaler Radverkehrsplan 3.0 (BMVI 2021):
<https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/StV/Radverkehr/nationaler-radverkehrsplan-3-0.html>
- Infos des Umweltbundesamt: www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/nachhaltige-mobilitaet/radverkehr#gtgt-schnell
- Materialien der AGFK Bayern und Baden-Württemberg:
agfk-bayern.de und www.agfk-bw.de
- Informationsstelle „Fahrradparken an Bahnhöfen“:
<https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/StV/Radverkehr/fahrradparken-an-bahnhoefen.html>
- Radverkehrshandbuch RadlLand Bayern (Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr 2011):
<https://www.radverkehr.bayern.de/handbuch/index.php>

6 ABLEITUNG REGIONALER MAßNAHMEN

Im folgenden Kapitel werden die erarbeiteten Maßnahmen vorgestellt. Die ausgewählten Maßnahmen bilden einen **Orientierungs- und Handlungsrahmen** zur Förderung einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung in der Region Allgäu. Sie zeigen wichtige erste Schritte, die es nun weiter auszugestalten und umzusetzen gilt. Abbildung 20 illustriert die verschiedenen Analyseschritte und Beteiligungsformate (vgl. Kapitel 2) der Konzept- bzw. Maßnahmenentwicklung.



Abbildung 20: Methodische Bausteine der Konzeptentwicklung (Quelle: eigene Darstellung GCX)

Es wurden gemeinsam Maßnahmen für jedes der sechs Handlungsfelder (Querschnittsmaßnahmen, Mobilitätsmanagement, MIV, ÖPNV klassisch, Flexible und alternative Mobilitätsangebote, Radnetz & Radverkehr) erarbeitet.

Die Maßnahmen unterteilen sich in Basismaßnahmen, die es prioritär umzusetzen gilt und Folgeprojekte, die darauf aufbauen oder die Basismaßnahmen erweitern. Die **Basismaßnahmen** umfassen sowohl Basisstrukturen als auch Basisprojekte: **Basisstrukturen (BS)** gilt es *dauerhaft* aufzubauen, sie sind die Grundlage für die gemeinsame Arbeit auf regionaler Ebene. **Basisprojekte (BP)** beziehen sich dagegen auf *zeitlich befristete Aktivitäten* bzw. auf erste umzusetzende einzelne Projekte.

Die Basismaßnahmen (Strukturen und Projekte) haben Priorität. D.h. das Portfolio an weiteren **Folgeprojekten** bietet eher einen Ausblick an weiterführenden umzusetzenden

Maßnahmen. Hier wurden teils auch Ansätze für die lokale Ebene aufgenommen. Abbildung zeigt die Gliederung der jeweiligen Maßnahmen pro Handlungsfeld.



Abbildung 21: Definition und Strukturierung Maßnahmen (Quelle: eigene Darstellung GCX)

Die Reihenfolge der dargestellten Maßnahmen pro Feld stellt keine Priorisierung dar. Diese wird durch die Gebietskörperschaften gemeinsam festgelegt

Insgesamt wurden in den gemeinsamen Arbeitskreisen im Rahmen der Konzeptentwicklung über 90 Maßnahmen identifiziert und empfohlen. Um zu einer **Auswahl der wichtigsten kurz- und mittelfristig umzusetzenden Maßnahmen** des Konzepts zu gelangen (die sogenannten Basismaßnahmen), wurden im ersten Schritt **Bewertungskriterien** definiert, mittels derer die Ansätze bepunktet wurden. Je mehr positive Effekte durch die Maßnahme generiert werden können, desto höher wurden die Maßnahmen bewertet. In die Bewertung eingeflossen sind a) die Bedeutung des Ansatzes für die **regionale Ebene** – nur lokal umzusetzende und wirkende Maßnahmen standen nicht im Fokus der Betrachtung. Dazu wurde b) der potenzielle Beitrag zur **Reduzierung von Emissionen** abgeschätzt und c) die **verkehrlichen Wirkungseffekte** eruiert. Eine hohe verkehrliche Wirkung haben Maßnahmen, die helfen, Verkehr zu vermeiden sowie eine Verlagerung auf Verkehrsmittel des Umweltverbunds (öffentliche und alternative Angebotsformen, aktive Mobilität, v.a. Rad) unterstützen. So leistet bspw. eine Förderung alternativer Antriebsformen im Bereich des MIV (E-Pkw) zwar einen Betrag zur (lokalen) Emissionsreduktion, hat jedoch keinen Effekt auf die generierten Pkw-Verkehrsmengen bzw. Verkehrsleistungen und erhält damit keine Punkte für dieses Kriterienfeld. Da d) die **Entzerrung von Hotspots** als eine der großen Anforderungen des ersten Teilkonzepts im Vordergrund stand, wurde auch dieses als viertes Kriterium in der Bewertungsmatrix aufgenommen.

Ziel war es pro Handlungsfeld ca. fünf erste Basisprojekte zu definieren – auf Basis der prioritär zu entwickelnden Strukturen. Die Bewertung und finale Auswahl der Basismaßnahmen erfolgte gemeinsam durch den BK und wurde durch den AG und die GKs validiert. Durch die interdisziplinäre Aufstellung des BKs und unterschiedlichen Expertisen (Verkehrsplanung, Digitalisierung, strategische Mobilitätsentwicklung, Nutzer:innenverhalten, Governance sowie die Kombination aus praktischen und

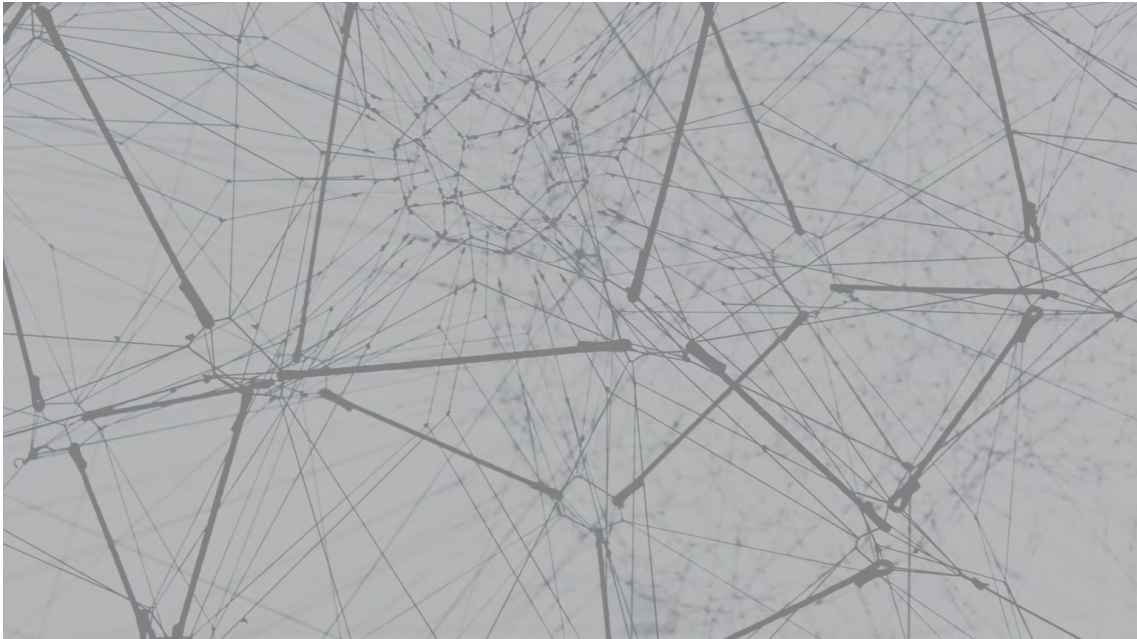
wissenschaftliche Perspektiven) wurde ein ganzheitlicher Blick gewährleistet. Die Bewertungsmatrix mit Übersicht der Basis- und Folgeprojekte kann der Anlage 7¹⁸⁶ entnommen werden.

Im Anschluss an die Vorstellung der ausgewählten Basismaßnahmen und Folgeprojekte pro Handlungsfeld werden außerdem **Best Practice** aufgezeigt. Diese stehen in Ergänzung zu den weiterführenden Literaturhinweisen bei den Ausführungen zum Status Quo in Kapitel 5. Die Beispiele bieten eine weitere Orientierungsgrundlage zur Ausarbeitung der nächsten Schritte und Aktivitäten. Auch können sie als Hinweise für eine mögliche Vernetzung und den Austausch mit Erfahrungsexperten genutzt werden. Außerdem werden jeweils Fördermöglichkeiten zur Umsetzung der jeweiligen Maßnahmen aufgezeigt. Am Ende des Kapitels sind diese in einer Übersicht zusammengefasst und mit handlungsfeldübergreifenden Förderungen ergänzt (vgl. Kapitel 6.7).

Das vorliegende Strategiepapier ist das erste Konzept, das auf der interkommunalen Ebene des gesamten Allgäus entwickelt wurde und Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität auf der regionalen Ebene des Allgäus aufzeigt. Aufgrund dieses Pioniercharakters und der geographisch sehr weit gefassten Maßstabsebene haben die abgeleiteten Maßnahmen einen sehr generischen Charakter. Infolge gilt es nun diese als prioritär umzusetzenden Maßnahmen weiter zu detaillieren und ggf. **vertiefende Fachkonzepte für die einzelnen Teilbereiche** zu erstellen. Die Implementierung der hier empfohlenen Basisstrukturen ist dabei der erste Schritt für alle weiteren Folgeaktivitäten auf der regionalen Ebene des Allgäus.

186 Anlage7_Übersicht_Maßnahmen_Allgäu, Hinweis: Es wurde von einer Bewertung der Basisstrukturen abgesehen, da diese einen eher indirekten Wirkungseffekt auf die Bewertungskriterien besitzen.

6.1 Querschnittsmaßnahmen für die Region Allgäu



Im Feld **Querschnittsmaßnahmen** sind Maßnahmen gebündelt, die sich nicht den einzelnen Verkehrsträgern zuordnen lassen, sondern im Gegenteil eine **verkehrsmittelübergreifende Betrachtung** erfordern oder **für alle Felder gleichermaßen relevant** sind. Zusammengefasst sind hier Ansätze a) zur Etablierung von Austausch- und Organisationsstrukturen, b) zur Kommunikation der verfügbaren Angebote und motivierenden Maßnahmen zur Förderung von Verhaltensänderungen sowie c) zur Förderung der Inter- und Multimodalität.

Bevor die jeweiligen Basismaßnahmen (Basisstrukturen und -projekte) erläutert werden, geben die Kästen zu Beginn der Unterkapitel einen Überblick zu den ausgewählten prioritären Handlungsansätzen.

BASISSTRUKTUREN (BS) Querschnittsmaßnahmen

Aufbau gemeinsamer regionaler Strukturen für...

1. **Austausch** und **Vernetzung** der Akteur:innen sowie Wissenstransfer & Datenaustausch
2. Gemeinsame **Zielgruppen-Kommunikation** und **Sichtbarkeit** in der Region
3. Etablierung Mobilität & Kommunikation als Teil des **Destinationsmanagement**
4. Gemeinsame **Fördermittelakquise** im Bereich nachhaltige Mobilität

BASISPROJEKTE (BP) Querschnittsmaßnahmen

1. Förderung der **Inter- und Multimodalität** mit Vernetzung der Verkehrsträger (digital & physisch)
2. **(Digitale) Bündelung, Vermittlung der Informationen** zur nachhaltigen Mobilität im Allgäu
3. Strategieentwicklung zum Einbezug der **Freizeitanbieter:innen für die Kommunikation** nachhaltiger Mobilität

6.1.1 Basisstrukturen (BS) Querschnittsmaßnahmen

BS-Querschnitt 1: Austausch und Vernetzung der Akteur:innen sowie Wissenstransfer & Datenaustausch

Die Erarbeitung und Schaffung adäquater **Strukturen und Verantwortlichkeiten** ist wesentliche Grundlage, um das Thema Mobilität und Förderung einer nachhaltigen Mobilität auf den jeweiligen Ebenen (GK, Kommune) voranzutreiben (vgl. Kapitel 5.1). Dabei müssen alle hier aufgezeigten Handlungsfelder im Blick behalten und die hier empfohlenen Maßnahmen weiter vorangetrieben werden.

Pro Gebietskörperschaft sollten Stellen für **Mobilitätsmanager:in** integriert werden (vgl. Kapitel 6.2), welche sich vor allem auf der **lokalen Ebene** um die Förderung adäquater Strukturierungsveränderung und Projekte kümmern. Außerdem bedarf es einer **weiteren verantwortlichen Stelle**, die sich spezifisch den Aktivitäten auf der **regionalen Ebene** annimmt und für die Vernetzung, Zusammenarbeit und Koordination der zentralen Akteur:innen auf der Ebene des Allgäus verantwortlich ist. Erfahrungsgemäß sollte in jedem Fall eine **Aufgaben-** bzw. **Ressourcenaufteilung** erfolgen, da nicht alle notwendigen Integrations- und Abstimmungsaufgaben über alle Mobilitätsbereiche hinweg allein durch den / die Mobilitätsmanager:in erfüllt werden können.

Die **Verstetigung der Vernetzung** der Akteur:innen auf der regionalen Ebene bildet die Basis für die weitere Arbeit im Allgäu zur Förderung nachhaltiger Mobilität. Eine Grundlage für die Vernetzung wurde innerhalb des Projekts mittels des Gremiums des **AK Interkom** gelegt. Ein derartiges Gremium sollte auch nach Beendigung des Förderprojekts weiterverfolgt werden. **Wissenstransfer und Datenaustausch** zu nachhaltigen Mobilitätsangeboten zwischen den GKs sind wesentlich, um **Synergien** zu identifizieren und bewusst zu schaffen.

Eine mögliche Fortsetzung der interkommunalen bzw. regionalen Zusammenarbeit und des Austauschs zu verschiedenen Maßnahmen und Projekten könnte auch in Form eines **Netzwerkes** umgesetzt werden. Hierbei besteht die Option an eine bestehende Kooperation auf lokaler Ebene (GK, Kommune) anzudocken und/oder eine eigene Struktur, wie z.B. den AK Interkom zu verstetigen oder in ähnlicher Form neu zu gründen.

Darüber hinaus sind in den letzten Jahren eine Reihe an verschiedenen Netzwerken und Formaten auf Länder- oder Bundesebene entstanden, die regelmäßig Veranstaltungen oder Wissensplattformen bieten. Diese sollten für den weiteren **Wissensaufbau** (Capacity Building) und die **Vernetzung über das Allgäu hinausgehend** genutzt werden.

Einige der Wissensplattformen laden u.a. explizit dazu ein, erfolgreiche Beispiele vor Ort zu teilen, um so das Voneinander Lernen und den Wissensaustausch untereinander zu fördern (u.a. mobilikon, wir bewegen Bayern). Projekte aus dem Allgäu sind hier bislang nur sehr dürtig vertreten. Die Möglichkeiten der Vernetzung bieten einen sehr niederschweligen Zugang und sollten in jedem Fall weiter in den Gebietskörperschaften bekannt gemacht und genutzt werden.

BEISPIELE FÜR WISSENSTRANSFER & NETZWERKE AUF BUNDESEBENE:

- Nationales Kompetenznetzwerk für nachhaltige Mobilität (NaKoMo): www.nakomo.de
- Deutsche Plattform für Mobilitätsmanagement (DEPOMM): www.depomm.de und die Deutsche Konferenz für Mobilitätsmanagement (DECOMM)
- Nationalen Stadtentwicklungspolitik (NSP): www.nationale-stadtentwicklungspolitik.de und Kongress der NSP
- Online-Nachschlagewerk und Best Practices Mobilikon des BBSR und des BMWSB, Fokus ländlicher Raum: www.mobilikon.de
- Fahrradportal des Bundes: www.nationaler-radverkehrsplan.de
- ÖPNV-Lab: www.oepnvlab.de
- ...

BEISPIELE FÜR WISSENSTRANSFER & VERNETZUNG AUF REGIONALER UND LANDESEBENE:

- Werkzeugkasten Mobilität des Bayerischen Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr: Wir bewegen Bayern – www.wir-bewegen.bayern.de
- Mobiles Hessen 2030 Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen: <https://www.mobileshessen2030.de/mobiles-hessen>
- Fachzentrum Mobilität im ländlichen Raum des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen: https://www.mobileshessen2030.de/fz_mobilitaet_laendlicherraum
- Saena Sächsische Energieagentur GmbH Kompetenzstelle Effiziente Mobilität Sachsen gefördert durch den Freistaat Sachsen: www.effiziente-mobilitaet-sachsen.de
- Modellregion für nachhaltige Mobilität des Netzwerks der Wirtschaftsförderungsregion Stuttgart: <https://nachhaltige-mobilitaet.region-stuttgart.de>
- Mobilitätsnetzwerk Ortenau www.mobilitaetsnetzwerk-ortenau.de
- Mobilitätsagentur Wendland.Elbe: www.mobil-im-wendland.de
- Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundliche Kommunen Bayern (AGFK): www.agfk-bayern.de

- Arbeitsgemeinschaft Fahrrad- und Fußgängerfreundlicher Kommunen in Baden-Württemberg: www.agfk-bw.de
- Netzwerk Green Mobility Südtirol - Entwicklung Südtirols zu einer Modellregion für nachhaltige alpine Mobilität (STA-Südtiroler Transportstrukturen AG): www.greenmobility.bz.it/green-mobility/netzwerk
- Danube.Pearls Netzwerk für nachhaltige Mobilität und Tourismus entlang der Donau: www.danube-pearls.eu
- ...

BS-Querschnitt 2: Gemeinsame ZG-Kommunikation und Sichtbarkeit in der Region

Eine Änderung des individuellen Mobilitätsverhaltens kann nicht allein durch Bereitstellung nachhaltiger Transportalternativen, Infrastrukturen und Mobilitätsdienstleistungen erreicht werden. Die Angebote müssen von kommunikativen und aktivierenden Ansätzen begleitet werden und an einer zentralen Stelle gebündelt sein (vgl. Kapitel 5.2). Auch hier bedarf es gemeinsamer Strukturen, um eine **einheitliche und abgestimmte Kommunikations- bzw. Marketingstrategie zur Förderung nachhaltiger Mobilität** in der Region Allgäu zu entwickeln und zu verfolgen.

Mit der Einführung **Dachmarke bzw. bzw. Ausgestaltung einer Corporate Identity oder eines Brandings** kann der Wiedererkennungswert und die Akzeptanz für den Themenkomplex der nachhaltigen Mobilität in der Region gestärkt werden. Die Region könnte dabei an die bereits erfolgreiche Tradition der Marke „Allgäu“ anknüpfen und diese explizit um den **Handlungsbereich Mobilität erweitern** – sowohl für die Zielgruppe Bewohner:innen als auch Gäste. Eine **zentrale Website** und/oder **App** mit der Bündelung aller Informationen zu den allgäuweiten Mobilitätsangeboten sowie ggf. auch **Printprodukte** mit Angebotsübersicht, erhöht die Sichtbarkeit der vorhandenen Maßnahmen / Angebote auf Seiten der Nutzer:innen. Außerdem sollten die Möglichkeiten gemeinsamer **Pressemitteilungen** für das Thema nachhaltiger Mobilität genutzt und ggf. die Einrichtung und Bespielung von **Social-Media-Kanälen** verfolgt werden. Eine **dauerhafte Mobilitätskampagne** bündelt die verschiedenen Kommunikationsbausteine, die von informieren über motivieren und aktivieren bis hinauszuprobieren reichen und ggf. auch Teilkampagnen für verschiedene **Zielgruppen** und / oder die jeweiligen Verkehrsträger (Fahrradkampagne, ÖPNV-Kampagne, eine Kampagne für alternative Angebotsformen etc.) bereithält.

BEST PRACTICE AUS ANDEREN REGIONEN ZU GEMEINSAMER ZG-KOMMUNIKATION AUF REGIONALER EBENE:

- Green Mobility Südtirol/Alto Adige mit Logo für ein einheitliches Erscheinungsbild für Projekte, Initiativen und Maßnahmen zur nachhaltigen Mobilität in Südtirol (STA-Südtiroler Transportstrukturen AG): www.greenmobility.bz.it/green-mobility/logo
- Kampagne „Neue Mobilität: bewegt nachhaltig“ Baden-Württemberg: <https://vm.baden-wuerttemberg.de/de/politik-zukunft/nachhaltige-mobilitaet/definition-strategie-projekte/neue-mobilitaet/>
- bewegt. Mobilitätsmarke für Baden-Württemberg: www.bwegt.de
- Kampagne Radkultur Baden-Württemberg: www.radkultur-bw.de
- Europäische Mobilitätswoche (mit zahlreichen Best Practices zu Kommunikation): www.mobilityweek.eu
- Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundliche Kommunen in Bayern: www.agfk-bayern.de, u.a. *Stadt- und Schulradeln*
- Arbeitsgemeinschaft Fahrrad- und Fußgängerfreundlicher Kommunen in Baden-Württemberg: www.agfk-bw.de
- ...

BS-Querschnitt 3: Etablierung Mobilität & Kommunikation als Teil des Destinationsmanagement

Das Allgäu hat eine lange Tradition als Tourismusregion. Im Allgäu sind folglich neben den Bewohner:innen die **Gäste der Region** eine zentrale Zielgruppe für Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen der Besucherlenkung. Das klassische Destinationsmanagement wird künftig immer mehr eine nachhaltige Mobilitätsförderung integrieren müssen. Nachhaltige Mobilität trägt zur Erhöhung der Gesamtattraktivität bei und wird zunehmend von Gästen erwartet. Sowohl bei der An- und Abreise sowie bei der Mobilität vor Ort müssen Lösungen verfügbar und bekannt sein, die eine Mobilität ohne Auto ermöglichen. Das Thema Mobilität wird damit nicht nur im Rahmen von Klimaschutzstrategien zur Pflichtaufgabe auch im Tourismus. Mobilitätswende und nachhaltige Destinationsentwicklung bedingen sich gegenseitig und müssen ineinandergreifen.

Um die Gäste für nachhaltige Mobilitätsangebote im Allgäu zu sensibilisieren, wird eine übergreifende Kommunikationsstrategie benötigt, die sich speziell an Ausflüger:innen und Tourist:innen richtet. Im vorliegenden Projekt wurden hierzu Ansätze entlang der **Customer Journey** entwickelt. Mit dem Teilbericht zu Los 1 wurde bereits auf den Bereich der Customer Journey der Tagesausflüge mit dem Fokus MIV eingegangen (vgl. Teilbericht Los 1). Darauf aufbauend, werden nun weitere Kommunikationsansätze zur

Besucherlenkung im Rahmen der Customer Journey für die anderen Handlungsfelder vorgestellt, die über die MIV-lenkenden Maßnahmen hinausreichen.¹⁸⁷



Abbildung 22: Regionale zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahmen für die Besucherlenkung entlang der Customer Journey (Quelle: eigene Darstellung GCX)

Der dargestellte Prozess der regionalen zielgruppenspezifischen Kommunikationsmaßnahmen für die Besucherlenkung orientiert sich an den fünf Phasen der Customer Journey (vgl. Abbildung 22) und kann als Rahmenstruktur einer ZG-Kommunikation im Kontext der Besucherlenkung fungieren.

Beispiele zu bestehenden Kampagnen, die an unterschiedlichen Stellen des Customer Journeys wirken und für eine Customer Journey Kommunikationsstrategie integriert werden könnten, sind in Kapitel 5.2 angeführt. Die Ansätze gilt es weiterzuentwickeln und auf andere Regionen des Allgäus zu übertragen.

Phase A) Idee / Inspiration

Eine erfolgreiche Kommunikationsstrategie sollte das Thema einer nachhaltigen Mobilitätsförderung als Teil des **regionalen Standortmarketings** aufgreifen. Ein wesentliches Element hierbei ist die Sichtbarmachung nachhaltiger Mobilitätsangebote in Form einer **starken Mobilitätsmarke**. Das Allgäu sollte künftig dafür stehen, an nachhaltigen An- und Abreisemöglichkeiten und alternativen Formen der Fortbewegung vor Ort zu arbeiten und diese ständig weiterzuentwickeln. Im Kontext des Destinationsmanagements sollte die Kommunikation über Mobilität und Verkehr weg vom „Overvisiting“ hin zu nachhaltigem Tourismus, Lebensstilen und nachhaltigem Konsum geführt werden. Langfristiges Zielbild wäre, dass der Gast in der Phase der ersten Urlaubsüberlegungen (Phase „Idee und Inspiration“) das Allgäu mit dem Qualitätsmerkmal nachhaltige Mobilität verbindet. Optimalerweise wird das Allgäu als Destination sogar nach diesem Kriterium vom Gast ausgewählt.

Zentrale Kommunikationsmaßnahmen sind in diesem Zusammenhang die **Markenprofilierung** und **Stärkung des Leitbildes**. Daneben kann mit einer **Kampagne**

¹⁸⁷ Grundlage für die dargestellte Kommunikation entlang der Customer Journey bilden die Themenpapiere des Umweltbundesamts mit Bezugnahme auf den Customer Journey: vgl. Umweltbundesamt (2020): Tagesreisen im Kontext der Nachhaltigkeit, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2020-01-16_texte_12-2020_themenpapier_tagesreisen.pdf, (27.05.2021); Umweltbundesamt (2020): Touristische Mobilität im ländlichen Raum, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte_78-2020_themenpapier_mobilitaet.pdf (27.05.2021).

die Förderung nachhaltiger Mobilität im Allgäu unterstützt und die Aktivitäten zur Mobilitätssicherung als Teil der Markenstrategie vermittelt werden. Langfristiges Ziel wäre eine Mobilitätsgarantie vor Ort.

Phase B) Information / Recherche

Der Ausflugs- oder Übernachtungsgast trifft die Wahl der Destination und der Urlaubsart meist auf Grundlage einer Vorabrecherche. In dieser Phase der „Information / Recherche“ muss sich der Gast einfach über alle Mobilitätsmöglichkeiten und Angebote vor Ort informieren können. Dazu zählen auch die Erreichbarkeiten von POIs mit dem Umweltverbund inkl. der „ersten“ und „letzten Meile“. Verfügbarkeit von Ladeinfrastrukturen sollte ebenfalls kommuniziert werden. Auch **Incentives** (z. B. Gutscheine) bei Anreise mit umweltverträglichen Verkehrsmitteln können positiven Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl nehmen und sollten entwickelt und entsprechend kommuniziert werden. Mit Bewerbung der preislichen Vorteile der Nutzung von **Gästekarten** und ihre **Erweiterungen um alternative Mobilitätsangebote** kann ein zusätzlicher Anreiz für eine nachhaltige An- und Abreise geschaffen werden.

Die beschriebenen Inhalte sollten über verschiedene Kommunikationskanäle an die Gäste gespielt werden. Zum einen sollten sie auf der **Webseite der Destination Allgäu** gebündelt zu finden sein, zum anderen sollten sie auch auf den **Webseiten der POIs, Hotel- und Gastronomie**, in den **Ausflugs-Apps** und bei den **ÖV-Anbietern** integriert werden (inkl. Informationen zur Anschlussmobilität). Zwischen den verschiedenen Webauftritten bieten sich Querverweise an, um die Sichtbarkeit nachhaltiger Mobilitätsangebote im Allgäu über alle Kanäle zu erhöhen. Ebenso wird die Entwicklung von **Informationskampagnen** mit allen klassischen Instrumenten (Newsletter etc.) für die Informationsübermittlung empfohlen.

Phase C) Planung / Buchung

Ist die Wahl des Gastes zur Destination gefallen, ist es wichtig im Rahmen der An- und Abreise mit dem Umweltverbund ausreichend über die Verfügbarkeit von Anschlussmobilität zu **informieren**. In der Phase „Planung bzw. Buchung“ der Reise (Tages- oder Übernachtungsreise) kann der Gast fortwährend zur Reise mit dem Umweltverbund motiviert werden. Die Kommunikation von möglichen **Incentives** bei der Anreise mit Alternativen zum MIV inklusive der **Vorteile der Gästekarten** in diesem Zusammenhang sollten hier nochmals betont werden. Wie bereits angeführt, sollten die Gästekarten künftig auch **Mobilitätsangebote weiterer Mobilitätsdienstleister** umfassen, um komfortable Mobilitätsketten zu ermöglichen.

Die **Prognose** von Verfügbarkeiten und eine mögliche **Vorabbuchung von Alternativen** kann dabei vor Antritt der Reise die Mobilitätsgarantie der Gäste gewährleisten und die Akzeptanz für nachhaltige Mobilitätsangebote erhöhen.

Die Kommunikation der Inhalte erfolgt bestenfalls wieder auf den in Phase B) beschriebenen Kommunikationskanälen. Dabei könnte z. B. auch eine Integration eines

CO₂ Rechners auf den Webseiten für die Anfahrt mit den jeweiligen Verkehrsmitteln erfolgen, um für alternative Mobilitätsformen zu motivieren.

Phase D) On Trip / Anreise

Die wesentlichen Elemente einer kommunikationsorientierten Besucherlenkung von Pkw-Fahrenden entlang des Customer Journeys wurden bereits im Teilkonzept zu Los 1 vorgestellt.

Reisen die Gäste mit dem ÖPNV an, so sollte neben den Informationen vor Abreise auch während der Fahrt die **Verfügbarkeit von Angeboten** sowie die **Anschlussmobilität** an den Gast vermittelt werden. Dazu gehören **Standorte von Mobilitätsstationen, Fahrradverleih, etc.** und **Prognosen** über die Auslastung des ÖPNVs. Die aufgelisteten Informationen sollten den Gast über **Anzeigen an und im ÖPNV, Apps** sowie über **Wegeführung und Beschilderung** im öffentlichen Raum erreichen.

Genauso kann die **Sensibilisierung** für Besucherlenkungsmaßnahmen ab dem Betreten des Naturraums an die Gäste – bereits bei der Anreise – kommuniziert werden. Eine bereits bestehende Kampagne, die in eine übergeordnete Customer Journey-Kommunikationsstrategie integriert werden könnte, ist die Kampagne „Dein Freiraum. Mein Lebensraum“ des Naturparks Nagelflughkette.¹⁸⁸

Phase D) Aufenthalt / Mobilität vor Ort

Die zu übermittelnden Inhalte und Kommunikationskanäle für die Anfahrt mit dem Pkw und Fortbewegung vor Ort mit dem Pkw wurden bereits mit dem Teilkonzept Los 1 abgedeckt. Soll der Gast sich im Urlaub möglichst ohne Auto fortbewegen, so müssen entsprechend die Angebote vor Ort nicht nur vorhanden, sondern hier ebenso kommuniziert werden. Gästekarten müssen bekannt und das **lokale Leitsystem** muss für den Gast ersichtlich sein. Insgesamt sollte das Ziel sein, dem Gast die Wahl des Umweltverbundes für seine Mobilität vor Ort zu erleichtern. Dafür müssen die verschiedenen Angebote kommuniziert werden.

Die notwendigen Informationen sind damit über die **Webseiten der Gästekarten**, insgesamt durch die **PR-Arbeit** der Region sowie über die **Übernachtungsbetriebe** selbst (Webseiten, Rezeption etc.) und durch weitere Multiplikatoren in der Region zu übermitteln.

Zahlreiche Akteur:innengruppen können innerhalb bei der Besucherlenkung im Kontext Customer Journey als **Multiplikator:innen** die Informationsvermittlung unterstützen. Dazu gehören vor Ort die GKs, die Allgäu GmbH als Destinationsmanagementorganisation, Beherbergungsbetriebe, Betreiber:innen bzw. Verwalter:innen von POIs, Naturschutzverbände sowie Naturparkverwaltungen, Mobilitätsanbieter:innen, die Touristeninformationen in der Region, Tourismusverbände und weitere wie ggf. Ehrenamtliche, Ordnungsämter, Polizei und Feuerwehr. Medien in Form von Rundfunk oder auch Fernsehen sowie Influencer:innen und Freizeit- /

¹⁸⁸ www.nagelflughkette.info/naturpark-erleben/dein-freiraum-mein-lebensraum.

Ausflugsapps Anbieter:innen wirken ebenfalls als zentrale Multiplikator:innen. In Gunzesried wurden bswp. sehr gute Erfahrungen mit dem Einsatz von Feuerwehrleuten an neuralgischen Punkten zur Weisung der Wege zu Parkplätzen gemacht, insbesondere um Rettungswege sowie Zufahrten an Tagen mit besonders vielen Ausflügler:innen, die mit dem Auto kommen, freizuhalten.

Nachfolgend sind Beispiele angeführt, in denen Maßnahmen zur Mobilitätsförderung als Teil des Destinationsmanagements etabliert wurden. Zielgruppe sind einheimische Ausflügler und Gäste von außerhalb.

BEST PRACTICE ZU MOBILITÄTSFÖRDERUNG UND KOMMUNIKATION ENTLANG DES CUSTOMER JOURNEYS:

- Alpine Pearls: www.alpine-pearls.com
- Danube.Pearls: www.danube-pearls.eu/mobilitaet
- GeHEIMATorte Oberbayern. Mit Öffentlichen zu echten Geheimtipps in Deiner Nähe: www.geheimatorte.de
- Eiserne Bahnen - Wilde Wege. Sanft-mobil durchs Mostviertel (Mariazeller Bahn/Mostviertel in Österreich): www.mostviertel.info
- Sanft-mobil in der Wildkogel Arena (Neukirchen am Großvenediger in Österreich)
- Die Bergsteigerdörfer und die Mobilitätsplattform GSEISPUR (Nationalpark Gesäuse in Österreich): www.gseispur.at
- Biosphären-Safari. Mit „Bus und zu Fuß“ durch die Biosphäre Bliesgau in Österreich: www.saarpfalz-touristik.de/planen-buchen/tagesangebote/biosphaeren-safari
- Das E-Mobil-Paket im Nördlichen Schwarzwald: www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de/post/das-e-mobil-paket-im-n%C3%B6rdlichen-schwarzwald
- „Südtirol für alle - barrierefreier Tourismus“: www.altoadigepertutti.it/de/index
- „Tirol auf Schiene“ der Tirol Werbung GmbH: www.tirolwerbung.at/tiroler-tourismus/mobilitaet-und-tourismus
- ...

BS-Querschnitt 4: Gemeinsame Fördermittelakquise im Bereich nachhaltige Mobilität

Um die gesetzten Ziele zur nachhaltigen Mobilität auf regionaler Ebene zu erreichen, wird empfohlen eine **gemeinsame Fördermittelakquise** zu betreiben. Hierdurch werden bereits bei der Konzeptionierung des potenziellen Förderprojekts an allgäuweiten Strategien gearbeitet und es entstehen automatisch weitere Synergieeffekte in der Region.

Bei den Maßnahmandarstellungen wird bereits auf konkrete Förderungen verwiesen. In Kapitel 6.7 sind diese außerdem zusammengefasst und handlungsfeldübergreifende Förderungen ergänzt.

6.1.2 Basisprojekte (BP) Querschnittsmaßnahmen

BP-Querschnitt 1: Vernetzung der Verkehrsträger (digital & physisch)

Zur Sicherstellung komfortabler Wegekettens und Anschlussmobilitäten müssen **intermodale Schnittstellen** gefördert werden (vgl. Kapitel 5.4). Insbesondere die **Schiene** und die **Straße** sollten zukünftig stärker miteinander digital und physisch verknüpft werden. So wird das Zusammenwirken und die Ergänzung der nachhaltigen Mobilitätsangebote weiter gefördert und steigt in der Attraktivität bei den Nutzer:innen. Aber auch im Bereich des **Radverkehrs** sind Maßnahmen zur Förderung intermodaler Schnittstellen weiter auszubauen, wie z.B. Förderung der Mitnahme von Fahrrädern im **ÖPNV** und der Ausbau von P+B. Projekte, die das **Mitfahren** fördern, sollten ebenso in Zusammenarbeit der GK weiterentwickelt werden (siehe hierzu Best Practices zu BP Mobilitätsmanagement 1).

BEST PRACTICE ZU INTER-/MULTIMODALITÄT

- Mobilitätsstationen in Offenburg:
www.offenburg-klimaschutz.de/projekte/mobilitaetsstationen.html
- Integrierte Mobilitätsplattformen: garantiert mobil! (Odenwaldkreis):
<https://www.odenwaldmobil.de/nahverkehr/garantiert-mobil>
- AZWEIO – Verbund aus drei Gemeinden zur Förderung und Verknüpfung der Mobilitätsangebote: <https://azweio.de>
- ...

In den anderen Handlungsfeldern sind weitere Beispiele angeführt, die eine Inter- und Multimodalität in der Region unterstützen.

BP-Querschnitt 2: (Digitale) Bündelung, Vermittlung der Informationen zur nachhaltigen Mobilität im Allgäu

In **Teilbericht zu Los 1** wird bereits detailliert auf die Potenziale und den Einsatz digitaler Besucherlenkungsmaßnahmen eingegangen. In Kapitel 5.2 erfolgt dazu ein kurzer Verweis. Für die Zusammenführung, zentrale Verarbeitung und Distribution von Mobilitäts- und Tourismus-Services bedarf es einer übergeordneten **offenen Datenplattform für Tourismus und Mobilität** in der gebündelt die Informationen zusammenlaufen (Mobilitätsangebote, Unterkünfte, POIs, digitale Beschilderungen etc.).

Das Datenmanagement steht gegenwärtig noch relativ häufig vor der Situation, dass viele Daten zwar dezentral in unterschiedlichen Systemen gespeichert sind, aber für die Nutzung durch Dritte kaum bereitgestellt werden. Für die **digitale Transformation** braucht es fortan offene regionale bzw. urbane Datenplattformen, die von Gebietskörperschaften, Tourismusorganisationen, Verbänden und anderen Marktteilnehmer:innen genutzt werden können. Die Daten sind darüber hinaus auch für landesweite und nationale Plattformen wie dem Mobilitätsdatenmarktplatz (MDM) von Interesse.

Die neuartige Nutzung bereits vorrätiger urbaner und regionaler Daten über **zentrale offene Plattformen** steht verschiedenen Herausforderungen gegenüber. Für die Kommunen bedeutet das einiges an – lohnenswerten – Anstrengungen, schließlich verspricht die Vernetzung von Datensätzen ein hohes Synergiepotenzial. Die Daten müssen dazu strukturiert erfasst, die Datenstrukturen aneinander angepasst bzw. standardisiert werden. Weiterhin ist es erforderlich, **Schnittstellen** bereitzustellen und für die **kontinuierliche Aktualisierung** der Daten zu sorgen. Der Einsatz von standardisierten Plattformen erleichtert diese Prozesse. Eine typische Herausforderung entsteht in der Heterogenität der Daten und der verteilten Zuständigkeit über verschiedene Ämter einer Kommune. So ist beispielsweise für die Anmeldung einer Veranstaltung das Ordnungsamt zuständig, die Informationen zu Status oder erhöhtem Verkehrsaufkommen durch parkplatzsuchende Teilnehmer:innen dieser Veranstaltung kommen jedoch im Verkehrsamt an. Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass offen ist, wie die Technologie für Kommunikationsströme in den nächsten Jahrzehnten aussehen wird. Desgleichen, wie sich das Kommunikationsverhalten der Bürger:innen oder der Unternehmen entwickeln wird. So wird beispielsweise in Google Maps nicht der aktuelle Stand der Parkplätze und deren Namen, Zufahrten, ÖPNV-Verbindungen angezeigt. Welche technischen Systeme werden sich durchsetzen? Welche Endgeräte werden verwendet, um sich über die Verkehrssteuerung einer Stadt oder Gemeinde zu informieren? Werden es die Navigationsgeräte von Individualfahrzeugen sein oder die individuelle Navigation auf dem Smartphone, unabhängig vom Fahrzeug?

Ein Ansatz, um unabhängig von diesen zukunfts offenen Entwicklungen leistungsfähige und bedarfsgerechte offene Plattformen anbieten zu können, liegt darin, alle **Informationen so zu digitalisieren, dass die heterogenen Daten je nach Bedarf neu strukturiert und verwendet werden können**. Die Art der Hardware oder der Endgeräte darf keine Rolle spielen.

Bisher haben sich vor allem internationale, vorrangig amerikanische Unternehmen als Plattformanbieter:innen¹⁸⁹ positioniert. Diese haben jedoch naturgemäß nur selten einen regionalen Bezug, weshalb sie sich kaum in Regionalkonzepte einbinden lassen. Daher sind die Regionen gehalten, selbst ein entsprechendes Angebot zu stimulieren. Regionale Mobilitätsplattformen wie im Los 1 beschrieben, können hier bereits als Beispiele angeführt werden. So verfügen die „Oberstdorf Kleinwalsertal Bergbahnen“ über eine lokale Lösung für die Zusammenführung der Belegungsdaten einzelner Parkplätze und der Ausspielung unter anderem auf den Web-Seiten, zukünftig auch über den Ausflugsticker geplant. Regionale Plattformen finden sich unter anderem im Rhein-Main-Gebiet der ivm GmbH.¹⁹⁰

Eine offene regionale Plattform auf der Basis von digitalen Diensten bietet letztlich einen vollständig integrierten Zugang zu regionalen Sensordaten aus den unterschiedlichen

¹⁸⁹ Es gilt die individuellen Datenschutzfragen in Abhängigkeit der nationalen Kontexte – insbesondere bei cloudbasierten Lösungen – zu klären.

¹⁹⁰ Vgl. Frankfurt RheinMain: <https://www.vielmobil.info/> (01.02.2022).

Domänen (vgl. Abbildung 23) von Stadt oder Region. So kombiniert sie die vielfältigen Datenquellen einer Region oder Kommune, um diese besser visualisieren, verstehen und so besser deren Bedürfnissen nachkommen zu können. Verwaltung, Unternehmen und Einzelpersonen können die von einer offenen Datenplattform gesammelten, erzeugten und bereitgestellten Informationen nutzen, um ihre individuellen Entscheidungen zu optimieren und ihre digitalisierten Dienste und Prozesse zu verbessern.

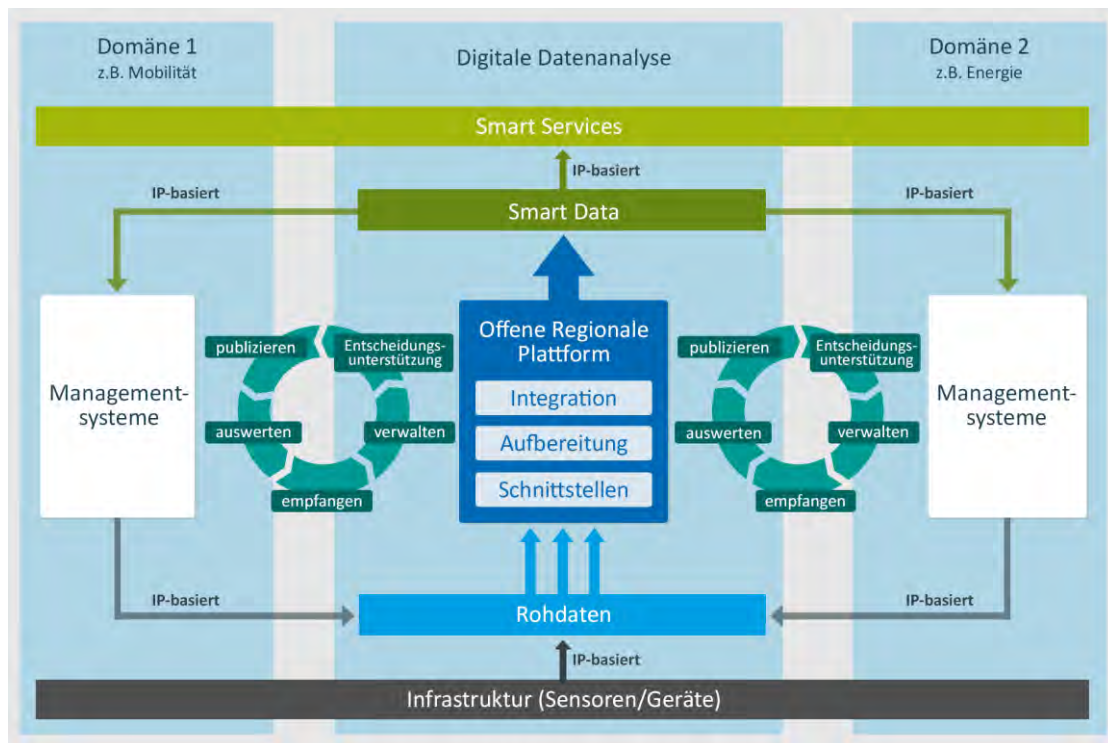


Abbildung 23: Schematische Darstellung einer offenen regionalen Plattform in ihrem Ökosystem (Quelle: eigene Darstellung ui!)

Als Plattformlösung stellt eine **offene regionale Plattform** Schnittstellen zu mehreren **Kommunikationsstandards** bereit. Auf diese Weise können neue Datenquellen einfach und wirtschaftlich integriert werden und damit Echtzeitinformationen von unterschiedlichen Sensoren und Managementsystemen geteilt werden. Abbildung 23 gibt einen Überblick über die Architektur einer offenen regionalen Plattform. Die Datenquellenschicht zeigt exemplarisch die verschiedenen Arten von Datenquellen, die mit der Plattform verbunden werden könnten. Die Schnittstellen einer offenen regionalen Plattform sind hoch skalierbar und unterstützen mehrere gleichzeitige Verbindungen. Ein Messaging-System verteilt die empfangenen Nachrichten an die Verarbeitungsschicht, in der die Kernmodule der Plattform angesiedelt sind. Diese bestehen aus mehreren Speicher- und Analysemodulen. Die Module der Integrationsschicht sind verantwortlich für die Datenverteilung, -bereitstellung und nutzen offene und standardisierte Übertragungsprotokolle. Auf dieser Schicht aufbauend können alle Arten von Anwendungen, Verwaltungstools und Dienstleistungen betrieben werden, die in Echtzeit Ereignisse oder historische Datensätze verwenden.

Jedes der offenen regionalen Plattformmodule fungiert als sogenannter **Mikroservice**, der dem Gesamtsystem spezielle Funktionen anbietet. Die Interaktion zwischen den Modulen wird z. B. durch ein Bussystem realisiert, das asynchrone Kommunikation ermöglicht. Dieser Ansatz erlaubt es, die Plattform über mehrere Instanzen zu verteilen und damit zu skalieren, abhängig von den erforderlichen Ressourcen. Damit eignet sich eine offene regionale Plattform für kleine Pilotprojekte genauso wie für die Echtzeitverarbeitung von Sensordaten einer gesamten Region.

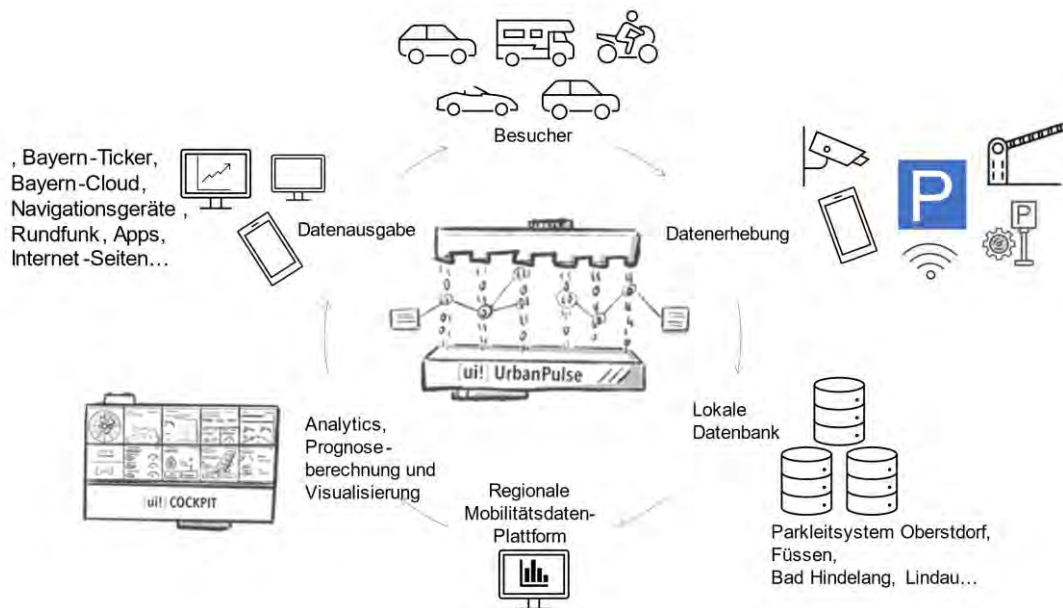


Abbildung 24: Regionale Daten-Plattform (Quelle: eigene Darstellung ui!)

Wie in der Abbildung 24 erkennbar ist, bedarf es einem **durchgehenden Datenfluss von der Datenerhebung**, z. B. aus unterschiedlichen Sensoren auf einzelnen Parkplätzen. In den Orten, die über mehrere Datenquellen und angeschlossene Parkplätze verfügen, diese sind z. T. eingebunden in ein Parkleitsystem vor Ort, werden die lokalen Daten in einem System gehalten und stehen z. B. für die Abrechnung und statistische Zwecke zur Verfügung.

In einer regionalen Mobilitätsdatenplattform des Landkreises oder idealerweise für das gesamte Allgäu sind alle lokalen Daten zur **Parkplatzbelegung** und ggf. weitere **Mobilitäts- und Wetterdaten** zusammengeführt. Auf dieser Ebene können weitere intelligente Berechnungen und Analysen wie etwa zur **Parkplatz- und Verkehrsprognose** durchgeführt und im Dashboard visualisiert werden. **Schnittstellen** zu Datenverwertungs- und Ausgabesysteme, wie Ausflugsticker, Navigationsgeräte, Verkehrsredaktionen der Rundfunksender, Apps und Internetseiten greifen auf diese Services für die Besucherinformation und -lenkung zu. Anhand der gemessenen Nachfrage- und Besucher:innenzahlen auf Parkieranlagen und der Verkehrsströme werden wieder neue Daten und Erkenntnisse gewonnen und die Wirkung von Besucherlenkungsmaßnahmen gemessen. Zusätzlich sollten die regionalen Mobilitätsangebote auch in **Google Maps** integriert werden. Die **überregionalen Angebote / Bahnverbindungen von der DB** sind in der Regel enthalten. Um die

regionalen Busverbindungen bis hin zu on-demand-Verkehren in Google Maps anzuzeigen, müsste aus Sicht des BKs auf überregionaler Ebene (bayernweit) eine Forderung an Google initiiert werden (Kontakte des BKs zu Google liegen vor). Dies könnte evtl. über die DEFAS Bayern verhandelt und technisch bereitgestellt werden, da hier die Informationen, über die alle Linien in Bayern zusammenlaufen. Regionale und lokale Angebot bzw. Daten könnten über die Mobilitätsplattform erfolgen.

Für das Allgäu wird dringend empfohlen, dass eine **regional bzw. überregional verantwortliche Institution** wie die Allgäu GmbH als zentraler Betreiber einer Tourismus- und Mobilitätsplattform fungiert und die Vielzahl an im Aufbau befindlichen lokalen Datenquellen anbindet. Das umfasst unter anderem die voraussichtlich mehr als 50 Parkplätze und Parkleitsysteme sowie Auslastungen von touristischen Einrichtungen aus dem Förderprogramm „Besucherstromlenkung“, weitere Wetter-, Verkehrs- und Veranstaltungsdaten und viele weitere Informationsquellen aus Tourismus und Mobilität.

BP-Querschnitt 3: Strategieentwicklung zur Einbindung der Freizeitanbieter für die Kommunikation nachhaltiger Mobilität

Bei der Darstellung der Besucherlenkung entlang der Customer Journey hat sich bereits gezeigt, dass die Integration der Freizeitanbieter:innen bei der Kommunikation nachhaltiger Mobilität (vgl. Kapitel 0) von großer Bedeutung ist. Insbesondere im touristischen Kontext haben diese eine zentrale Vermittlerfunktion, um den Gast die nachhaltigen Mobilitätsangebote der Region zu vermitteln. Mittelfristig sollte eine **regionale Strategie und ein Format zur Einbindung der Freizeitanbieter:innen** entwickelt und verfolgt werden. Das Bewusstsein einer nachhaltigen Mobilitätsförderung muss als wesentlicher Aspekt eines zukunftsfähigen Destinationsmanagements bei allen relevanten Akteuren verankert sein. Ein wesentlicher Aspekt ist die Aufklärungsarbeit mit Paketen zu Mobilitätsschulungen bzw. Mobilitätskommunikation für touristische Dienstleister. Diese sollten sich langfristig als Botschafter der Region und nachhaltiger Mobilität verstehen. Die Einbindung von Freizeitanbieter:innen sollte ein wichtiges Element in einer weiter zu entwickelnden und einheitlichen allgäuweiten Gäste Kommunikationsstrategie sein.

6.1.3 Folgeprojekte (FP) Querschnittsmaßnahmen

Nachfolgend werden weiterführende Maßnahmen dargestellt. Sie stellen eine Ergänzung der prioritär zu verfolgenden Basismaßnahmen dar. Hierbei handelt es sich um eine erste Darstellung. Weitere Grundlagen wie bspw. die Verwendung der Gästekarte und Rahmenbedingungen zur Konnektivität sind mit dem StMI abzustimmen im Detail zu klären.

FOLGEPROJEKTE (FP) Querschnittsmaßnahmen

Kooperation / Beteiligung

- Langfristige Etablierung eines Mobilitätsnetzwerks für die Allgäu
- Übertragung und Skalierung von Erfolgsbeispielen für die Region
- Gästebefragung analog zu Bürger:innenumfrage

Angebots-Vernetzung inkl. Inter-/Multimodalität

- Langfristige Schaffung einer Mobilitätsgarantie
- Einführung einer allgäuweiten einheitlichen Gäste-Karte (*siehe ebf. ÖPNV*)
- (Weiter-)Entwicklung Gäste-Karte zur Mobilitätsgarantie mit Integration weiterer alternativer Mobilitätslösungen (*siehe ebf. Flexible und alternative Mobilitätsangebote*)
- Digitale Informationsplattform für alle Mobilitätsträger (Landesverkehrsmodell Bayern)
- Übermittlung von Prognosen für Verfügbarkeit / Buchung und Mobilitätsgarantie (*siehe ebf. MIV und Parken*)
- Überregionale Verknüpfung der lokalen Maßnahmen
- Aufbau (einheitlicher) Mobilitätsstationen (*siehe ebf. MM, Flexible und alternative Mobilitätsangebote*)

ZG Kommunikation

- Langfristige Markenetablierung bzw. Leitbild-Stärkung zur nachhaltigen (touristischen) Mobilität
- Kampagne für nachhaltige Mobilität im Allgäu mit zielgruppendifferenzierten Teilkampagnen (ZG Bewohner:innen mit Senior:innen, Eltern, Einkaufen etc.) oder verkehrsträgerdifferenzierten Kampagnen (E-Fahrräder, Lastenfahrräder etc.)
- Incentives zur Stärkung nachhaltiger Mobilitätsangebote
- Sensibilisierungskampagne zur Nutzung nachhaltiger Mobilität und dem respektvollen Tourismus in der Region
- Etablierung einer einheitlichen allgäuweiten Gästekommunikationsstrategie für nachhaltige Mobilität auf Basis des Customer Journeys (unter Einbezug aller relevanten Akteure seitens der GK, Tourismus, Natur etc.)
(*übergeordnet zur Strategieentwicklung zur Einbindung von Freizeitangeboten BP-Querschnitt 3*)
- ...

6.2 Regionale Maßnahmen zu Mobilitätsmanagement (MM)



Durch die **Ansprache verschiedener Zielgruppen** und einer ganzheitlichen Betrachtung des Mobilitätssystems sowie der zugrundeliegenden Mobilitätsbedürfnisse der Menschen, setzt MM auf eine freiwillige **Verhaltensänderung** und **verstärkte Nutzung bestehender, umweltschonender Verkehrssysteme** und nimmt damit eine Schlüsselrolle für die nachhaltige Mobilitätsentwicklung auf regionaler und lokaler Ebene ein. In Kapitel 5.3 sind die wesentlichen Aspekte zu Mobilitätsmanagement erläutert.

Zur erfolgreichen Umsetzung eines Mobilitätsmanagements in der Region gilt es drei verschiedene Bereiche im Blickfeld zu behalten (vgl. Abbildung 25).



Abbildung 25: Drei Ebenen für ein erfolgreiches Mobilitätsmanagement (Quelle: eigene Darstellung GCX)

Ein wichtiger Bereich ist erstens, entsprechende **Mobilitätsangebote** zur Erfüllung einer nachhaltigen Mobilität zu schaffen bzw. zu optimieren und **Mobilitätsregulationen** anzupassen. Allzu häufig sind hier entsprechende nachhaltigkeitsorientierte Ziele nicht vorhanden oder für Mobilitätsanforderungen integriert. Fuhrpark- und Reiserichtlinien unterstützen vielmehr eine autoorientierte Mobilität. Bestehende Strukturen innerhalb der Organisation (Kommune, Unternehmen sowie Schulen) müssen daher aufgebrochen und neu etabliert werden. Veränderungsprozesse rufen oftmals Widerstände hervor – umso wichtiger ist es, die verschiedenen Bedürfnisse der einzelnen Nutzer:innen einfließen zu lassen sowie die Rahmenbedingungen (bspw. Standort) individuell zu evaluieren. Ein professionelles Change Management sorgt für den Dialog zwischen den Perspektiven und schafft Akzeptanz für neue Prozesse und Angebote.

An zweiter Stelle steht der Aufbau von **Kooperationsstrukturen** bzw. eines **Netzwerks**, denn nur gemeinsam mit Partner:innen ist es möglich, Synergien zu schaffen und eine Skalierung in der gesamten Region zu erreichen. Der Region sowie den GKs / Kommunen obliegt beim Thema MM eine zentrale **Vernetzungs- und Aktivierungsrolle**, um die verschiedenen Akteur:innen auf ihrem Weg Richtung nachhaltige Mobilität zu unterstützen sowie die verschiedenen Organisationen sowie (schulische) Einrichtungen untereinander zu vernetzen. Zentrale **Akteur:innengruppen**, die in die Entwicklung und Umsetzung von MM integriert werden sollten, sind bspw. ÖPNV-Trägerschaften, Dienstleister zu Mobilitätsdienstleistungen, Gesundheitsorganisationen, Unternehmen oder Wirtschaftsförderungsgesellschaften, aber auch benachbarte Kommunen, um Ansätze für die regionale Ebene zu etablieren.

Die Kommune an sich, Unternehmen (u. a. Geschäftsführung) und Schulen / Kindergärten sind zentrale **Multiplikatoren** nachhaltiger Mobilität, in dem sie ihren eigenen Fuhrpark auf nachhaltige Verkehrsmittel umstellen und/oder den Mitarbeitenden, Eltern und Kindern Anreize bieten, auf ihrem Weg auf nachhaltige Verkehrsmittel umzusteigen. Neben den Anreizen gilt es jedoch auch, die entsprechenden Alternativen sowie Rahmenbedingungen zu schaffen, um nachhaltig mobil sein zu können. Im Bereich des BMM ist ein Ansatz, der viel Potenzial birgt, die gezielte Ansprache und Einbindung von Unternehmens-Clustern / Gewerbegebieten, die gemeinsam für ihr Areal ein Konzept entwickeln und umsetzen. Im Rahmen des SMM sind zudem Schulen, Lehrkräfte, Schüler:innen und Eltern sowie Hochschulen und Ausbildungsbetriebe als weitere Stakeholder zu berücksichtigen. Grundsätzlich sind auch die verschiedenen Ausprägungen des Mobilitätsmanagements ganzheitlich zu denken. So sind Mitarbeitende in Organisationen und Kommunen auch Teil des schulischen MM. Somit können hier ganzheitliche Strategien entwickelt werden, um die Mobilität entsprechend nachhaltig zu fördern. Das Mobilitätsmanagement ist eine effiziente aber auch komplexe Maßnahme, die kontinuierlich ausgebaut werden kann, sowohl in Bezug auf die Angebote aber auch durch eine Erweiterung der involvierten Akteure:innen (Kommunen, Schulen und Unternehmen).

An dritter Stelle muss schließlich eine adäquate **ZG-Kommunikation** erfolgen sowie **Beteiligungs- und Integrationsformate** verfolgt werden. Neben der Schaffung und

Optimierung eines Angebots und dem Austausch zwischen den relevanten Akteur:innengruppen ist es zentral, über die Angebote zu informieren und darüber hinaus auch ein Bewusstsein für nachhaltige Fortbewegung zu schaffen. Dabei müssen nicht nur die Endverbraucher:innen selbst, also die Mitarbeitenden oder Auszubildenden, Studierende bzw. Schüler erreicht werden, sondern v. a. die Verantwortlichen in Organisationen, um einen MM-Prozess anzustoßen und mitzutragen (vgl. auch Kapitel 5.2).

Im folgenden Kapitel werden nun die Basismaßnahmen für das Handlungsfeld **Mobilitätsmanagement** vorgestellt. All diese Maßnahmen bilden Ansätze zur **Förderung nachhaltigen Pendel- bzw. Ausbildungsverkehrs** in der Region. Sie sollen die Gebietskörperschaften in der Einführung / Ausbau eines Mobilitätsmanagements auf der interkommunalen Ebene unterstützen. Ebenso wie die zuvor dargestellten Querschnittsmaßnahmen stellt MM ein übergeordnetes Handlungsfeld dar. Das heißt, viele der Maßnahmen anderer Handlungsfelder, tragen indirekt auch zur Förderung einer nachhaltigen Pendel- und Ausbildungsmobilität bei.

Wie die Analysen in Kapitel 5.3 gezeigt haben, bietet das Feld Mobilitätsmanagement noch viele Potenziale, die es im gemeinsamen Vorgehen für die Region zu nutzen gilt. Ähnlich dem Bereich Kommunikation (für die Alltagsmobilität) ist dieser Bereich bis dato weitgehendes Neuland und sollte als eine der zentralen Säulen einer nachhaltigen Mobilitätsförderungen etabliert werden.

BASISSTRUKTUREN MM

1. **Definition von Verantwortlichkeiten in Verwaltung und Politik für den Bereich MM**
(kommunal inkl. schulisch, betrieblich und ggfs. weiterer) auf lokaler (GK) UND regionaler Ebene
2. **Vernetzungstreffen / regelmäßige Austauschrunden** zum Thema MM zur stärkeren Verankerung des Themas in der Region mit verschiedenen Akteursgruppen
3. Schaffung eines **langfristigen Netzwerks** zur Förderung von MM in der Region
4. **Gemeinsame Entwicklung von Mobilitätsangeboten** für die Region im Bereich Mobilitätsmanagement

BASISPROJEKTE MM

1. **Förderung von Mitfahren und Pendelgemeinschaften**
2. **Verbesserung Rad-Erreichbarkeit** von Unternehmen /
Gewerbeansiedlungen / Schulen durch Ausbau von Radwegen (vgl.
Radverkehr Kapitel 6.6)
3. **Informationsveranstaltungen und Wissenstransfer** zum Thema MM

6.2.1 Basisstrukturen (BS) Mobilitätsmanagement

BS-Mobilitätsmanagement 1: Definition von Verantwortlichkeiten in Verwaltung und Politik für den Bereich MM

Die erfolgreiche Etablierung und Verstetigung der Förderung nachhaltiger Mobilität im Sinne eines andauernden **strategischen Prozessmanagements** erfordert adäquate **Strukturen und Verantwortlichkeiten**. Neben den (notwendigen) Mobilitätsmanager:innen auf lokaler Ebene, bedarf es ebenso auf der regionalen sowie Ebene der GKs eine Art „**Kümmerer**“ und auch „**Treiber**“, der/die das Thema nachhaltige Mobilität vorantreibt und im Sinne eines strategischen Managements fördert.

Zentrale Querschnittsaufgabe des/der Verantwortlichen in Form eines/einer allgäuweiten **Mobilitätsmanager:in (MoMa)** ist, Hauptverantwortung für die für die Prozesssteuerung und Koordination der jeweiligen Aufgabenbereiche, Abteilungen und Akteur:innengruppen zu übernehmen. Dazu gehört auch die Sicherstellung einer Zielüberwachung und Monitoring der jeweiligen direkten und indirekten Wirkungseffekte angestoßener Maßnahmen. Zentral für die erfolgreiche Arbeit ist, die Unterstützung der Entscheider:innen sicherzustellen, denn nur durch das Commitment der Führungsebene („Chef:innensache Mobilität“) kann der Bereich Mobilitätsmanagement zielführend gestärkt und vorangetrieben werden. Neben der Vernetzung der Akteur:innen und Koordination von Austauschrunden / Abstimmungen, stellt ein weiterer zentraler Aufgabenbereich die Verbindung zu Aufgabenträgern, Verkehrsunternehmen und Mobilitätsanbieter:innen dar. Es ist entscheidend, alle zentralen Stakeholder zu den richtigen Zeitpunkten und in die für sie entsprechenden zentralen Prozesse zu integrieren (regional sowie lokal). Somit liegt das geforderte Kompetenzportfolio weniger auf fachplanerischen Spezialisierungen, denn auf einer Stärke im Bereich Organisation und Kommunikation mit einem ganzheitlichen Verständnis zu den vielfältigen Herausforderungen im Themenkomplex Mobilität. Mit dem Aufbringen neuer Handlungserfordernisse und Perspektiven werden häufig auch Widerstände erzeugt oder eingefahrene Strukturen müssen durchbrochen werden. Auch dies sollte berücksichtigt werden. Für die verschiedenen Aufgabenbereiche des/der MoMa sind die Charaktereigenschaften Mut, Ausdauer, Erfahrung und ein „dickes Fell“ Voraussetzung für das Gelingen eines Mobilitätsmanagements auf allen Ebenen.

Ein wesentlicher Aspekt ist die Positionierung, Sichtbarkeit und Ansprechbarkeit des/der MoMa. Auch spielt eine wohl überlegte Verortung innerhalb der Hierarchien eine zentrale Rolle, um eine möglichst große Reichweite und Umsetzungskraft generieren zu können. Die Position sollte daher in jedem Fall mit wirksamen Entscheidungsbefugnissen ausgestattet sein. Es gibt mehrere Möglichkeiten den/die Verantwortliche auf Verwaltungsebene zu positionieren.¹⁹¹

- a) Die **Angliederungen des/der MoMa an einen Fachbereich** bietet den Vorteil des direkten Zugriffs auf das Fachwissen des Bereiches. Mit Integration des/der MoMa in den (neugeschaffenen) Fachbereich Mobilität und Verkehr würde das MM in einer eigenen Organisationseinheit positioniert werden. Bei der Angliederung an einen Fachbereich können zudem schnelle Lösungen für fachspezifische Herausforderungen durch kurze (organisatorische) Wege ermöglicht werden. Bei hoher politischer Bedeutung des Fachbereiches kann dies eine positive Auswirkungen auf das MM haben. Ein Nachteil ist, dass durch diese Angliederung keine Weisungsbefugnis bei dem/der MoMa besteht. Ebenso kann eine Isolation des Themas durch die Angliederung an einen Fachbereich entstehen. Grund hierfür könnten Unstimmigkeiten zwischen den Fachbereichen sein, die auch die Umsetzungen im Rahmen des MM hemmen.
- b) Mit der Verortung des/der MoMa in Form einer **Stabsstelle** erhält das MM eine eigene Organisationseinheit. Von Vorteil ist, dass damit das MM über die Fachbereichs- und Verwaltungsgrenzen sichtbar ist und integrativ wirken kann. Das ermöglicht ein schnelles Einholen und Verarbeiten von Informationen. Wenn die Stabsstelle an die Verwaltungsspitze angegliedert ist, trägt dies zusätzlich zu einer Beschleunigung von Entscheidungsprozessen bei. Die sich daraus möglicherweise ergebende Top-Down Struktur kann jedoch auch Nachteile bergen. Gefahr besteht darüber hinaus, wenn die fachliche Legitimierung fehlt und der Austausch mit den Fachebenen nicht ausreichend realisiert wird. Ebenso müssen bei einer Angliederung an die Verwaltungsspitze daraus entstehende politische Verknüpfungen bedacht werden. Dies kann entweder ungewollte Abhängigkeiten schaffen oder aber auch Rückendeckung bieten.
- c) Eine weitere Option bietet die Einrichtung einer **ressortübergreifenden Lenkungsgruppe**. Die entsprechenden Verantwortlichen aus den verschiedenen Abteilungen werden miteinander in Form eines eigenen Gremiums vernetzt mit dem/der MoMa als Leitung. Vorteil ist die Unabhängigkeit des MM von den Fachbereichen und die möglicherweise dadurch resultierende Steigerung der Akzeptanz des Themas. Ein erfolgreiches MM kann durch die horizontale Vernetzung der Akteur:innen dialogorientiert und interdisziplinär vorangetrieben werden. Berücksichtigt werden muss allerdings der Ressourceneinsatz zur Teilnahme an den notwendigen Dialogverfahren. Im Grundsatz ist dies jedoch ein Aufwand, der über alle Organisationsformen hinweg erbracht werden muss. Von

191 Vgl. Le Bris et al. (2020): Betriebliches Mobilitätsmanagement in Kommunen. Handbuch des Zukunftsnetz Mobilität NRW. Köln.

Nachteil ist, dass diese Organisationsform stark von der Unterstützung der Fachbereiche im Lenkungsreis abhängt, denen die Umsetzung der Maßnahmen obliegt, die im Rahmen des strategisch orientierten MM entwickelt werden. Ein wesentlicher Punkt ist daher die Integration von Verbindlichkeiten, die von der Lenkungsgruppe ausgehen.

Mit den VDI-Richtlinien „Betriebliches Mobilitätsmanagement - Qualifikationsmerkmale für die Auswahl von befähigten Personen für Mobilitätsmanagement“ (VDI-MT 5110) und „Betriebliches Mobilitätsmanagement – Prozessschritte und Umsetzung“ (VDI-MT 5110-3) steht ein weiterer Orientierungsrahmen für die Verortung und die notwendige Befähigung des/der MoMa zur Verfügung.¹⁹²

Um entsprechende Akteursgruppen und relevante Multiplikatoren wie Unternehmen, Schulen etc. anzusprechen und zu motivieren, aktiv zu werden, bedarf es außerdem eines **klaren Bekenntnisses seitens der Politik**, das Thema als eine der zentralen Stellschrauben einer nachhaltigen Mobilitätsförderung zu unterstützen.

[BS-Mobilitätsmanagement 2: Vernetzungstreffen / regelmäßige Austauschrunden zum Thema MM zur stärkeren Verankerung des Themas in der Region mit verschiedenen Akteursgruppen](#)

Vernetzungstreffen und regelmäßige Austauschrunden bilden die Grundlage für die **Zusammenarbeit** der vielfältigen Akteursgruppen im Handlungsfeld Mobilitätsmanagement in der Region und Aktivierung von Multiplikatoren (u.a. ÖPNV-Anbieter, Unternehmen, Schulen, andere Kommunen). Es besteht die Möglichkeit an bereits existierende lokale Formate aus der Region auf Ebene der GKs anzudocken und diese, um die regionale Perspektive zu erweitern. Ebenso können neue Formate auf der regionalen Ebene geschaffen werden. Ziel dieser Treffen ist es, **Synergien** innerhalb des MM im gesamten Allgäu sichtbar zu machen und Synergieeffekte zu fördern sowie einen **Wissenstransfer** zwischen den Gebietskörperschaften zu unterstützen. In Kapitel 5.3.2 sind erste Ansätze zur gemeinsamen Förderung bzw. des Austauschs mit verschiedenen Akteursgruppen im Allgäu dargestellt (erste Pilotprojekte im LK Unterallgäu, Workshops im LK Unterallgäu zur Azubi-Mobilität). Mit dem AK Interkom wurde ein erster Grundstein für den allgäuweiten Austausch geschaffen, der insbesondere für das Thema MM weitergeführt werden sollte.

192 „Mobilitätsmanager: nach VDI-Empfehlung angesiedelt in einer Stabsstelle auf Geschäftsführungsebene. Die Expertise des Mobilitätsmanagers ist vergleichbar mit jener eines externen Beraters. Er stellt eine nachhaltige Mobilitätsentwicklung sicher.“ Vgl. Le Bris, Jessica et al. (2020): Betriebliches Mobilitätsmanagement in Kommunen. Handbuch des Zukunftsnetz Mobilität NRW. Köln. S. 73.

BS-Mobilitätsmanagement 3: Schaffung eines langfristigen Netzwerks zur Förderung von MM in der Region

Langfristig sollte ein effektives und erfolgreich wirkendes MM regional verankert sein. Ziel ist daher die **Etablierung eines regionalen Netzwerks** zur gemeinsamen Förderung von MM in der Region und Zusammenarbeit sowie Ansprache der verschiedenen Akteursgruppen. Das Netzwerkportfolio sollte alle drei MM-Säulen abdecken und von **Kommunalem, Betrieblichem und Schulischem MM** reichen. Vernetzungstreffen / regelmäßige Austauschrunde bilden eine erste Basis. Auch hier kann an vorhandene Strukturen auf Ebene der GKs angeknüpft werden, die jedoch um ergänzende Netzwerk-Strukturen erweitert werden sollten.

Ganz im Sinne eines strategischen Prozessmanagements steht die Verwirklichung sogenannter **Soft Policies** im Vordergrund der Netzwerkaktivitäten. Dazu gehört die gemeinsame Koordinierung der Netzwerkaktivitäten, der Wissens- und Erfahrungsaustausch, die Entwicklung gemeinsamer Unterstützungsbedarfe sowie Kooperationsprojekte und gemeinsame Kommunikationsarbeit im Themenfeld Mobilitätsmanagement. Innerhalb eines derartigen Netzwerks können wiederum verschiedene Untergruppen gebildet werden, die sich jeweils auf eine der Säulen des MM (KMM, BMM, SMM) fokussieren und hier die jeweils relevanten **Akteur:innengruppen und Multiplikatoren einbinden** (kommunale Vertreter:innen, Wirtschaftsförderungen, Schulvertreter:innen, Gesundheitsorganisationen, Unternehmen, Polizei etc.).

Teil des Aufbaus dieser Strukturen könnte auch eine tiefergehende und begleitende Teilstudie sein, in der die bisherigen Strukturen oder einzelnen Ansätze eines Mobilitätsmanagement in den einzelnen Kommunen des Allgäus einer detaillierten Prüfung unterzogen werden. Hier sollte sich der Blick nicht nur auf die bisher durchgeführten Fuhrparkanalysen richten, sondern das Thema MM in einer ganzheitlichen Perspektive erfasst werden. Ein Change Prozess richtet bspw. seinen Blick außerdem auf Verantwortlichkeiten, Ausbildungshintergründe und Kompetenzen der zuständigen Akteure, integrierenden Prozessstrukturen oder betriebliche Reiserichtlinien etc.

BEST PRACTICE ZU MM-NETZWERKEN AUS ANDEREN REGIONEN:

- Mobilitätsnetzwerk Ortenau: mobilitaetsnetzwerk-ortenau.de
- Zukunftsnetz Mobilität NRW: www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de
- Regionale BMM-Netzwerke der Region Stuttgart:
<https://nachhaltige-mobilitaet.region-stuttgart.de/mobilitat-nachhaltigkeit/netzwerkveranstaltungen>
- Mobilitätspakt Ministerium für Verkehr Baden-Württemberg:
www.vm.baden-wuerttemberg.de
- Netzwerk Wirtschaft MOBIL / Energieinstitut Vorarlberg (Verein):
www.energieinstitut.at
- Besser zur Arbeit - Südhessen effizient mobil / ivm GmbH:
www.effizient.ivm-rheinmain.de
- ...

BS-Mobilitätsmanagement 4: Gemeinsame Entwicklung von Mobilitätsangeboten für die Region im Bereich Mobilitätsmanagement

Eine weitere zentrale Struktur für das Handlungsfeld Mobilitätsmanagement stellt das **regionale Vorgehen zur konkreten Entwicklung gemeinsamer Mobilitätslösungen** dar – anstelle von der parallelen Entwicklung und Umsetzung voneinander unabhängiger Projekte und Angebote. Diese Maßnahme kann beispielsweise auch Aufgabe innerhalb der regionalen Austauschtermine bzw. des langfristig geschaffenen Netzwerkes sein. Durch die gemeinsame Konzeption und Umsetzung von Mobilitätsangeboten können jeweils Ressourcen gespart und für den/die Endverbraucher:in über kommunale Gebietsgrenzen hinweg **einheitliche Angebote und Lösungen** geschaffen werden.

Für die erfolgreiche Verbreitung von MM in der Region ist es wesentlich **potenzielle Umsetzer und Multiplikatoren zu gewinnen** und diese anzuregen, eine nachhaltige Mobilitätsförderung zu unterstützen. Zielgruppe einer Aktivierungskampagne wären Unternehmen, Wirtschaftsförderungsorganisationen sowie Ausbildungsstätten (Hochschulen, Schulen). Beispielmaßnahmen sind gemeinsame **Wettbewerbe in der Region** zu mobilitätsfreundlichen Angeboten oder **Auszeichnungen** über ein Zertifizierungssystem.

Sobald entsprechende Angebote ausgebaut sind, sollte außerdem eine gemeinsame entwickelte regionale **ZG-Kommunikationsstrategie** die Thematik Nachhaltig auf dem Weg zur Arbeit oder zur Ausbildung, Studium etc. aufgreifen, die die Zielgruppe Mitarbeitende bzw. Pendler:innen, Auszubildende, Studierende oder im Fall von SMM Eltern und Schüler:innen adressiert (vgl. BS-Querschnitt 2: ZG-Kommunikation).

BEISPIELE ZU BS-MM AUS ANDEREN REGIONEN:

- Interkommunale Entwicklung eines Elektromobilitätskonzepts für die Städte Offenburg, Kehl und Lahr
- Einheitliches Vorgehen bzgl. dem Aufbau von Mobilitätsstationen, Pendel-App sowie P+R Analyse und Konzeption im LK Ortenau:
www.mobilitaetsnetzwerk-ortenau.de
- Wettbewerb mobil.gewinnt (mit Best Practice auf der Webseite):
www.mobil-gewinnt.de
- Freiburger MobilSiegel mit Auszeichnung von Unternehmen für klimafreundliche Mobilität:
www.vag-freiburg.de/service-infos/mobilitaet-fuer-unternehmen/mobilsiegel
- Projekt Schul- und Stadtradeln: www.stadtradeln.de
- ...

6.2.2 Basisprojekte (BP) Mobilitätsmanagement

BP-Mobilitätsmanagement 1: Förderung Mitfahren und Pendelgemeinschaften

Maßnahmen im Zuge der Förderung von Mitfahren und Pendelgemeinschaften sind zentrale Ansatzpunkte zur Entzerrung von Pendler:innenströmen (siehe ebf. BP-Querschnitt 1: Inter-/Multimodalität). Dazu zählt zum einen die Einrichtung und Bewerbung einer **regionalen Pendel- oder Mitfahrplattform (App)**, welche Fahrgemeinschaften ermöglicht. Diese sollte bestenfalls vorhandene Mitfahrplattformen integrieren und diese in die Plattformen der lokalen Verkehrsverbünde integriert werden. Damit besteht neben der Abdeckung von gesamten Wegestrecken in Form von **Fahrgemeinschaften** ebenfalls die Option insbesondere die „erste und letzte Meile“ abzudecken und damit die Intermodalität zu stärken.

Als weitere Maßnahme kann zum anderen der Aufbau / Ausbau der Infrastruktur der **P+M Parklätze** genannt werden. Dieses Angebot kann ebenso zur Stärkung der „ersten und letzten Meile“ führen und Fahrgemeinschaften fördern. **Mitfahrbänke** sind ebenfalls ein gutes Instrument, um das Mitfahren in der Region zu unterstützen. Beispiele zu Aktivitäten zur Förderung einer Intermodalität im Bereich Pendelmobilität sind in Kapitel 5.4) aufgeführt (u.a. P+M Parkplätze im LK OA, Mitfahrbänke in Heimenkirch, MiFaZ). Diese gilt es weiter auszubauen und für eine Skalierbarkeit in der Region zu prüfen.

Einen interessanten Ansatz bietet das Projekt Ottobeuren-macht-mobil.de. Die „Mitfahrzentrale für den Nahbereich“ ist gleichzeitig ein soziales Projekt, wichtigste Verbündete sind die Vereine vor Ort, die als Botschafter fungieren. Die Plattform soll künftig erweitert werden und Gebietskörperschaften sind eingeladen sich zu beteiligen. Je mehr Kommunen mitmachen, desto größer werden die Synergien!

BEST PRACTICE ZUR FÖRDERUNG VON MITFAHREN und PENDELN AUS ANDEREN REGIONEN:

- Stadtnavi Herrenberg – Anzeige von Mitfahrangeboten als Teilleistungen in lokaler Mobilitätsapp: <https://stadtnavi.de/>
- VRS (Verkehrsverbund Rhein-Sieg) – Integration einer Mitfahrapp als Zubringer für den ÖPNV in die App des Verkehrsverbunds: <https://www.vrs.de/fahren/im-vrs-unterwegs/goflux-die-mitfahrboerse>
- MobilitätsInnen Tirol – Mitfahrbänke und mobile Haltestellen (Fahrgäste tragen orangene Schirme oder Stoffbeutel): <http://mobilitaeterinnen.org/netzwerk/>
- Mitfahrbänke Schuttertal:
www.mobilikon.de/praxisbeispiel/mitfahrbank-mitfahrbaenkle-schuttertal
- Digitale Mitfahrbank in Etteln:
www.mobilikon.de/praxisbeispiel/digitale-mitfahrbank-etteln
- Pendler-App Kreis Ortenau: mobilitaetsnetzwerk-ortenau.de
- Pendlerportal www.pendlerportal.de
- Mitfahrapp für Schüler – Fairschult: <https://www.fairkehr-magazin.de/archiv/2018/fk-03-2018/titel/mitfahr-app-fairfahrt/>
- ...

BP-Mobilitätsmanagement 2: Verbesserung Rad-Erreichbarkeit von Unternehmen / Gewerbeansiedlungen / Schulen durch Ausbau und attraktive / sichere Gestaltung von Radwegen

Zur Förderung des Umweltverbundes im Rahmen des Mobilitätsmanagements gilt es die **Rad-Erreichbarkeit** von Unternehmen / Gewerbeansiedlungen / Schulen etc. weiterhin zu verbessern. Zentral ist hier der weitere Ausbau von Radwegen, aber auch die Erweiterung des Angebots von Mobilitätsstationen bei Unternehmensstandorten und Schaffung bzw. Optimierung intermodaler Anschlussstellen. Die Unternehmen selbst können hier einen entscheidenden Beitrag leisten, indem sie bspw. Flächen für Fahrradinfrastrukturen auf ihren (halb-)öffentlichen Bereichen bereitstellen und / oder den Aufbau von Sharingstationen unterstützen.

BEISPIELE ZU FÖRDERUNG VON RADERREICHBARKEITEN BEI / ZU UNTERNEHMEN AUS ANDEREN REGIONEN:

- Mobilitätskonzept Ortenau – interkommunale Radwegeoptimierung zwischen stark frequentierten Unternehmensstandorten
- Region Frankfurt RheinMain – Radwege-Offensive aus der Mobilitätsstrategie: interkommunale Lückenschlüsse für ein geschlossenes überörtliches Radwegenetz, Radschnellwege, Radanbindung Flughafen
- ...

BP-Mobilitätsmanagement 3: Informationsveranstaltungen und Wissenstransfer zum Thema MM

Mobilitätsmanagement ist ein großes Handlungsfeld, das vor allem die drei Zielgruppen Kommunen, Unternehmen und Schulen adressiert. Basis ist eine stete **Informationsweitergabe und Wissensaufbau** bei allen relevanten Stakeholdern und zu adressierenden Zielgruppen sowie eine Motivierung dieser aktiv zu werden. Eine sehr leicht umsetzbare Maßnahme ist es in Form von verschiedenen **Veranstaltungsformaten** den Wissenstransfer zu den Möglichkeiten und Ansätzen zu fördern und dazu gleich die verschiedenen relevanten Akteure miteinander zu vernetzen. Wie in Kapitel 5.3 bereits dargelegt, offenbart sich hier ein sehr breites Handlungsfeld das von Effizienzsteigerung in betrieblichen Fuhrparks, Job-Tickets, verstärkte Nutzung von Homeoffice über die Durchführung gemeinsamer Roadshows zum Erleben neuer Mobilitätslösungen bis hin zu Sicherheitskampagnen an Schulen und Elternaufklärung reicht. Beispiele für regionale Netzwerke zur Förderung von MM wurden bereits bei den BS-Mobilitätsmanagement 3 angeführt.

Potenziele bietet außerdem die gezielte Kommunikation an Neubürger:innen. **Neubürgermarketing** zielt darauf ab, Personen, die neu in die Kommune zugezogen sind, in dieser Lebensumbruchsituation abzuholen und durch gezielte Anreize auf die künftige Verkehrsmittelwahl, das künftige Mobilitätsverhalten Einfluss zu nehmen. Bestandteile können sein: Schnuppertickets, Radnetzkarten, Mobilitätsberatung etc.

BEISPIELE ZU BMM-WISSENSTRANSFER AUS ANDEREN REGIONEN:

- Veranstaltungen zu Betrieblichem Mobilitätsmanagement des Zukunftsnetz Mobilität NRW: <https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/aktuelles/veranstaltungen>
- Unternehmerfrühstück Stadt Offenburg: <https://mobil-in-offenburg.de/ueberuns/kooperationen/>
- ...

6.2.3 Folgeprojekte (FP) Mobilitätsmanagement

Mobilitätsmanagement als Instrument zur Förderung nachhaltiger Mobilität erscheint noch als ein neues Handlungsfeld in der Region Allgäu. An erster Stelle steht die Umsetzung der zuvor geschilderten Basismaßnahmen. Weiterführend bieten die Folgeprojekte Ansätze, um darüberhinausgehend MM für die regionale Mobilitätsentwicklung zu nutzen.

FOLGEPROJEKTE (FP) MOBILITÄTSMANAGEMENT

Change Management Analyse zu MM

- Teilstudie zur detaillierten Prüfung bisheriger MM-Ansätze und Strukturen in den kommunalen Verwaltungen des Allgäus

Kooperation & Vision

- Entwicklung von gemeinsamen Konzepten in, für und mit Gewerbegebieten
- Entwicklung einer gemeinsamen Stimme für MM in der Region (ggf. über die Erstellung eines Manifests der Unternehmen, GK und ggf. auch der ÖPNV-Trägerschaften)
- Etablierung einer Austausch-Plattform für ÖPNV-Anbieter und Unternehmen zur Abstimmung des Ausbaus der Unternehmenserreichbarkeiten und Optimierung inkl. Berücksichtigung der Mitarbeitendenbedürfnisse (partizipativer Ansatz)
- Einbindung des Ministeriums zur Förderung MM in der Region (u.a. durch die Einrichtung regelmäßiger Austauschtermine sowie die Beteiligung bei künftigen Veranstaltungen, Abstimmung zu aktuellen Entwicklungen im Bereich MM auf Landesebene und Wissensaustausch zu bestehenden MM Landes-Netzwerken in anderen Bundesländern)

Infrastrukturen & Angebote

- Aufbau von (einheitlichen) Mobilitätsstationen (*siehe ebf. flexible und alternative Mobilitätsangebote*)
- Förderung Sharing-Lösungen z.B. für Unternehmenscluster (*siehe ebf. Flexible und alternative Mobilitätsangebote*)

ZG Kommunikation Multiplikatoren & Zielgruppe Pendelnde

- Kampagne zur Aktivierung der Unternehmen im Bereich BMM
- Kampagne zur Aktivierung der Kommunen im Bereich MM
- Kampagne zur Aktivierung der Pendler
- Kampagne zur Aktivierung der Hochschulen und Schulen im Bereich SMM

ZG Kommunikation Bürger:innen

- Kampagne zur Förderung nachhaltigen Mobilitätsverhaltens, u. a. inkl. Aufbau eines regional abgestimmten / regional anwendbaren Neubürgermarketings
- ...

6.3 Regionale Maßnahmen zum Motorisierten Individualverkehr (MIV): Privater Pkw inkl. Parken



Foto: © Günter Jansen (Symbol)¹⁹³

Der motorisierte Individualverkehr (MIV) ist nach wie vor das mit Abstand dominierende Verkehrsmittel für Bewohner:innen und Ausflügler:innen. In den Verkehrs- und Parkraumanalysen konnten die Auswirkungen anhand der Quelle-Ziel-Beziehungen, der verkehrlichen Auslastung und insbesondere der Verlustzeiten überregional, im Binnenverkehr und lokal in den Hotspot-Gemeinden aufgezeigt werden (vgl. Kapitel 5.5).

Im Teilbericht zu Los 1 wurden dazu die Potenziale von Maßnahmen zur **technologisch orientierten Besucherlenkung** und einem **(digitalen) Parkraummanagement** ausführlich erläutert. Im Vordergrund stand die Lenkung des **privaten Pkw-Verkehrs** - als *Teilbereich* einer ganzheitlichen Besucherlenkung.

Auch im Fokus dieses Kapitels steht die „engere“ Definition von Besucherlenkung mit Schwerpunkt auf der Lenkung des individuellen Pkw-Verkehrs. Adressiert werden dabei auch Technologien zur Digitalisierung von Parkflächen und digitaler Besucherlenkung sowie infrastrukturelle Planungen im Bereich Parken. Die Auswahl an Basismaßnahmen und Folgeprojekten, die in ihrer Gesamtheit eine Reduzierung der negativen Auswirkungen der starken MIV Dominanz befördern, ist nachfolgend dargestellt.

¹⁹³ Vgl. Artikel Allgäuer Zeitung „Parkplätze an Allgäuer Touri-Hotspots werden teurer - "weiteren Ansturm verhindern" vom 12.10.2020.

BASISSTRUKTUREN (BS) MIV: privater Pkw und Parken

1. Verstetigung **Austausch und Planung Besucherlenkung (MIV)** im Allgäu
2. Gemeinsame **ZG-Kommunikation** zu Angeboten und Maßnahmen im Bereich Besucherlenkung (MIV)

BASISPROJEKTE (BP) MIV: privater Pkw und Parken

1. Optimierung (ggf. Schaffung) von **Auffangparkplätzen** (v.a. POIs) und intermodale Verknüpfung / Aufwertung von außerhalb liegenden Auffangparkplätzen (vgl. *Flexible und alternative Mobilitätsangebote*)
2. Einrichtung von **P+R und P+M Parkplätze** (vgl. *Mobilitätsmanagement*)
3. Einrichtung eines **dynamischen Parkleitsystems**
4. **Datenerfassung / Sensorik** zur Auslastung von Parkplatzkapazitäten & Besucherströmen und Nutzung der Belegungsdaten für Dienste und Besucherlenkung
5. Allgäuweite **verkehrsmittelübergreifende Informationsplattform** (vgl. *Querschnittsmaßnahmen*)
6. **Kommunikation über vorhandene Apps und Webseiten** (z.B. outdooractive, komoot, Ausflugssticker) (vgl. *Querschnittsmaßnahmen*)

6.3.1 Basisstrukturen (BS) zum Motorisierten Individualverkehr (MIV): privater Pkw-Verkehr und Parken

BS-MIV und Parken 1: Verstetigung Austausch und Planung Besucherlenkung (MIV) im Allgäu

Für die Verstetigung der bereits erprobten Maßnahmen zur Besucherlenkung und Übertragung auf weitere Orte und Teilregionen ist ein **regelmäßiger Austausch** der Fachstellen (Verkehrs- und Mobilitätsplaner) und ggf. externer Experten zu etablieren. Zum einen können positive Erfahrungen, Herausforderungen und Hürden bei der Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Besucherlenkung untereinander geteilt werden. Zum anderen bieten die regelmäßigen Austauschrunden einen Ansatz oder Teilbereich eines kontinuierlichen Auf- und Ausbaus überregionaler Strukturen.

BS-MIV und Parken 2: Gemeinsame ZG-Kommunikation zu Angeboten und Maßnahmen im Bereich Besucherlenkung (MIV)

Mithilfe adäquater **Zielgruppen-Ansprachen** zu neuen Angeboten und Maßnahmen für den MIV wird eine Optimierung und ggf. Steuerung der Besucherströme unterstützt. Dafür sollten die **relevanten Informationskanäle für Autofahrer** (on-board, z. B. Navigationsgeräte, Rundfunk und off-board, z. B. Beschilderung) genutzt werden (vgl. Kapitel 5.2 und 5.2Kapitel 5.5).

6.3.2 Basisprojekte (BP) zum Motorisierten Individualverkehr (MIV): privater Pkw-Verkehr und Parken

BP-MIV und Parken 1: Optimierung (ggf. Schaffung) von Auffangparkplätzen (v.a. POIs) und intermodale Verknüpfung / Aufwertung von außerhalb liegenden Auffangparkplätzen

Auffangparkplätze bilden einen zusätzlichen dezentralen Parkraum vorgelagert zu den touristischen Zielen (POIs). Sie können zu einer Entlastung der Parkplatzsituation sowie der verkehrlichen Situation in den Zulaufstrecken der Parkplätze im nahen Umkreis der Ausflugsziele beitragen. Dies muss mit einer Aufwertung von bestehendem Parkraum unterstützt werden, indem **intermodale Verknüpfungen** sowohl am POI oder Ortsrand, sowie an den Parkplätzen hergestellt werden. Das heißt, an weiter entfernt liegenden Auffangparkplatz sollten **Angebote zu weiteren Mobilitätsoptionen** geschaffen werden, um vom Auffangparkplatz auf andere Verkehrsmittel umzusteigen und letztlich das jeweilige Ziel zu erreichen (vgl. auch Kapitel 6.5 Maßnahmen zu Flexible und alternative Mobilitätsangebote sowie 6.1 Querschnittsmaßnahmen).

Mögliche Förderung über BayGVFG: Öffentlicher Personennahverkehr; Beantragung einer Infrastruktur- oder Fahrzeugförderung – BayernPortal (freistaat.bayern) ¹⁹⁴

BP-MIV und Parken 2: Einrichtung von P+R und P+M Parkplätze

Eine Reduzierung von überlasteten Verkehrswegen und Parkplätzen kann ebenfalls unterstützt werden, wenn der Ausbau und die Optimierung von **P+R-Angeboten** gefördert und ihre Nutzung gegenüber den MIV Fahrenden angeregt wird. Eine Spezialform sind sogenannte **P+M-Parkplätze** (Parken und Mitnehmen), wie sie von Pendler:innen im Berufsverkehr genutzt und oft an Autobahn- oder großen Bundesstraßen zu finden sind (vgl. BP-Mobilitätsmanagement).

Mögliche Förderung über BayGVFG: Öffentlicher Personennahverkehr; Beantragung einer Infrastruktur- oder Fahrzeugförderung – BayernPortal (freistaat.bayern) ¹⁹⁵

BP-MIV und Parken 3: Einrichtung eines dynamischen Parkleitsystems an POIs

Bei einem **Parkleitsystem** werden die Informationen vieler Parkflächen gebündelt und dem Verkehrsteilnehmer über dynamische Anzeigesysteme noch freie bzw. alternative Parkplätze in der Verkehrslenkung hingewiesen. Oft bekannt aus größeren Städten sind dynamische Parkleitsysteme, die auch in touristischen Orten eine sehr gute Möglichkeit bieten, unnötigen Parksuchverkehr zu reduzieren.

In diesem Zusammenhang steht die Richtlinie zum Programm „Tourismus in Bayern – fit für die Zukunft“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. Der darin enthaltene Teilbereich „Erhebung von touristisch relevanten Echtzeitdaten und Besucherstromlenkung“ ist für diese Thematik von Relevanz. Gegenstand der Förderung sind Maßnahmen zur Erfassung, Verarbeitung und Bereit-

¹⁹⁴ <https://www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/168417132589> (04.03.2022).

¹⁹⁵ <https://www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/168417132589> (04.03.2022).

stellung von touristisch relevanten Echtzeitauslastungsdaten im Bereich des ruhenden Verkehrs sowie bei touristischen Attraktionen mit dem Ziel, diese den Nutzern öffentlich zur Verfügung zu stellen und damit eine Besucherstromlenkung zu ermöglichen. Die Förderung umfasst die nötigen Investitionen für Parkplätze oder touristische Ziele sowohl im Bereich der Erhebungshardware als auch der nötigen Software.

Eine Förderung von Maßnahmen kann dann erfolgen, wenn die Auslastungsdaten im **Ausflugsticker Bayern** und zukünftig in der **Bayern Cloud Tourismus** entgeltfrei zur Verfügung gestellt werden. Zudem muss die Erhebung und Bereitstellung der Auslastungsdaten für die Besucherlenkung und die Darstellung im Ausflugsticker Bayern relevant sein und die Daten die Voraussetzungen erfüllen, um in den Ausflugsticker Bayern und zukünftig in die Bayern Cloud Tourismus eingepflegt zu werden.

Die Bewertung der Relevanz des Standortes soll im Förderverfahren durch eine Stellungnahme des regionalen Tourismusverbandes erfolgen. Die maximale Höhe der zu-wendungsfähigen Ausgaben beträgt 10.000 Euro pro Maßnahme, selbst wenn die gesamte Investitionssumme höher ist. Die Obergrenze der zuwendungsfähigen Ausgaben kann auf Antrag auf 30.000 Euro erhöht werden, falls die Erfassung, Verarbeitung und Bereitstellung der Daten mit erhöhtem Aufwand, insb. bei der Notwendigkeit mehrerer Sensoren und Messpunkte, verbunden ist.

BP-MIV und Parken 4: Datenerfassung / Sensorik zur Auslastung von Parkplatzkapazitäten & Besucherströmen und Nutzung der Belegungsdaten für Dienste und Besucherlenkung

Die **Belegungserfassung einzelner Parkplätze** ist Voraussetzung, um Autofahrer auf überfüllte oder noch freie Stellplätze hinzuweisen. Dies kann mit Hilfe von kamerabasierten Sensoren, Schranken, Bodensensoren oder Auswertung von Echtzeitdaten aus Parkscheinautomaten plus digitalen Bezahl-Apps erfolgen. Die Informationen werden für die **Besucherlenkungsdienste** wie Ausflugsticker, Navigationssysteme oder straßenseitige digitale Schilder verwendet.

Mögliche Förderung über BayernInfo Gelassen unterwegs. Sicher ankommen ¹⁹⁶

BEISPIELE ZUR DIGITALEN MIV LENKUNG IN ANDEREN REGIONEN:

- Lübecker Bucht & St. Peter-Ording: Innovative digitale Lösungen zur Messung von Auslastungen und zur Besucherlenkung:
www.deutschertourismuspreis.de/innovationsfinder/luebecker-bucht-st-peter-ording-besucherlenkung.html

¹⁹⁶ <https://www.bayerninfo.de/> (04.03.2022)

BP-MIV und Parken 5: Allgäuweite verkehrsmittelübergreifende Informationsplattform

Wie in den Querschnittsmaßnahmen bereits dargestellt, sind **verkehrsmittel-übergreifende Informationsplattformen** eine wichtige Voraussetzung, dass sich Verkehrsteilnehmende einen Überblick zu Mobilitätsangeboten verschaffen und Reisezeiten und Preise vergleichen können. Idealerweise werden Kombinationsmöglichkeiten und intermodale Verknüpfungen mit ausgegeben bzw. angezeigt und im Hintergrund die Optimierung von Umsteigezeiten / Wechsel des Verkehrsmittels erreicht (vgl. BP-Querschnittsmaßnahmen).

Mögliche Förderung über BayernInfo: Gelassen unterwegs. Sicher ankommen¹⁹⁷

BP-MIV und Parken 6: Kommunikation über vorhandene Apps und Webseiten für Ausflügler:innen

Viele Tagesausflügler:innen und Tourist:innen nutzen bereits heute in der Vorbereitung und Begleitung ihrer Reise bekannte **Webseiten oder Apps** (z.B. outdooractive, komoot, Ausflugsticker). Diese sollten alle verfügbaren, relevanten dynamischen Mobilitätsdaten enthalten, oft kombiniert mit den möglichen Freizeitaktivitäten und dem genutzten Verkehrsmittel (vgl. BP-Querschnittsmaßnahmen).

Mögliche Förderung über:

- BayernInfo - Gelassen unterwegs. Sicher ankommen¹⁹⁸
- Bayernfahrplan - Fahrtauskunft¹⁹⁹

6.3.3 Folgeprojekte (FP) zum Motorisierten Individualverkehr (MIV): privater Pkw und Parken

Um möglichst große Wirkungseffekte hinsichtlich einer MIV-Reduzierung zu generieren, müssen in jedem Fall **sowohl Pull- als auch Push-Maßnahmen** bedacht werden. Ein restriktives Vorgehen gegenüber dem MIV, kann dazu implementierte Optimierungsmaßnahmen weiter unterstützen. Die Auswahl der Basismaßnahmen ist fokussiert auf Maßnahmen zur Besucherlenkung und auf den Bereich des Parkraummanagements. Nachfolgend werden weitere MIV Folgeprojekte aufgelistet, die darüberhinausgehende Ansätze aufzeigen, um den verkehrlichen negativen Auswirkungen des MIV zu begegnen.

¹⁹⁷ <https://www.bayerninfo.de/> (04.03.2022).

¹⁹⁸ <https://www.bayerninfo.de/> (04.03.2022).

¹⁹⁹ <https://www.bayern-fahrplan.de/de/auskunft> (04.03.2022).

FOLGEPROJEKTE (FP) MIV UND PARKEN

Daten & Digitale Kommunikation (luK)

- Prognosemodell für Besucherlenkung
- Digitale Verkehrsplanungsplattform für alle Mobilitätsträger (Landesverkehrsmodell Bayern) (*siehe Querschnitt*)
- Einrichtung digitaler Lichtsignalanlagen
- Digitale Informationsanzeigen zur Kommunikation von Parkplatzkapazitäten und Besucherströmen
- Einrichtung eines einheitlichen Handy-Parken Systems, insb. an Ausflugsarkplätzen
- Einbezug von Navigationsgeräten zur Kommunikation zur Besucherlenkung
- Kommunikation / Information zur Besucherlenkung über Radio (*siehe ebenso Querschnittsmaßnahmen*)

Parken

- Prüfung der Einrichtung von zentralen Parkierungseinrichtungen
- Freigabe von temporär ungenutzten Parkflächen an Wochenenden und Feiertagen
- Separate Parkplätze für Camper
- Bezahlung von Parkgebühren mit EC- oder Kreditkarte ermöglichen
- Erhöhung der Bepreisung für Parkflächen (in Verknüpfung mit Restriktion gegen Wildparken)
- Stärkere Restriktion gegen Wildparker (inkl. Kontrollen, Beschilderung, Zusammenarbeit mit Polizei)

Infrastrukturen & Angebote

- Sperrung von Zufahrtsstraßen
- Einrichtung von Car-Pool-Spuren
- Förderung von Mitfahr-Plattformen im Bereich Besucherlenkung (*siehe ebf. Flexible und alternative Mobilitätsangebote*)
- Kooperation mit Vereinen zur Förderung von Mitfahrplattformen und Ridesharing (Mitnahmesysteme) (*siehe ebf. Flexible und alternative Mobilitätsangebote*)
- Aufbau einer (E-)Carsharing Infrastruktur (inkl. Stärkung als touristisches Angebot Kooperationen zwischen Sharing-Anbietern und Übernachtungsbetrieben) (*siehe ebf. BP Flexible und alternative Mobilitätsangebote*)
- Ausbau der Ladeinfrastruktur öffentlich und halböffentlich Flächen
- Ausbau der Ladeinfrastruktur an Hotels und POIs für Pkw
- ...

6.4 Regionale Maßnahmen zu ÖPNV klassisch



Im Handlungsfeld „ÖPNV klassisch“ (vgl. Kapitel 5.6) werden Maßnahmen im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs betrachtet. Attraktive regionale Angebote zu Bus und Bahn sind unabdingbar, um gegenüber dem privaten PKW als Alternative wahrgenommen zu werden. Die abgeleiteten Basismaßnahmen sind nachfolgend zusammengefasst.

BASISSTRUKTUREN (BS) ÖPNV klassisch

1. Verstetigung des **Austauschs** und abgestimmter Planung des ÖPNV im Allgäu
2. Gemeinsame **ZG-Kommunikation** zu Angeboten und Maßnahmen im Bereich ÖPNV

BASISPROJEKTE (BP) ÖPNV klassisch

1. **Ausbau von Verbindungen** im ÖPNV
2. Regionale **Vernetzung** von Tarif / Ticket / Tarifharmonisierung im ÖPNV
3. Ausbau von **P+R Parkplätzen** (siehe ebf. Querschnittsmaßnahmen und MIV)
4. Ergänzung ÖPNV mit **flexiblen Bedienformen** und **bedarfsgerechten On-Demand-Angeboten** (siehe ebf. Flexible und alternative Mobilitätsangebote)
5. Schaffung eines allgäuweiten intermodal angebundenen ÖPNV und **Daten-Integration in ein übergreifendes System** (siehe ebf. Querschnittsmaßnahmen und Flexible und alternative Mobilitätsangebote)

6.4.1 Basisstrukturen (BS) ÖPNV klassisch

BS-ÖPNV klassisch 1: Verstetigung Austausch und Planung ÖPNV im Allgäu

Über das derzeitige Projekt "Integriertes Mobilitätskonzept der Allgäu GmbH" hinausgehend, wird in jedem Fall eine **Fortführung des Austausches und gemeinsame Planungen zum ÖPNV** empfohlen. Eine gemeinsame Plattform und Anlaufstelle zur Sammlung ÖPNV-relevanter Themenfeldern für Kommunen und ein regelmäßiger Austausch sind ein wesentlicher Teil der interkommunalen Kommunikation. Ein Mehrwert des verstetigten Austausches besteht darin, eine **landkreisübergreifendes Mobilitätssystem** zu schaffen und so einfach wie möglich zu gestalten. Insbesondere aufeinander abgestimmte Linien benötigen Zeit für die Planung und Umsetzung.

Weiterführend kann dies auch in einer gemeinsamen Organisationsstruktur münden. Diese muss zwar finanziert werden – schafft jedoch im Gegenzug auch vielerlei Mehrwerte, die sich insgesamt positiv auf die Bearbeitung der kommunalen Aufgabenbereiche auswirken. Mobilitätsthemen würden künftig an einer zentralen Anlaufstelle zusammenfließen und Arbeitsaufwände können geteilt werden. Eine Bündelung im Sinne eines koordinierten Marktauftritts schafft zugleich die Voraussetzung für eine abgestimmte und übersichtliche ZG-Kommunikation der jeweiligen ÖPNV-Angebote.

BS-ÖPNV klassisch 2: Gemeinsame ZG-Kommunikation zu Angeboten und Maßnahmen im Bereich ÖPNV

Im Rahmen einer gemeinsamen ZG-Kommunikation und einer umfangreich angelegten **Öffentlichkeitsarbeit zum Thema ÖPNV** werden Bürger:innen über verschiedene **Kommunikationskanäle und Kampagnen** angesprochen und über aktuelle Entwicklungen und Angebote informiert. Innovative Darstellungsvarianten tragen zur Attraktivität der Nutzung bei.

Grundlage jeder Kommunikationsaktivitäten ist ein entsprechendes Angebot, das kommuniziert werden kann. **Informationen zu Anschlüssen und Verfügbarkeiten** vor/nach und während der Reise sind Pflicht, um einen attraktiven ÖPNV sicherzustellen.

BEISPIELE ZU ÖPNV-KOMMUNIKATION

- Kommunikationsstrategie der Berliner Verkehrsbetriebe: BVG – Weil wir dich lieben
- Plön mobil mit interaktiver Karte mit Liniennetzplan und POIs:
<https://ploen-mobil.de>
- Kommunikation von Mobilitätsoptionen für Mobilitätseingeschränkte Personen in touristischen Regionen:
<https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/smart4you-dein-butler>
- Netzwerk Anschlussmobilität / Wunderlinie:
<https://wunderline.nl/de/wunderline-go-app>
- ...

6.4.2 Basisprojekte (BP) ÖPNV klassisch

BP-ÖPNV klassisch 1: Ausbau von Verbindungen im ÖPNV

Das **ÖPNV-Angebot**²⁰⁰ muss **strategisch ausgebaut und optimiert** werden. Wesentliche Elemente sind eine dichtere Taktung, Angebote zu Randzeiten und die Erschließung neuer Linien. Ein flächendeckendes Netz sollte derart neugestaltet sein, dass Wegeketten mit direkten Verbindungen und kurzen Reisezeiten ermöglicht werden. Es müssen überregionale Verbindungen sichergestellt sowie die Anbindung an POIs und den Flughafen in Memmingen sichergestellt sein. Darüber hinaus wird durch den Ausbau **intermodaler Verknüpfungen** zwischen verschiedenen Verkehrsträgern die Attraktivität des Umweltverbunds erhöht (vgl. Querschnittsmaßnahmen).²⁰¹

Hinweis auf die ÖPNV-Strategie des Freistaats: Zusätzliche Expertise für ÖPNV in Bayern - Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr²⁰²

BP-ÖPNV klassisch 2: Regionale Vernetzung von Tarif / Ticket / Tarifharmonisierung im ÖPNV

Ein einheitlicher Tarif in einem auch **verkehrlich integrierten “Verbund” aus Bus und Bahn** bietet einen Mehrwert für sämtliche Reisenden, Einheimische und Tourist:innen. Um eine adäquate Fortbewegung mit öffentlichen Angeboten sicherzustellen, ist es aus

200 Der Nahverkehrsplan ist Basis der ÖPNV-Planungen, allerdings gibt dieser lediglich eine wirtschaftliche und „ausreichende“ Verkehrsbedienung vor. Um die Bedienhäufigkeiten und somit die Attraktivität von Nicht-MIV-orientierten Lösungen zu steigern, bedarf es einer erweiterten Auslegung.

201 Hinweis zu Artikel in der Allgäuer Zeitung vom 02.03.2022: „Verbundstudie: Ergebnisse erst im Januar 2024“: https://www.allgaeuer-zeitung.de/allgaeu/immenstadt/oepnv-studie-zum-verkehrsverbund-fuer-bus-und-bahn-im-allgaeu_arid-388786 (22.04.2022).

202

<https://www.stmb.bayern.de/med/pressemitteilungen/pressearchiv/2021/111/index.php>, (31.03.2022).

Sicht der Endverbraucher:innen besonders wichtig, ein **vernetztes und aufeinander zeitlich abgestimmtes bzw. getaktetes Mobilitätsangebot** vorzufinden. Das Angebot sollte dazu eine transparente Tarifstruktur aufweisen mit landkreisübergreifender Gültigkeit.

Hinweis auf die Planungen zum Landestarif: Einführung eines Landestarifs und bayernweiten E-Tickets – Bayerisches Landesportal²⁰³

BP-ÖPNV klassisch 3: Ausbau von P+R Parkplätzen

Park and Ride (P+R) ermöglicht das Abstellen von Pkw oder Motorrädern in räumlicher Nähe zu Haltestellen des ÖPNV. Es ist eine wichtige Maßnahme, um Berufstätigen den Umstieg vom privaten PKW auf den ÖPNV attraktiver zu gestalten und damit Pendler:innen von dort aus mit öffentlichen Verkehrsmitteln an ihren Zielort gelangen können. Auch Gäste können so bereits vor den Hotspots abgefangen werden. Insbesondere, wenn P+R Parkplätze im Einzugsgebiet von POIs situiert sind, sollten diese mit Beschilderungen zu wichtigen Zuwegungen (Verbindungsstraßen, Fußwege zum ÖPNV, Bahngleis etc.) ausgestattet sein (vgl. MIV Maßnahmen und Querschnittsmaßnahmen).

Mögliche Förderung über BayGVFG: Öffentlicher Personennahverkehr; Beantragung einer Infrastruktur- oder Fahrzeugförderung - BayernPortal (freistaat.bayern)²⁰⁴

BP-ÖPNV klassisch 4: Ergänzung ÖPNV mit flexiblen Bedienformen und bedarfsgerechten On-Demand-Angeboten

Flexible Bedienformen und **bedarfsgerechte On-Demand-Angebote** sind insbesondere zu Randzeiten, in Abendstunden, am Wochenende und in den Ferien essenziell. Es wird empfohlen, Dienste dieser Art zu schaffen bzw. aufrecht zu erhalten und den Service als Zubringer für den ÖPNV weiter zu stärken, damit keine Parallelangebote entstehen bzw. eine Kannibalisierung des ÖPNV vermieden wird (vgl. Maßnahmen zu flexiblen und alternativen Mobilitätsangeboten). Ein zukunftsfähiger Bedarfsverkehr integriert dazu auch spezifische Funktionen sind, wie Einkaufs-, Arztbus oder Nightliner.

Während des Prozesses wurden bereits verschiedene Angebotsformen erfasst, die als Ergänzungslösungen eine reduzierte Pkw-Mobilität attraktiveren (vgl. Kapitel 5.6 und 5.7). Für eine weitere Förderung und ist ein wesentlicher Baustein, die existierenden **Lösungen zu evaluieren** und für eine **allgäuweite Übertragbarkeit** zu prüfen. Die Erfahrungen sollten geteilt und Synergieeffekte genutzt werden, um ein möglichst einheitliches System zu schaffen.

²⁰³ <https://www.bayern.de/einfuehrung-eines-landestarifs-und-bayernweiten-e-tickets/>, (31.03.2022).

²⁰⁴ <https://www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/168417132589>, (07.03.2022).

Mögliche Förderung: Verbesserung der Mobilität im ländlichen Raum für bedarfsorientierte Bedienformen des allgemeinen ÖPNV und Pilotprojekte landkreisübergreifender Expressbusverbindungen im Omnibusverkehr.²⁰⁵

***BP-ÖPNV klassisch 5:** Schaffung eines allgäuweiten intermodal angebondenen ÖPNV und Daten-Integration in ein übergreifendes System*

Es wird empfohlen, generell **Mobilitätsplattformen und Whitelabel²⁰⁶ Apps** hinsichtlich künftiger Entwicklungen in Richtung Information-Buchung-Bezahlung über eine Anwendung zu beobachten und Kooperationsmöglichkeiten sowie insbesondere die **Kompatibilität zu den relevanten Datendrehscheiben** zu prüfen.

Im Allgäu besteht bereits eine digitale **Vernetzung der Mobilitätsangebote** über verschiedene Mobilitätsplattformen bzw. Mobilitäts-Apps. Das DEFAS-System²⁰⁷ (Durchgängiges Elektronisches Fahrgastinformations- und Anschlusssicherungssystem) ist das landesspezifische Hintergrundsystem in Bayern, welches alle Fahrplandaten aus Bayern und Österreich zusammenträgt und an DELFI zur bundesweiten Bereitstellung weiterleitet. DEFAS integriert zwei unterschiedliche Datenarten, nämlich Soll- und IST-Daten. Die integrierten Informationen können im Gegenzug kostenfrei von Verkehrsunternehmen, Verbünden, LKs, Städten und Kommunen zu Zwecken der Fahrgastinformation verwendet werden.²⁰⁸ Hier könnte die Region anknüpfen und **künftig geschaffene ÖPNV-Angebote** in bereits **bestehende Mobilitätsdrehscheiben** einspeisen.

Es wird empfohlen, die sehr komplexe Thematik hinsichtlich folgender Aspekte zu prüfen: Berücksichtigung von Datendrehscheiben generell, ein Vorhandensein integrierter Bezahlssysteme, Schnittstellenfunktionalitäten sowie Produkte einzelner Anbieter:innen, z. B. Vorleistungen der bayerischen Eisenbahngesellschaft im Bayern-Fahrplan. Die Bewertung der jeweiligen Kriterien erleichtert die Auswahlentscheidung.

Eine **verkehrsträgerübergreifende Lösung** ist anzustreben (vgl. Querschnittsmaßnahmen und Flexible und alternative Mobilitätsangebote).

²⁰⁵ <https://www.verkuendung-bayern.de/files/baymb/2020/648/baymb/2020-648.pdf> (04.03.2022)

²⁰⁶ Unter einer Whitelabel-App wird eine mobile Applikation als Produkt verstanden. Diese App kann kundenspezifisch gebrandet werden – die Technologie bleibt jedoch dieselbe. Ein Beispiel einer Whitelabel App im Bereich Mobilität ist door2door, welche auch in Bad Hindelang eingesetzt wird.

²⁰⁷ Das DEFAS-System Bayern wird zur „Mobilitätsplattform-Bayern“ (inkl. Vertrieb und Multimodalität) weiterentwickelt.

<https://www.eurailpress.de/nachrichten/betrieb-services/detail/news/bayern-mobilitaetsplattform-defas-ein-ticket-fuer-alles.html> (22.04.2022)

²⁰⁸ Vgl. Schroth, Fabian; Maier, Moritz J.; Wagner-Hanl, Nicole; Inninger, Wolfgang: Mobilität neu denken, Ergebnisbericht, (2021), S. 40 i.V.m. S. 62

6.4.3 Folgeprojekte (FP) ÖPNV klassisch

Nachfolgend sind weiterführende Ansätze zur Förderung des ÖPNV im Allgäu aufgelistet, die die zuvor dargestellten Basismaßnahmen in einem zweiten Schritt ergänzen.

FOLGEPROJEKTE (FP) ÖPNV KLASSISCH

Kooperation

- Austausch-Plattform mit ÖPNV-Anbietern und Unternehmen (*siehe ebf. Mobilitätsmanagement*)

Vernetzung und Intermodalität

- Prüfung der Integration von Seilbahnen als Ergänzung oder als Teil des ÖPNV
- Langfristige Schaffung einer Mobilitätsgarantie in Kooperation mit privatwirtschaftlichen Mobilitätsangeboten (*siehe ebf. Flexible und alternative Mobilitätsangebote und Querschnitt*)
- Einführung einer allgäuweiten einheitlichen Gäste-Karte und (Weiter-) Entwicklung Gäste-Karte zur Mobilitätsgarantie (*siehe ebf. Flexible und alternative Mobilitätsangebote und Querschnitt*)
- Weitere Ausbau der Intermodalität zwischen ÖPNV und Rad (u.a. Radmitnahme) (*siehe ebf. Rad*)

Preismanagement

- Preisanpassungen / Schaffung von Vergünstigungen im ÖPNV (z.B. über Gäste-Karten in Abstimmung mit dem STMI)
- Vergünstigungen der ÖPNV-Tickets durch Nutzung der Parkplatzgebühren z.B. an Auffangparkplätzen, ebenso in Abstimmung mit dem STMI
- Einführung des kostenlosen ÖPNV-Jahresticket bei Abgabe des Führerscheins für Senioren

ZG Kommunikation und Incentives

- Incentives bei Anreise mit dem ÖPNV in die Region
- Sensibilisierungskampagne durch ÖV-Anbieter (z.B. in Apps) (*siehe ebf. Querschnitt*)

Infrastrukturen (inklusive Digitales)

- Einführung eines (allgäuweiten) e-Ticketing Services
- Prüfung auf die Einführung von DFI-Anzeigen (Dynamische Fahrgastinformation)
- Einrichtung von E-Ladeinfrastruktur für Busse (an POIs und Übernachtungsbetrieben)
- ...

6.5 Regionale Maßnahmen zu flexiblen und alternativen Mobilitätsangeboten



Foto: ©j-mel - stock.adobe.com

In den letzten Jahren haben sich eine Vielzahl neuer Mobilitätsdienstleistungen entwickelt, die das „klassische“ ÖPNV-Angebot um weitere – öffentlich nutzbare – Angebote ergänzen. Diese reichen von neuartigen Formen im Bereich von On-Demand-Verkehren bis Shuttle Services über Sharing Angebote oder Angebote, die das Mitfahren fördern. Zu beachten sind hier die **vielfältigen Akteursgruppen**, die es bei der Entwicklung und Verbreitung der Ansätze zu integrieren gilt. Diese gehen weit über die klassischen ÖPNV-Trägerschaften hinaus und inkludieren neue privatwirtschaftliche Mobilitätsdienstleister, Anbieter digitaler Lösungen sowie auch zivilgesellschaftliche Gruppen wie Vereine, die insbesondere auch in ländlichen Räumen eine zentrale Rolle bei der Implementation, Kommunikation und Vertrauensbildung neuer Angebote übernehmen können. Aufgrund der geringeren Nutzungsdichte im ländlichen Raum, muss ggf. über eine Co-Finanzierung auf verschiedenen Ebenen (Landesministerium, Kommunen, Unternehmen) nachgedacht werden. Die Integration neuartiger Ansätze erfordert überdies unterschiedliche Kompetenzbereiche und Expertisen – über die klassische Verkehrsplanung hinausgehend.

In Kapitel 5.7 sind bereits im Allgäu eingesetzte Lösungen aufbereitet. Im vorliegenden Konzept werden nun Empfehlungen zur weiteren Förderung flexibler und alternativer Mobilitätslösungen und ersten Basismaßnahmen vorgestellt.

BASISSTRUKTUREN FLEXIBLE UND ALTERNATIVE MOBILITÄTSANGEBOTE

- Verstetigung **Austausch** und Planung zu flexiblen und alternativen Mobilitätsangeboten im Allgäu
- Gemeinsame **ZG-Kommunikation** zu Angeboten und Maßnahmen im Bereich flexible und alternative Mobilitätsangebote

BASISPROJEKTE FLEXIBLE UND ALTERNATIVE MOBILITÄTSANGEBOTE

1. Einrichtung von Rufbussen, Ruftaxis, weitere **On-Demand-Services** als ÖPNV Ergänzung (*siehe ebf. Maßnahmen ÖPNV klassisch*)
2. Schaffung von **Anschluss-Mobilität** über Shuttle, Busse, Sonderverkehre (*siehe ebf. Maßnahmen MIV, ÖPNV klassisch*)
3. Einrichtung von (**überregionalen**) **Busverbindungen** für Freizeitaktivitäten (z.B. Wanderbus, Skibus, Bergbus)
4. Aufbau / Ausbau (**E-)**Carsharing Infrastruktur (*siehe ebf. Maßnahmen MIV, Inter-/Multimodalität*)

6.5.1 Basisstrukturen (BS) Flexible und alternative Mobilitätsangebote

BS- Flexible Angebote 1: Verstetigung Austausch und Planung zu flexiblen Angebotsergänzungen im Allgäu

Innovative Mobilitätsservices wie z. B. On-Demand Verkehre bieten die Chance, individuelle Mobilitätsbedarfe von Einheimischen und Tourist:innen in Ergänzung zum bestehenden ÖPNV abzudecken. In **Kombination mit dem klassischen ÖPNV** können sie zu einer Optimierung des Gesamt-Systems beitragen. Im Allgäu gibt es bereits eine Reihe an Kommunen, die bereits erste oder auch schon längere Erfahrungen mit neuen Mobilitätsdienstleistungen und flexiblen Bedarfsformen gesammelt haben. Da sich in der Planung solcher Dienste **viele neue Fragestellungen** ergeben, wird ein weiterführender Austausch zu diesem Themenkomplex zwischen den Gebietskörperschaften in jedem Fall empfohlen – nicht nur, um voneinander zu lernen, sondern auch, um möglichst ineinandergreifende Lösungen zu fördern, die ggf. auch als skalierbare Lösung für das Allgäu dienen können.

BEISPIEL AUS ANDEREN REGIONEN ZUR GEMEINSAMEN FÖRDERUNG ÖFFENTLICHER ANGEBOTE

- Fachzentrum Mobilität im ländlichen Raum des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen:
www.mobileshessen2030.de/fz_mobilitaet_laendlicherraum

BS-Flexible Angebote 2: Gemeinsame ZG-Kommunikation zu Angeboten und Maßnahmen im Bereich flexiblen Angebotsergänzungen

Viele der ergänzenden Angebotsformen im ÖPNV sind für die Bürger:innen noch neu oder der Umgang mit ihnen ist (noch) nicht routiniert. Fehlendes Wissen nicht nur zu den

Möglichkeiten und Vorteilen, sondern auch zum Handling neuer Angebote sind massive Hemmnisfaktoren der Nutzung. Um die Akzeptanz v. a. bei **Neukund:innen** zu fördern, ist eine zielgruppengereichte **Kommunikation** unabdingbar. Gerade bei neuen Angeboten sollte diese über die reine Informationsbereitstellung hinausgehend **Kampagnen-Elemente** wie z. B. Probetickets oder Fahrten beinhalten, um neue Kund:innen heranzuführen und im Erlebnis die Neugier zu wecken.

BEISPIELE ZU KOMMUNIKATION ZU FLEXIBLEN UND ALTERNATIVEN ANGEBOTEN

- Mitmachaktion Carsharing. Junge Menschen fürs Carsharing begeistern und Carsharing Offensive in Fahrschulen als Teil der Kampagne Neue Mobilität bewegt nachhaltig des Verkehrsministeriums Baden-Württemberg: <https://vm.baden-wuerttemberg.de/de/politik-zukunft/nachhaltige-mobilitaet/definition-strategie-projekte/neue-mobilitaet>

6.5.2 Basisprojekte (BP) Flexible und alternative Mobilitätsangebote

BP-Flexible Angebote 1: Einrichtung von Rufbussen, Ruftaxis, weitere On-Demand-Services

Für eine bessere Anbindung entlegener Orte bzw. Oststeile und lediglich gering abgedeckte Zeiten sowie für eine Entlastung von viel befahrenen Strecken wird das ÖPNV-Netz gezielt und bedarfsorientiert durch alternative Mobilitätsangebote ergänzt. Zu diesem Zweck werden unter anderem **Rufbusse, Ruftaxis und weitere On-Demand-Services** zur Prüfung empfohlen. Diese können die Fahrgäste auf ähnlichen Strecken einsammeln und an den Zielort bringen.

Projekte, die bereits im Allgäu umgesetzt werden, sind u.a. die Linientaxis im LK Ostallgäu und der Stadt Kaufbeuren, der AST im LK Ostallgäu und der Stadt Memmingen, Rufbus und EMMI-MOBIL in Bad Hindelang, sowie das Rufbussystem und der Flexi-Bus im LK Unterallgäu (vgl. Kapitel 5.7). Es wird hier auch die Prüfung der Verknüpfung des EMMI-MOBIL mit dem Ringbus in Aichach empfohlen. Dies könnte eine kleine Veränderung mit einer großen Wirkung (Attraktivitätssteigerung beider Mobilitätslösungen) sein. Außerdem sollte eine weiterführende Evaluation zur Übertragbarkeit der Projekte auf andere Regionen durchgeführt werden.

Mögliche Förderung: Richtlinie zum Förderprogramm Verbesserung der Mobilität im ländlichen Raum für bedarfsorientierte Bedienformen des allgemeinen ÖPNV und Pilotprojekte landkreisübergreifender Expressbusverbindungen im Omnibusverkehr (verkuendung-bayern.de).²⁰⁹

209 <https://www.verkuendung-bayern.de/files/baymbl/2020/648/baymbl-2020-648.pdf> (07.03.2022)

BEISPIELE AUS ANDEREN REGIONEN ZU ALTERNATIVEN ANGEBOTEN

- Party-Bus App Sigmaringen / Nachtbus mit echtzeitbasierter digitale Informationsplattform
- Rendezvous-Haltestellen im Salzlandkreis mit digitalem Fahrgastinformationssystem (DFI)
- OMobi Ortsbus in Murnau: www.omobi.de/ortsbus-murnau
- Ehrenamtlicher Seniorenfahrdienst in Markt Altmannstein: www.mobilikon.de/praxisbeispiel/ehrenamtlicher-seniorenfahrdienst-und-buerger-und-seniorenbus-auf-basis-rufbus-markt
- AST Coburg Land: <https://ast-coburg-land.de>
- Ridepooling Hofer Landbus : <https://hofer-landbus.de>
- ...

BP-Flexible Angebote 2: Anschluss-Mobilitäten über Shuttle, Busse, Sonderverkehre

Insbesondere dort, wo ein Betrieb mit klassischen Bussen nur bedingt geeignet ist, wird die Prüfung von Strecken für eine Bedienung durch **Shuttle** bzw. **Pendelbusse** empfohlen, beispielsweise für Strecken, die deutlich kürzer als übliche Nahverkehrsrouten sind. Dort werden erfahrungsgemäß weniger Menschen transportiert, was den Einsatz klassischer Busse ökonomisch weniger attraktiv macht. Gleichzeitig sind die Wege für viele Menschen zu lang, um diese zu Fuß zurückzulegen (z. B. Hotelshuttle, Flughafenshuttle).

Sonderverkehre (z.B. über Busse) bezeichnen eine zeitlich limitierte Ausführung einer Busverbindung, welche aufgrund der Distanz oder Erreichbarkeit eingerichtet wurde. Sofern POIs mit Eintrittstickets (z.B. Veranstaltungen, Führungen o.ä.) angesteuert werden, sollte der Fahrpreis für diese Art der „Sonderverkehre“ bereits in Ticketpreis integriert sein.

Neben der direkten Anbindung von POIs sollte auch die **Anbindung von Auffangparkplätzen** über ergänzende Angebotslösungen verbessert werden (vgl. Maßnahmen MIV).

Im Kapitel 5.7 sind Projekte aufgezeigt, die bereits im Allgäu implementiert oder aktuell getestet werden (z.B. Memmingen Airport City Shuttle, Allgäu Shuttle, BürgerMobilität Argental, Pendelbus Hohenschwangau, Tänzelfestbus, Römerbus, Viescheid). Zur Förderung von Anschlussmobilitäten im Allgäu gilt es die konkreten Bedarfe und Übertragbarkeit existierender Lösungen zu evaluieren.

BEISPIELE AUS ANDEREN REGIONEN ZU ANSCHLUSS-MOBILITÄTEN

- E-Rikscha-Fahr- und Lieferdienst in Darup Landkreis Coesfeld: www.mobilikon.de/praxisbeispiel/e-rikscha-fahrdienst-darup
- Autonomer Kleinbus Birnbach Shuttle: www.badbirnbach.de/geschichten/autonomer-kleinbus
- Smartes DorfSHUTTLE: On-Demand-Ridepooling im Amt Süderbrarup www.dorfshuttle.de
- Shuttle Modellregion Oberfranken:

www.shuttle-modellregion-oberfranken.de

- MyShuttle im Landkreis Karlsruhe:
www.kvv.de/service/angebote-aktionen/myshuttle.html
- On-Demand-Shuttle in den Landkreisen Stormarn und Harburg:
www.mobilikon.de/praxisbeispiel/demand-shuttle-den-landkreisen-stormarn-und-harburg
- Vorarlberger Schizug- und Schibussystem:
www.wko.at/branchen/vbg/transport-verkehr/seilbahnen/skibus-skizug.html
- ...

BP-Flexible Angebote 3: Einrichtung von (überregionalen) Busverbindungen für Freizeitaktivitäten

Busverbindungen für Freizeitaktivitäten bieten den Fahrgästen Mehrwerte durch eine Anbindung an attraktive Wanderausgangspunkte und POIs / touristische Hotspots sowie eine gesicherte Anbindung zurück zum Urlaubsort bzw. Ausgangspunkt der Freizeitaktivität. Bestehende Beispiele im Allgäu, die auf eine Übertragbarkeit geprüft werden sollten, sind in Kapitel 5.7 aufgeführt (z.B. Bergsteigerlinie in der Spielmannsau, Skibus zur Fellhornbahn, Wanderbus in Halblech).

BP-Flexible Angebote 4: Aufbau / Ausbau E-Carsharing Infrastruktur

Im ländlichen Raum kann **Carsharing** eine gute Möglichkeit, um bestehende Angebotslücken des öffentlichen Nahverkehrsangebots auszugleichen (vgl. MIV Maßnahmen). Soll eine Anreise ohne eigenes Auto gefördert werden, so bietet Carsharing die Möglichkeit, auch trotz nicht ausreichenden ÖPNV Optionen flexibel mobil zu sein. Zu beachten ist jedoch, dass dieses nur von Personengruppen nutzbar ist, die über einen Führerschein verfügen. Somit stellt das Sharing-Modell lediglich eine Ergänzung und keine vollumfängliche Alternative zur Mobilitätssicherung auf dar.²¹⁰ D.h. unabhängig der Förderung von Carsharing Angeboten, ist es von grundlegender Bedeutung, auch künftig ÖPNV Erreichbarkeiten auf dem Land auszubauen.

Bis dato wird Carsharing meist als urbane Lösung diskutiert, da in dünnbesiedelten Gebieten die kritische Masse an Nutzer:innen häufig fehlt, um eine wirtschaftliche Tragfähigkeit zu erreichen. Jedoch gibt es bereits heute Whitelabel-Lösungen, um spezifisch für kleinere Gemeinden ein Angebot zu schaffen. (MOQO, Dörpsmobil, Regio.Mobil).

Um auch hier intermodale Wegeketten zu erleichtern, sollten **Anschlussmöglichkeiten zum öffentlichen Verkehr** mit in den Planungen berücksichtigt werden. Die Vernetzung zwischen ÖPNV- und Carsharing-Angeboten kann in Form der Stellplatzwahl, aber auch in Form von tariflichen Integrationen gefördert werden. Eine solche Integration bietet einen Anreiz zur Nutzung des Systems als Ganzes.

²¹⁰ Im Gegensatz dazu sind flexible Bedienformen des ÖPNV für alle zugänglich und unterstützen eine inklusive und sozial-verträgliche Mobilitätsform.

Außerdem sollten die **Kooperationspotenziale zwischen Sharing-Anbietern und touristischen Einrichtungen** wie Übernachtungsbetriebe weiter ausgebaut werden. Für Gäste mit Führerschein, kann Carsharing die Anbindung von mit dem ÖPNV schwer erreichbaren POIs, wie z.B. vom nächsten ÖPNV erreichbaren Ort oder Hotel, unterstützen.

In der Analyse zum Status Quo MIV sowie Status Inter- und Multimodalität wurden u.a. bestehende Carsharing Systeme im Allgäu aufgezeigt (vgl. Kapitel 5.5 und 5.4). Genannt wurden überwiegend gewinnorientierte Angebotsmodelle und weniger ehrenamtliche Sharingsysteme. Angeführt wurden u.a. Carsharing Kaufbeuren e.V., Stadtfliitzer Carsharing sowie das Projekt AllgaEU-mobil. Auch hier gilt es die bestehenden Systeme vor allem hinsichtlich einer interkommunalen Mobilitätserreichbarkeit zu evaluieren und für eine allgäuweite Förderung zu prüfen.

BEISPIELE ZU CARSHARING AUS ANDEREN REGIONEN:

- Carsharing Tirol2050 online im Verkehrsverbund Tirol Ticketshop: floMOBIL, Beecar und FLUGS
- Taubermobil Car- & Bike-Sharing in Bad Mergentheim:
www.taubermobil.de
- Carsharing MobiLL am Westufer des Ammersees in Bayern:
www.mobi-ll.de/carsharing
- Multifunktionales CarSharing im Wartburgkreis:
www.wartburgkreis.de/wirtschafts-zukunftsregion/verkehr-mobilitaet/e-mobilitaet/mobilitaetsprojekte
- MOQO - Ihr eigenes Shared Mobility Projekt: <https://moqo.de/>
- Dorpsmobil-Botschafter engagieren sich ehrenamtlich in ganz Schleswig-Holstein: <https://www.doerpsmobil-sh.de/>
- Regio.Mobil - Ihr CarSharing-Anbieter für den ländlichen Raum (bspw. In und um Homburg): <https://www.regiomobil.net/>
- ...

6.5.3 Folgeprojekte (FP) Flexible und alternative Mobilitätsangebote

Im Handlungsfeld Flexible und alternative Mobilitätsangebote bieten die folgenden Ansätze weiterführende Potenziale zur Förderung attraktiver Ergänzungsangebote – aufbauend auf den zuvor geschilderten Basismaßnahmen.

FOLGEPROJEKTE (FP) FLEXIBLE UND ALTERNATIVE MOBILITÄTSANGEBOTE

Angebote & Integration Mobilitäts-Dienstleistungen

- Aufbau von (einheitlichen) Mobilitätsstationen
- Förderung von Mitfahr-Plattformen im Bereich Besucherlenkung (*siehe MIV*)
- Kooperation mit Vereinen zur Förderung von Mitfahrplattformen und Ridesharing (Mitnahmesysteme) (*siehe MIV*)
- Förderung An- und Abreise mit Fernbuslinien
- Vergünstigungen der Tickets von On-Demand Angeboten durch Nutzung der Parkplatzgebühren z.B. an Auffangparkplätzen
- Prüfung von Seilbahnlösungen als Teil des ÖPNVs
- Kooperation mit Fahrschulen zur Förderung von Carsharing
- Förderung Sharing-Lösungen für Unternehmenscluster
- Förderung ehrenamtlicher Bürgerbusprojekte
- Förderung (ehrenamtlichen) Fahrdiensten, z.B. über Rikshas

Multi-/Intermodalität

- Aufbau von (einheitlichen) Mobilitätsstationen (*siehe ebf. Querschnitt*)
- Langfristige Schaffung einer Mobilitätsgarantie (*siehe ebf. Querschnitt, ÖPNV klassisch*)
- Einführung einer allgäuweiten einheitlichen Gäste-Karte mit ergänzenden Mobilitätslösungen und (Weiter-) Entwicklung Gäste-Karte zur Mobilitätsgarantie (*siehe ebf. Querschnitt, ÖPNV klassisch*)
- ...

6.6 Regionale Maßnahmen zu Radnetz & Radverkehr



Als eine der umweltfreundlichsten Arten der Fortbewegung hat das Fahrradfahren in den letzten Jahren zunehmend an Aufmerksamkeit gewonnen. Die Entwicklungen im Bereich der elektrischen Zweiradmobilität haben dem Themenfeld zusätzlich Aufwind verschafft. Pedelecs und (E-) Lastenräder sind zumindest in den urbaneren Gebieten keine Seltenheit mehr. Und insbesondere in den hügeligen Regionen des Allgäus hat der elektrische Antrieb auch für einen neuen Schwung im Bereich des Fahrradtourismus gesorgt. Bereits bestehende Aktivitäten einer interkommunalen Radverkehrsförderung im ländlichen Raum gilt es weiter auszubauen. Empfohlen werden die folgenden grundlegenden Handlungsansätze:

BASISSTRUKTUREN (BS) RADNETZ & RADVERKEHR

1. Verstetigung **Austausch** und Planung zur gemeinsamen Förderung des Radverkehrs im Allgäu
2. Gemeinsame **ZG-Kommunikation** zu Angeboten und Maßnahmen im Radverkehr

BASISPROJEKTE (BP) RADNETZ & RADVERKEHR

1. Weiterer Ausbau **interkommunaler Radwege** (siehe *ebf. Mobilitätsmanagement*)
2. Weiterer Ausbau der **Radwegebeschilderung**
3. Angebotsausweitung **Radverleih bzw. (E-)Bike Sharing** inkl. Fahrradstationen
4. Verbesserung der **Rad-Erreichbarkeit** von Unternehmen / Gewerbeansiedlungen/ Schulen durch Ausbau von Radwegen (siehe *Mobilitätsmanagement*)

Wie aus den erarbeiteten Basisprojekten ersichtlich wird, ist der Ausbau der Infrastruktur für den Radverkehr eine wichtige Voraussetzung, zu attraktivieren. Das Augenmerk liegt auf einem verkehrssicheren und gut vernetzten Ausbau der Radwege. Die Förderung der Kommunen für den Bau von Radwegen wird über das „Bayerische Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz“ und das „Bayerische Finanzausgleichsgesetz“ sowie die „Radoffensive Klimaland Bayern“ unterstützt. Der Bau von Radschnellwegen soll zu einer Vernetzung wichtiger Quell- und Zielbereiche mit hohem Nutzungspotential beitragen und die Überbrückung größerer Entfernungen verbessern.²¹¹ Zur Förderung stellt der Bund ebenfalls bis 2030 Finanzhilfen bereit.²¹²

Eine Übersicht zu Fördermöglichkeiten im Bereich Radverkehr bietet unter anderem die Förderfibel des Fahrradportals des Nationalen Radverkehrsplans: <https://nationaler-radverkehrsplan.de/de/foerderfibel>.

Seitens des bayerischen Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr werden außerdem die Fördermöglichkeiten (Bund und Land) auf der folgenden Webseite gelistet: www.radverkehr.bayern.de/foerderung. Dort existiert ebenso ein Verweis auf Förderungen seitens des Bundesamts für Güterverkehr (BAG).

6.6.1 Basisstrukturen (BS) Radnetz & Radverkehr

BS-Radverkehr 1: Verstetigung Austausch und Planung zur gemeinsamen Förderung des Radverkehrs im Allgäu

Analog zu den Basisstrukturen der anderen Handlungsfelder wird auch im Bereich Radverkehr empfohlen, den im Rahmen der Konzeptentwicklung begonnenen **GK-übergreifenden Austausch** weiter zu verfolgen und zu verstetigen. Dabei sollten beide Bereiche gleichermaßen berücksichtigt werden: Der Dialog und die Entwicklung

211 Für Radschnellwegprojekte in den Großräumen München und Nürnberg laufen bereits die Planungen.
212 Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr. Radverkehrsprogramm Bayern 2025.

https://www.radverkehr.bayern.de/assets/stmi/miniwebs/radverkehr/stmb_radverkehrsprogramm_2025.pdf, (20.01.2022), S.10 f.

gemeinsamer Maßnahmen a) im Bereich Rad-Alltagsverkehr sowie b) im Bereich Rad-Freizeitverkehr.

Ein wertvoller Wissenstransfer kann z. B. generiert werden, wenn Austauschrunden zu bereits bestehenden Radverkehrskonzepten organisiert werden und im **Peer-2-Peer-Netzwerk** von bereits gemachten Erfahrungen gelernt werden kann. Oder aber Planungswerkstätten bieten sich an, um z. B. ein gemeinsames Vorgehen zur Implementierung von Radabstellanlagen an wichtigen Knotenpunkten abzustimmen sowie weitere, vernetzt gedachte Verbesserungsmöglichkeiten aus den Konzepten in die Umsetzung zu bringen.

In Bayern und Baden-Württemberg fördern die **Arbeitsgemeinschaften fahrradfreundliche Kommunen** (agfk-bayern.de und agfk-bw.de) explizit die **Vernetzung und Wissensaufbau** zu Radverkehrsförderung in Kommunen der jeweiligen Bundesländer. Unabhängig des Austauschs zwischen den Gebietskörperschaften des Allgäus, sollte jede Kommune eine Mitgliedschaft in der AGFK anstreben.

Zur Förderung des **Wissensaufbaus** bietet außerdem das **Fahrradportal des Nationalen Radverkehrsplans** (nationaler-radverkehrsplan.de) eine umfangreiche Informations- und Wissensbasis zur Radverkehrsförderung. Verfügbar sind u.a. zahlreiche Praxisbeispiele, eine Literaturdatenbank, Fortbildungsveranstaltungen der Fahrradakademie sowie eine Förderfibel, die stets aktualisiert wird.

BEISPIELE FÜR NETZWERKE UND WISSENSAUFBAU FÜR DEN BEREICH RADVERKEHR:

- Fahrradportal des Nationalen Radverkehrsplans: www.nationaler-radverkehrsplan.de
- Arbeitsgemeinschaften fahrradfreundliche Kommunen in Bayern www.agfk-bayern.de und Baden-Württemberg www.agfk-bw.de
- RadKULTUR RadSTRATEGIE des Landes Baden-Württemberg: www.radkultur-bw.de

BS-Radverkehr 2: Gemeinsame ZG-Kommunikation zu Angeboten und Maßnahmen im Radverkehr

Um eine Steigerung des Radverkehrsanteils zu bewirken, bilden adäquate Infrastrukturen die Basis. Zugleich bedarf es aber auch gemeinsam abgestimmter und **gebündelter Informationsangebote** zum Radverkehr im Allgäu. Eine zielgruppendifferenzierte Kommunikationsstrategie setzt den Rahmen und informiert über alle vorhandenen Angebote, Serviceleistungen und Infrastrukturen im Bereich Radverkehr. Darüber hinaus ist ein wesentliches Ziel durch entsprechende - im regionalen Kontext durchzuführende Maßnahmen - verschiedene Nutzergruppen zu **motivieren** und über verschiedene Aktionen, die Lust am Radfahren zu wecken (vgl. Kapitel 5.8).

Neben der Aufarbeitung der lokalen Angebote, wird die Entwicklung einer **allgäuweiten Kommunikationsstrategie** empfohlen, in der die zu etablierende **Marke** auch für eine starke Radverkehrsförderung steht. D.h. nicht jede Kommune im Allgäu muss ihre eigene Radverkehrskampagne entwickeln, sondern eine übergeordnete Rahmenstrategie schafft Synergien und erlaubt es, verschiedene Bausteine für den lokalen Kontext zu adaptieren.

Außerdem bieten die AGFKs teilweise auch Module, die sich in eine Kommunikationsstrategie integrieren lassen oder direkt genutzt werden können, wie z.B. das Projekt Schul- und Stadtradeln (www.stadtradeln.de).

BEISPIELE FÜR RADVERKEHRSKOMMUNKATION IN ANDEREN REGIONEN

- RadKULTUR RadSTRATEGIE des Landes Baden-Württemberg:
www.radkultur-bw.de
- Radkampagne „Radlhauptstadt“ der Landeshauptstadt München (heute Teil der Gesamtstrategie München unterwegs:
www.muenchenunterwegs.de/angebote/verkehrsmittel/fahrrad)
- Radkampagne „Bock-auf-Biken“ des Landes Schleswig-Holstein, Zielgruppe Jugendliche und ländlicher Raum: www.bock-auf-biken.de
- Radkampagne „VeloCityRuhr. Wir radeln schon mal vor“:
www.velocityruhr.net/thema/radverkehrskampagne

6.6.2 Basisprojekte (BP) Radnetz & Radverkehr

BP-Radverkehr 1: Weiterer Ausbau interkommunaler Radwege

Eine zentrale Maßnahme zur Förderung des Radverkehrs im Alltag ist der Ausbau **interkommunaler Radwege**. Insbesondere für Pendler:innen und Schüler:innen ist dies Voraussetzung, um überhaupt den Weg mit dem Rad zur Ausbildung oder zur Arbeit anzutreten (vgl. Maßnahmen Mobilitätsmanagement). Indem wichtige Verbindungen auf Gemeinde- und GK-Ebene sowie überregionale Verknüpfungen geschaffen werden, wird nicht nur die **Verkehrssicherheit** gefördert, sondern auch die Attraktivität des Radfahrens sowohl im Freizeit- als auch Alltagsverkehr gesteigert. In Kapitel 5.8 sind Projektbeispiele aus dem Allgäu dargestellt, wie z.B. der Bodenseeradweg.

Bei den Maßnahmen zu MM wurde außerdem die Verbesserung von Raderreichbarkeiten bei Unternehmen, Gewerbegebieten, Schulen etc. als ein Basisprojekt des Mobilitätsmanagements festgehalten (BP-MM 2).

Mögliche Förderung durch den Freistaat Bayern:

- Radverkehrsinfrastruktur; Beantragung einer Förderung für Investitionen zur Verbesserung des Radverkehrs - BayernPortal (freistaat.bayern)²¹³
- Förderung - Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr (bayern.de)

BEISPIELE AUS ANDEREN REGIONEN ZUM INTERKOMMUNALEN RADWEGEAUSBAU:

- Mobilitätsnetzwerk Ortenau Ausbau interkommunaler Radwege
- Transdanube.Pearls – interkommunale Mobilitätsförderung entlang der Donau, Schwerpunkt Tourismus, u.a. Donauradwegeausbau:
[/www.donaubueero.de/uploads/leyhr/TDP/TDP_Abschlussbroschuere-compressed.pdf](http://www.donaubueero.de/uploads/leyhr/TDP/TDP_Abschlussbroschuere-compressed.pdf)
- GreenMobility Südtirol – Alto Adige Südtiroler Radroutennetz
- ...

BP-Radverkehr 2: Weiterer Ausbau der Radwegebeschilderung

Klare und eindeutige Beschilderungen sind nicht nur für Gäste ein wichtiges Element zu **Orientierung**. Auch den Einheimischen helfen sie, ihre Wege unabhängig von Navigationsgeräten und Apps zu finden.

BP-Radverkehr 3: Angebotsausweitung Radverleih / (E-)Bike Sharing inkl. Fahrradstationen)

Bikesharing-Systeme erfahren im ländlichen Raum als stationsgebundene Systeme, vorwiegend an Umsteigehubs mit entsprechend größerem Nachfragepotential, eine zunehmende Beliebtheit. Ein Ausbau von Leihsystemen für Räder und Schaffung zugehöriger Abstellanlagen, auch für hochwertige Räder wie E-Bikes und Pedelecs, können den Anteil des Umweltverbunds zu Lasten des MIV steigern und somit eine höhere Lebensqualität in den Städten und Gemeinden im Allgäu schaffen. Kapitel 5.8 zeigt Projektbeispiele aus dem Allgäu, wie z.B. die Bike Sharing-Systeme in Lindau bzw. im Bodenseeraum und Oberstdorf. Auch diese gilt es hinsichtlich einer allgäuweiten Übertragbarkeit zu evaluieren.

BEISPIELE ZU BIKE SHARING AUS ANDEREN REGIONEN:

- E-Radverleihservice im Südburgenland in Österreich Ein Stück vom Paradies:
www.ein-stueck-vom-paradies.at
- Milla Bike – das freie Lastenrad im Mühlenkreis Minden-Lübbecke:
www.mobilikon.de/praxisbeispiel/millabike-das-freie-lastenrad-im-muehlenkreis-minden-luebbecke

²¹³<https://www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/1905161869130?plz=94481&behoerde=12775705447&gemeinde=210856846691> (09.03.2022).
<https://www.radverkehr.bayern.de/foerderung/index.php> (09.03.2022).

- Carvelo2Go eCargo-Bike Sharing in verschiedenen Städten in der Schweiz:
www.carvelo2go.ch
- Fairvelo – Transportrad für alle Cargobike Sharing Angebot in Vorarlberg:
<https://fairvelo.org/>
- ...

6.6.3 Folgeprojekte (FP) Radnetz & Radverkehr

Die Basismaßnahmen bilden die Grundlage zur Förderung eines attraktiven Radverkehrs im Allgäu. Die folgenden Ansätze können diese in einer weiterführenden Planung ergänzen.

FOLGEPROJEKTE (FP) ZUR RADVERKEHRSFÖRDERUNG

Infrastruktur-Optimierung

- Bau / Ausbau von regionalen Radwegen (ähnlich zu Schnellradwegen) insbesondere für den Pendelverkehr
- Weitere Aufwertung von überregionalen Radwegen bspw. durch Rast- und Informationsangebote
- Weitere Einrichtung von sicheren Radabstellanlagen
- Einrichtung von Ladeinfrastruktur für E-Bikes für den touristischen Radverkehr in Übernachtungsbetrieben und an POIs
- Weitere Ausbau der Intermodalität zwischen ÖPNV und Rad (u.a. Radmitnahme)

Integration Angebote & Preismanagement

- Ermäßigungen / Kostenfreie Nutzung von (E-)Radverleihsystemen (z.B. bei Gäste-Karten)

Kommunikation

- Kampagne für mehr Sicherheit im Radverkehr
- Zielgruppendifferenzierte Teilkampagnen zur Förderung des Radverkehrs (Kinder, Schüler:innen, Auszubildende, Studierende, Pendler:innen, Senior:innen, Migrant:innen etc.)
- Teilkampagnen für E-Fahrräder und/oder Lastenfahrräder
- ...

6.7 Übersicht zu Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten

In den vorherigen Ausführungen und Maßnahmen pro Handlungsfeld wurde bereits auf Fördermöglichkeiten bzw. Finanzierungshilfen verwiesen. Im nachfolgenden Abschnitt sind die Förderungen zusammengefasst und mit weiteren Förderlinks ergänzt (sofern sich diese nicht einem Handlungsfeld oder einer Maßnahme klar zuordnen ließen).

Aufbau und Betrieb kommunaler Netzwerke

- Aufbau strategischer Klimaschutzmaßnahmen:
<https://www.klimaschutz.de/de/foerderung/foerderprogramme/kommunalrichtlinien>

MIV (Besucherlenkung, Informationsplattform, etc.)

- BayernInfo Gelassen unterwegs. Sicher ankommen: <https://www.bayerninfo.de/>
- Bayernfahrplan – Fahrtauskunft: <https://www.bayern-fahrplan.de/de/auskunft>
- Förderung für neues Verkehrs- und Parkleitsystem:
<https://www.stmb.bayern.de/med/pressemitteilungen/pressearchiv/2020/132/index.php>

Betriebliches und kommunales Mobilitätsmanagement

- Nicht öffentlich zugängliche Ladestationen für Elektrofahrzeuge – Unternehmen und Kommunen:
<https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Bund/BMVI/ladestationen-e-fahrzeuge-unternehmen-kommunen.html>

Förderung ÖPNV

- BayGVFG-Förderung: Verbesserung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV): <https://www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/168417132589>

Förderung ehrenamtlicher Bürgerbusprojekte

- https://www.regierung.oberbayern.bayern.de/aufgaben/37200/40441/leistung/leistung_55667/index.html

Förderung bedarfsorientierter Mobilität

- Mobilität im ländlichen Raum:
https://www.regierung.oberbayern.bayern.de/aufgaben/37200/40441/leistung/leistung_35043/index.html

Mulimodal (Fokus aus Radmobilität i.V.m. ÖPNV)

- Innovative Projekte zur Verbesserung des Radverkehrs in Deutschland:
<https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Bund/BMVI/innovation-radverkehr-deutschland.html>

- B+R Offensive – Bahnhöfe als umweltfreundliche Mobilitätsdrehscheiben:
<https://www.bmuv.de/programm/b-r-offensive-bahnhoeefe-als-umweltfreundliche-mobilitaetsdrehscheiben>

Radnetz & Radverkehr

- „Stadt und Land“ für flächendeckende Fahrradinfrastruktur:
<https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/StV/Radverkehr/flaechendeckende-fahrradinfrastruktur-sonderprogramm-stadt-und-land.html>
- Klimaschutzinitiative – Klimaschutz im Radverkehr:
<https://www.foerderdatenbank.de/FDB/Content/DE/Foerderprogramm/Bund/BMU/foerderaufruf-klimaschutz-durch-radverkehr.html>
- www.radverkehr.bayern.de/foerderung
- Seite 9 und Seite 11:
https://www.radverkehr.bayern.de/assets/stmi/miniwebs/radverkehr/stmb_radverkehrsprogramm_2025.pdf
- Förderfibel des Nationalen Radverkehrsplans: <https://nationaler-radverkehrsplan.de/de/foerderfibel>
- Übersicht zu Fördermöglichkeiten im Bereich Radverkehr (Landes- und Bundesebene) auf den Seiten des Bayerischen Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr. Dort existiert ebenso ein Verweis auf Förderungen seitens des Bundesamts für Güterverkehr (BAG).

Hinweis ÖPNV-Strategie des Freistaats: Zusätzliche Expertise für ÖPNV in Bayern - Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr

- <https://www.stmb.bayern.de/med/pressemitteilungen/pressearchiv/2021/111/index.php>

6.8 Fazit: Basismaßnahmen als Grundlagenorientierung

In Kapitel 6 wurde eine Vielzahl an Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität auf der regionalen Ebene des Allgäus dargestellt. Im Prozess der Konzeptentwicklung hat sich klar herausgestellt, dass sich das Allgäu als Region noch am Anfang seiner Arbeit im Bereich nachhaltige Mobilitätsförderung bewegt. Vereinzelt existieren zwar themenspezifische Austauschrunden (z. B. AG Besucherlenkung) und punktuell werden auch eine Reihe an Mobilitätsprojekten umgesetzt. Jedoch gilt es die **Austausch- und Vernetzungsstrukturen übergreifend für alle Handlungsfelder** weiter auszubauen, um erfolgreiche Lösungen in die Region zu übertragen und weitere Aktivitäten für die regionale Ebene anzustoßen und zu implementieren.

Den Rahmen des vorliegenden Konzepts bilden die sechs Handlungsfelder **Querschnittsmaßnahmen** (inkl. Kommunikation, Kooperationen und Inter-/Multimodalitätslösungen sowie gemeinsame Förderungen), **Mobilitätsmanagement**, **MIV** mit privatem Pkw und Parken, der **klassische ÖPNV**, innovative **Flexible und alternative Mobilitätsangebote** (inkl. On-Demand-Lösungen, Sharing, Mitfahren) sowie **Radverkehr**. Um eine nachhaltige Mobilitätsentwicklung zu fördern und ein

effizientes und ineinandergreifendes Mobilitätssystem zu erreichen, sind alle diese sechs Felder gleichermaßen wichtige Säulen. Innerhalb dieser Felder können die identifizierten Maßnahmen jedoch hinsichtlich ihrer Umsetzungspriorität strukturiert werden. Um der nun folgenden Arbeit im Allgäu einen handhabbaren und möglichst wirkungsvollen Vorgehensplan an die Hand zu geben, wurden daher die Maßnahmen innerhalb der Handlungsfelder in die Schaffung von Basisstrukturen (BS) und Umsetzung von Basisprojekten (BP) sowie nach weiterführenden Folgeprojekten (FP) aufgeteilt.

Die Basisstrukturen bilden die Grundlage, um langfristig geeignete Strukturen zur Förderung von nachhaltiger Mobilität zu schaffen. Diese Strukturen sind in jedem Fall als ersten Schritt umzusetzen. Die Einordnung als Basisprojekt oder Folgeprojekt erfolgte auf Grundlage der Dialogrunden des Prozesses und aufgrund der Expertise des BKs. Die weiterführende Priorisierung muss im Folgenden in der gemeinsamen Arbeit der Gebietskörperschaften festgelegt werden. Langfristig sind alle Bausteine als zentral anzusehen, um ein allumfassendes nachhaltiges Mobilitätssystem zu bilden. Für die weitere Auswahl müssen jedoch noch detaillierter die jeweiligen Kontextbedingungen berücksichtigt und Wirkungseffekte gegeneinander abgewogen werden.

Mit den ausgewählten Basismaßnahmen erhält die Region einen **Baukasten bzw. „Maßnahmen-Koffer“** für die **interkommunale Arbeit** zur Förderung nachhaltiger Mobilität und fungiert als **Grundlagen-Roadmap** für das Allgäu. Bei der Entwicklung und Umsetzung der Maßnahmen ist eine **enge Zusammenarbeit der verschiedenen Ebenen** zwischen der Region Allgäu, der GKs und auch der jeweiligen Gemeinden unabdingbar. Die interkommunale Abstimmung ist zentral, um nicht einzelne Insellösungen zu schaffen, sondern ein aufeinander abgestimmtes und einheitliches Vorgehen in der Region.

Um die gesetzten gesetzlichen Ziele (international und national) im Bereich Klimaschutz und Mobilität zu erfüllen (vgl. Kapitel 1), bedarf es starker **Kooperationen und Netzwerke**. Die Stärkung des Klimaschutzes mit dem Ausbau nachhaltiger Mobilität betrifft alle Akteur:innen gleichermaßen. Zentrale Aufgabe wird nun die **Verbreitung** des vorliegenden Konzeptes im Allgäu sein. Alle **159 Gemeinden und Städte** im Allgäu müssen in den angestoßenen Prozess integriert werden. Nur so können die gemeinsam vereinbarten **Leitlinien der Region** zur nachhaltigen Mobilität (vgl. Kapitel 3) verfolgt und damit auch auf die Klimaziele der internationalen und nationalen Ebene einzahlen. Das vorliegende integrierte Mobilitätskonzept bietet die Basis richtungsweisende Maßnahmen einzuleiten und entsprechend zu steuern, um letztlich dem Ziel einer **lebenswerten Region** und **nachhaltig ausgerichteten Destination** ein Stück näher zu kommen.

7 EVALUATION SOFORTMAßNAHMEN LOS 1

Die im Konzept vorgestellten Maßnahmen reichen von der Schaffung von Organisationsstrukturen, Initiierung und Nutzung von Netzwerken, Erweiterung und Optimierung von Infrastrukturen bis hin zur Implementierung neuer Technologien und ZG-Kommunikation. Neben dieser konzeptionellen Grundlagenarbeit und Erarbeitung von Empfehlungen für das weitere Vorgehen zur nachhaltigen Mobilitätsförderung im Allgäu, wurde während der Projektphase zugleich eine erste **Sofortmaßnahme** in der Kategorie Technologie im Handlungsfeld MIV bereits umgesetzt und evaluiert. Diese Umsetzung sowie Evaluierung zweier **Proof of Concepts** zum **(digitalen) Parkraummanagement** innerhalb der Projektlaufzeit von einem Jahr, kann damit als Pilot und Vorzeigeprojekt der regionalen Zusammenarbeit im Rahmen der nachhaltigen Mobilität im Allgäu auch für die übrigen Handlungsfelder herangezogen werden.

Um bestmögliche Wirkungseffekte zu erzielen und langfristig eine Änderung des Reiseverhaltens von Gästen und Ausflüglern zu bewirken, dürfen derart technologische Sofortmaßnahmen aus Los 1 nicht für sich alleine stehen. Sie sind als *ein* Baustein im Gesamtportfolio an Handlungsansätzen zu sehen. Auch sollten sie nicht nur punktuell auf der lokalen Ebene entwickelt und implementiert werden, sondern sollten in übergeordnete Strukturen, wie einem **allgäuweiten Mobilitätsnetz**, eingebettet sein. Ebenso muss eine Verknüpfung im Rahmen einer regionalen Kommunikationsstrategie erfolgen (vgl. Querschnittsmaßnahmen Kapitel 6.1). Schließlich bedarf es einer weiterführenden Evaluation, in der die ersten hier generierten Erkenntnisgewinne re-evaluiert und im Laufe der weiteren Erprobungszeit neu aufkommende Aspekte aufgenommen werden. Damit wird die Weiterentwicklung der technologischen Instrumente und die fortlaufende regionale Umsetzung von weiteren Maßnahmen des digitalen Parkraummanagements in der gesamten Region zielführend umgesetzt.

Im Folgenden wird die Umsetzung der beiden Proof of Concepts sowie deren erste Evaluation– auf quantitativer und qualitativer Ebene – und empfohlene Anpassungen im Rahmen des Projektes vorgestellt.

7.1 Alatsee

Im Rahmen eines Evaluierungsworkshops unter Beteiligung der Stadt Füssen, dem BK und der Leitung von ui! zusammen mit dem Technikdienstleister Bernard Technologies wurde die Installation, die Praxiserfahrung der ersten fünf Monate sowie die Learnings aus der Umsetzung der Maßnahme analysiert. Nach dem technischen Aufbau der Sofortmaßnahme wurden bereits erste technische Anpassungen durchgeführt.

In einem ersten Schritt erfolgte der Aufbau und die Inbetriebnahme der kamerabasierten Zu- und Abfahrtsmessung mit Bilanzierung der aktuellen Parkplatz-Belegung und Anzeige auf der Zufahrtsstraße nach Hinterstein Mitte Juni 2021. Kurze Zeit später wurde der ursprüngliche Aufbau aufgrund des Verkehrsabfluss am Parkplatz und durch den Fahrzeugfluss zum Hotel und Ferienwohnungen angepasst. Mit der Lösung zur Installation einer zusätzlichen Kamera, welche den Abfluss überwacht und an das

System meldet, wurde diese, in Abstimmung mit den Betreiber:innen des Hotels und der Ferienwohnungen, Ende Oktober in Betrieb genommen.

Echtzeitdaten der aktuellen Parkplatzsituation werden bereits zum gegenwärtigen Stand ca. alle zehn Sekunden an die BayernCloud/Ausflugsticker übermittelt. Eine Schnittstelle zu Google Maps und zu Navigationssystemen ist zentral von einer bayern- oder deutschlandweiten Plattform zu erfolgen. Für den Proof of Concept wurde keine singuläre Schnittstelle und Datenversorgung realisiert.

Für den Weiterbetrieb des Proof of Concept werden folgende weitere Anpassungen zur Optimierung des Systems empfohlen und in Abstimmung mit der Stadt Füssen im Nachgang umgesetzt:

- Optimierung der Parkplatzanzeige am Alatsee zur Zufriedenheitssteigerung der Nutzer:innen → zukünftig erfolgt anstatt der Bilanzierung und Anzeige der konkreten Parkplatzanzahl die Anzeige des Belegungsgrades des Parkplatzes über ein Ampelsystem
- Aufgrund der „halblegal wildparkenden“ Fahrzeuge (halblegal, aufgrund eines gekauften Parktickets aber außerhalb der Markierungen) werden teilweise keine korrekten Ergebnisse der freien Parkplatzanzahl angezeigt.

Folgende Anzeige könnte über ein Ampelsystem kommuniziert werden und soll am Parkplatz Alatsee getestet werden:

- Rot: überfüllt bei Vollbelegung inkl. Überparkung
- Gelb: gefüllt bei ca. 80 % Belegung
- Grün: frei bis ca. 70-80 % Belegung

Folgende Punkte werden als Lessons Learned für zukünftige Prozesse im Rahmen digitaler Parkraummaßnahmen empfohlen:

- Vorab-Überprüfung der Parkplatzsituation auf Abgeschlossenheit des Parkraumes oder Durchfahrtsituation
- Vorab-Überprüfung, ob bei vorliegender Parkplatzsituation parken abweichend der Parkierungsflächen („wild parken“) unter bestimmten Konditionen (am Alatsee: Kauf eines Parktickets) erlaubt ist.
- Ein einfach bedienbares System sollte der Standard sein und möglichst ohne manuellen Eingriff funktionieren.
- Eine Stromquelle vor Ort sollte möglichst vorhanden sein, um auf einen „umständlichen“ Solar- und Batteriebetrieb verzichten zu können.
- Die Digitalisierung/ elektronische Erfassung einzelner Parkplätze erzielt den größten Effekt für die Besucherlenkung, wenn eine Vielzahl an Parkflächen ausgestattet werden und diese in ein übergeordnetes Parkleitsystem eingebunden werden.
- Falls eine Restplatzanzeige aufgrund nicht vollständig korrekter Messung der freien Stellplätze keine plausiblen Werte liefert, macht eine Anzeige über ein Ampelsystem mehr Sinn.

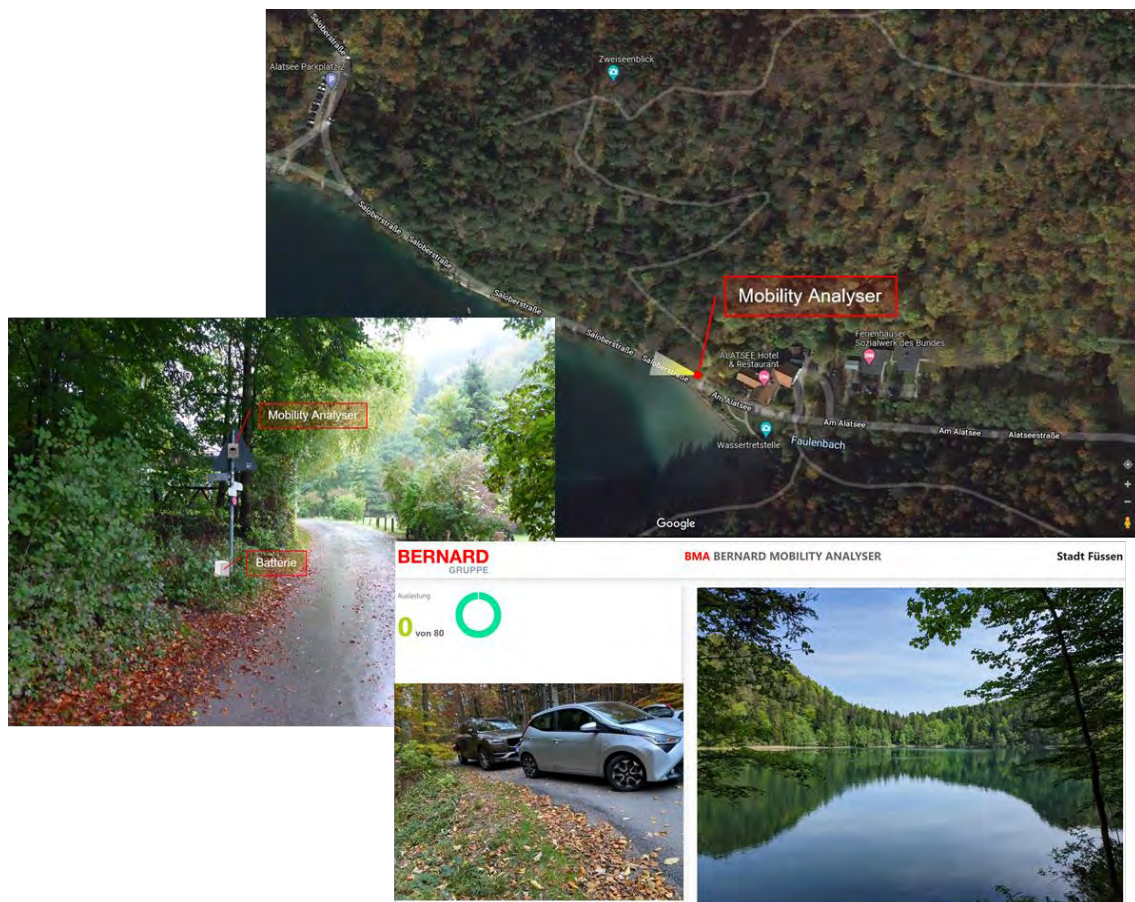


Abbildung 26: Beispiel Sofortmaßnahme Alatsee (Quelle: Bernard Technologies GmbH)

7.2 Bad Hindelang

Um in Hinterstein das Fahrzeug- und Besucheraufkommen speziell am Parkplatz „Auf der Höh“ und im Zufahrtsbereich intelligenter zu lenken, wurde die Umsetzung eines digitalen Erfassungs- und Leitsystems geplant. Die Ausgabe der analysierten aktuellen Parkplatzauslastung wurde in Echtzeit auf einer digitalen Anzeigetafel und über verschiedenen Medien von Drittsystemen verfügbar gemacht (z. B. Ausflugsticker). Vor diesem Hintergrund wurde die Durchführung des POCs (6 Monate) in einem technisch reduzierten Umfang zur Erfassung der Parkraumauslastung sowie entsprechenden Data-Analytics und der Visualisierung der Daten seit Mitte Juni 2021 umgesetzt.

Ergänzend wurde am Ortseingang von Hinterstein an einem Lichtmast eine weitere Verkehrskamera installiert, um die zu- und abfließenden Fahrzeuge über ein Bilanzierungsverfahren zu messen und abzüglich der Fahrzeuge, die am Parkplatz „Auf der Höh“ parken, als AKTUELLE BELEGUNG im Ortsteil Hinterstein zu berechnen. Eine weitere digitale Anzeigentafel zeigt auf Höhe des Parkplatzes „Säge“ folgendes an: Parkplätze im Ort *aktueller Wert*.

Bei der Bilanzierungserfassung am Ortseingang wurde ein neuer, innovativer Ansatz gewählt, dessen Ergebnis und Genauigkeit der Anzeigewerte nur als Erprobung

verstanden werden muss – Aufgrund von Anwohnern und Gästen, die nicht auf den vorhandenen ausgewiesenen Parkflächen parken, war die berechnete Parkraumverfügbarkeit im Ortsteil Hinterstein nicht exakt erfassbar. Als Grundlage wurden Zahlen / Zählungen aus „besucherarmen Wochentagen mit Schlechtwetter“ (Referenz) verwendet.

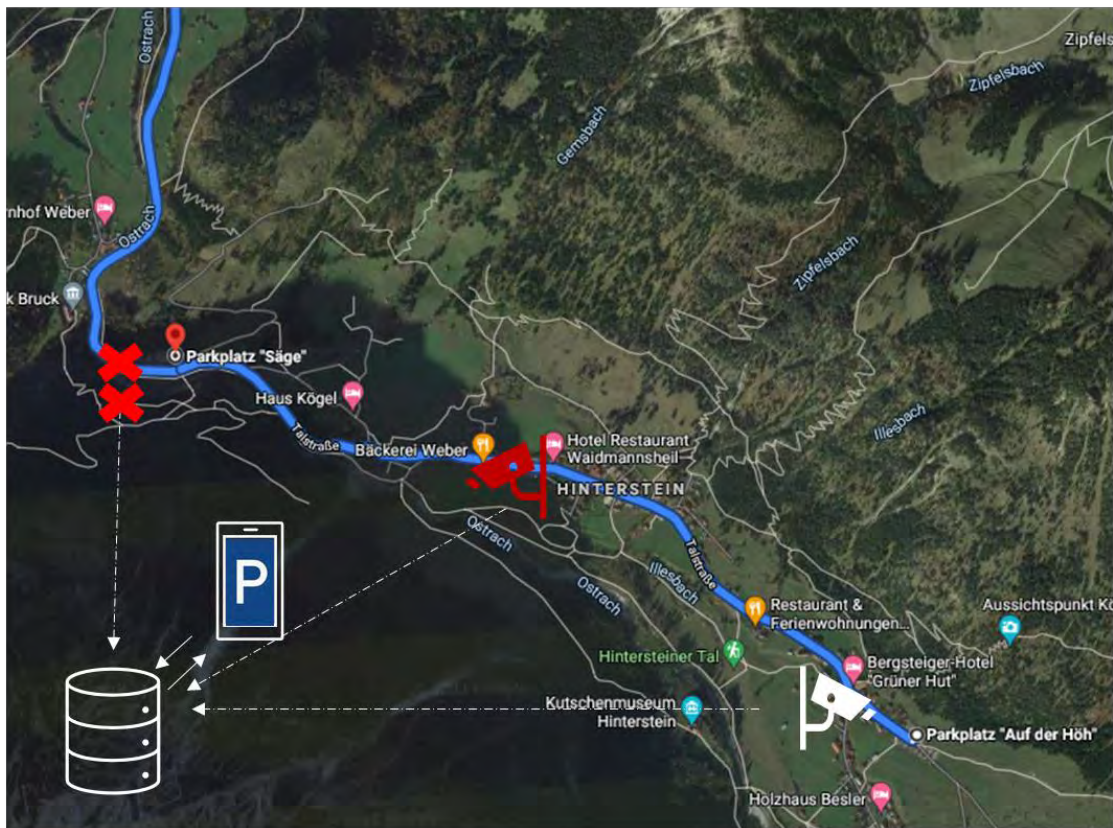


Abbildung 27: PoC-Aufbau (x = Standort für eine digitale Anzeigentafel am Parkplatz „Säge“) (Quelle: eigene Darstellung ui!, Kartenbasis: maps.google.com)

Die Evaluation für die Sofortmaßnahmen in Bad Hindelang - Hinterstein erfolgte datenbasiert. Zu diesem Zweck wurde unter anderem die Belegung am Parkplatz Hinterstein „Auf der Höh“ gemessen und – um das Verhalten der Besucher besser verstehen zu können - mit Wetterdaten hinterlegt (vgl. Abbildung 27). Hier konnte eine deutliche Korrelation der Niederschlagsmenge mit der Anzahl der Belegung festgestellt werden.

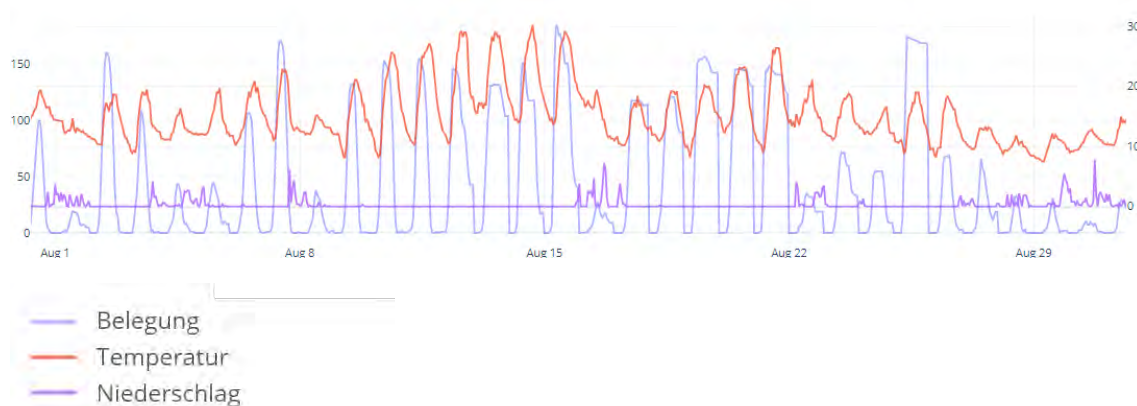


Abbildung 28: Belegung am Parkplatz auf der Höh – August 2021 (Quelle: eigene Darstellung ui!)

Abbildung 28 zeigt am Beispiel für den 15. August 2021 die Tagesganglinien der installierten Kameras am Parkplatz „Auf der Höh“ und am Ortseingang Hinterstein in beide Fahrtrichtungen. Deutlich zu erkennen ist hier, dass die Besucher überwiegend am frühen Morgen auf den Wanderparkplatz „Auf der Höh“ strömen, bis dieser voll belegt ist. Der Peak des Wiederverlassens des Parkplatzes ist gegen 18 Uhr zu verzeichnen, welches die ganztägliche Nutzung des Parkplatzes durch Tagestouristen aufzeigt.

Bei der Einfahrt zum Ort Hinterstein sind zwei Peaks zu erkennen – am Vormittag durch die Touristen und am Nachmittag durch die heimkehrenden Bewohner:innen. Bei der Ausfahrt aus dem Ort ist ein deutlicher Peak am Vormittag durch die Berufspendelnden zu erkennen.

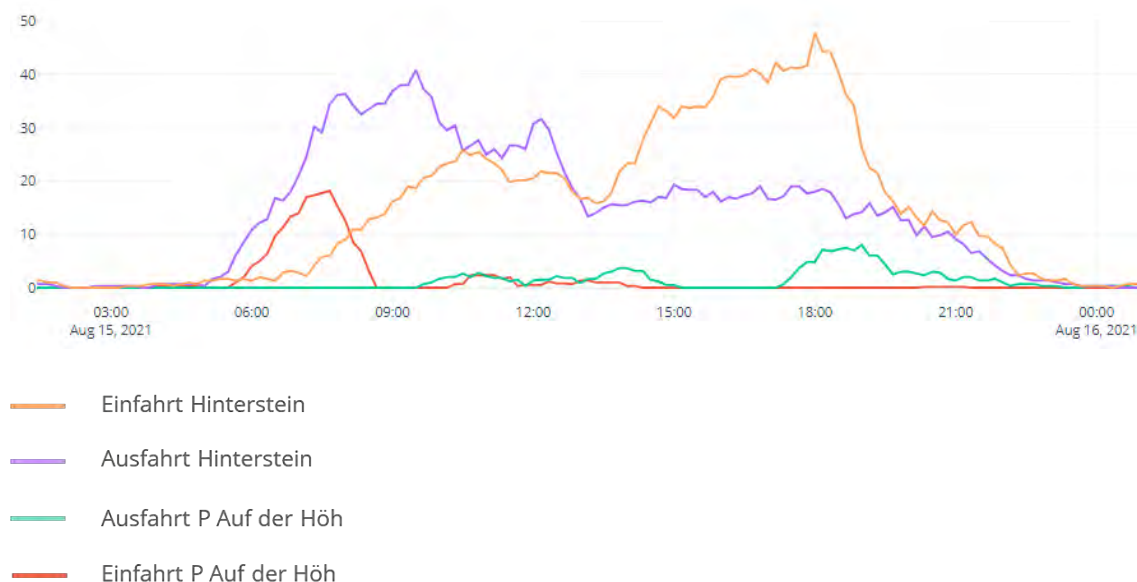


Abbildung 29: Gemessene Fahrzeuge an der Zufahrt / Abfahrt am Parkplatz „Auf der Höh“ sowie Einfahrt / Ausfahrt in den Ort Hinterstein - Beispiel 15. August 2021 (Quelle: eigene Darstellung ui!)

Weiterhin konnte im Zuge der datenbasierten Evaluation festgestellt werden, dass bei Erreichen der Kapazität des Parkplatzes „Auf der Höh“ zwar die Anzahl der Fahrzeuge sinkt, die auf den Parkplatz „Auf der Höh“ fahren, jedoch die Anzahl der Fahrzeuge steigt, welche ins Ortsgebiet fahren. Der gewünschte Effekt, dass die Fahrzeuge auf den Parkplatz „Säge“ ausweichen, wurde nicht erreicht – die Verkehrsteilnehmer versuchen stattdessen auf den weiteren Parkplätzen im Ortsgebiet einen Stellplatz zu finden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die digitale Beschilderung für den Parkplatz „Auf der Höh“ ihr angestrebtes Ziel erfüllt – wird eine Vollausslastung des Parkplatzes angezeigt, steuern die Fahrzeuge diesen Parkplatz nicht mehr an. Um die Besucher jedoch gezielt zum Parkplatz „Säge“ lenken zu können, müssten sämtliche, weitere Parkplätze im Ortsgebiet Hinterstein digital erfasst werden und deren Belegung über ein Anzeigeschild am Ortseingang in Echtzeit zur Verfügung stehen. Des Weiteren ist anzumerken, dass die Distanz vom Parkplatz „Säge“ zum Ausgangspunkt vieler Wandertouren sehr groß erscheint. Somit kann der Shuttle Bus Service (oder on-demand-Bus, wie er zuletzt eingeführt wurde) eine Verbesserung bringen, um langfristig die Attraktivität des Parkplatzes „Säge“ steigern zu können.

Leider konnte im Berichtszeitraum die Bürgerkommission zu den Lessons Learned pandemiebedingt nicht tagen. Das Ziel war, ein breites Meinungsbild von Anwohner:innen aus dem betroffenen Ortsteil Hinterstein, aus anderen Ortsteilen, der Verwaltung und Expert:innen zu erhalten und ggf. Verbesserungen zu diskutieren.

7.3 Fazit zur Evaluation der Sofortmaßnahme Los 1

Das Fazit zur Evaluation der Sofortmaßnahmen am Alatsee und in Hinterstein kann wie folgt zusammengefasst werden: Wie sich aus der datenbasierten Analyse gezeigt hat, trägt die Information zu der aktuellen Belegung und vor allem die Anzeige, wenn der Parkplatz überfüllt ist, dazu bei, dass dieser Parkplatz nicht oder kaum mehr angefahren wird. Auf der anderen Seite bedarf es der Information über idealerweise nahegelegene Alternativen. Eine Zählung der Ortsein- und Ausfahrten und Bilanzierung der freien Parkplätze im Ortsteil bei einer komplexen „Mischnutzung“ (Bewohner:innen, Übernachtungsgäste, sonstige private Besucher:innen, etc.) hat sich nicht bewährt. Des Weiteren hat sich gezeigt, dass einer Vorab-Überprüfung der jeweiligen Parkplatzsituation mehr Beachtung geschenkt werden, sodass Sofortmaßnahmen zielgerichteter auf die Situation und Akzeptanz der Nutzer:innen abgestimmt werden können. So kann wie im Fall der Sofortmaßnahme am Alatsee eine Anzeige durch ein Ampel-System besser von den Besucher:innen und Einwohner:innen angenommen werden, als eine exakte Bilanzierung durch Zählung der Ein- und Ausfahrten.

Die Sofortmaßnahme in der übergeordneten Kategorie des Parkraummanagements hat zu einer regionalen Wahrnehmbarkeit des Projekts geführt. Neben der Kommunikation über verschiedene Digital- und Print-Kanäle (Social Media und Tageszeitungen) hat die physische Platzierung der Schilder vor Ort zusätzlich für Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit gesorgt. Um die verschiedenen Zielgruppen in ihrer Breite zu erreichen, sollte gerade bei neuen Angeboten die Palette der unterschiedlichen Informationskanäle genutzt werden. Schlussfolgernd sollte eine begleitende Kommunikation – unabhängig vom Handlungsfeld – fest in den Strukturen verankert werden.

Anschließend an Kapitel 6 und 7 erfolgen nun zum Ende des Berichts weitere Empfehlungen zur aktiven Gestaltung und Konzeptionierung der nächsten Umsetzungsschritte, um die Mobilitätswende und den damit eingehenden Transformationsprozess im Allgäu erfolgreich zu etablieren.

8 UMSETZUNG UND NÄCHSTE SCHRITTE

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse zusammengefasst und Handlungsempfehlungen für die Fortführung sowie Verstetigung des Mobilitätskonzepts dargestellt. Zudem wird eine neue methodische Herangehensweise in Form von Experimentierprojekten beschrieben, die ein schnell wirkendes Instrument bilden, um langfristige Änderungsprozesse zu initiieren. Ein weiterer Punkt ist die (gemeinsame) Fördermittelakquise für die Region Allgäu, um zukunftsfähige Projekte zu implementieren und das Thema Mobilität somit auch zu verstetigen. Abschließend wird ein konkretes Vorgehen zur internen und externen Verstetigung sowie Kommunikation des Mobilitätskonzepts für die Region Allgäu dargestellt. Die Region Allgäu hat hierdurch die Möglichkeit, eine Vorreiterrolle einzunehmen. Eine zentrale Rolle übernimmt für die Region das Destinationsmanagement, da die Förderung eines nachhaltigen Mobilitätsverhaltens zur Erhöhung der Gesamtattraktivität der Region – sowohl für die Bewohner:innen als auch die Touristen:innen – führt. Ziel ist, gemeinsam mit den verschiedenen Akteur:innengruppen in einem gemeinsamen Netzwerk, ein durchgängiges Mobilitätssystem zu schaffen.

8.1 Zentrale Aspekte zur Förderung nachhaltiger Mobilität im Allgäu

Zentrales Anliegen im Prozess war es, einen **allgäuweiten Austausch und Wissenstransfer** zwischen einer Vielzahl von Akteur:innen zu schaffen. Zudem wurden einzelne bereits bestehende oder sich in Planung befindende Konzepte vorgestellt, um Anknüpfungspunkte für ein gemeinsames Vorgehen, ein Voneinander-Lernen und eine potenzielle Übertragbarkeit aufzuzeigen. Um Mobilität in der Region Allgäu ganzheitlich und integriert zu betrachten, ist der Austausch und der Aufbau eines **mittel- und längerfristigen Netzwerks** von grundlegender Bedeutung. Hierunter fällt auch die **Verbreitung der gemeinsamen Vision**. Die Vorstellung und Diskussion von Strategien und konkreten Aktivitäten stellen auch über die Konzeptphase hinausgehend, ein wichtiges Instrument dar, um voneinander zu lernen und die Lessons Learned in andere Konzepte einfließen zu lassen (Fehlervermeidung, Nachjustierung, Optimierung). Im vorliegenden Bericht wurden eine Reihe an Best Practices vorgestellt, die im weiteren Verlauf eine Orientierung bieten können, um jeweils das Handlungsfeld weiterzuentwickeln oder auch mit den jeweiligen Umsetzungsakteuren zum Erfahrungsaustausch in Kontakt zu treten.

Der vorliegende Leitfaden dient zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität auf der regionalen bzw. interkommunalen Ebene. Ein wesentliches Anliegen des Konzepts ist die Förderung einer **verkehrsmittelübergreifenden Betrachtung**. Dies erfordert eine **integrierende Herangehensweise** – über teilweise eingefahrene Arbeitsstrukturen oder traditionelle Zuständigkeitsbereiche hinweg. Außerdem müssen **Soft und Hard Policies** sowie **Push- und Pull-Maßnahmen** ineinandergreifen und dürfen nicht parallel oder unabhängig voneinander entwickelt oder auch umgesetzt werden. Innovationen dürfen sich daher nicht nur auf neue Technologien beschränken, sondern auch **Prozesse und**

Strukturen gilt es neu zu denken, um langfristig die vielerorts vorherrschenden strukturellen Silos aufzubrechen und zu überwinden.

Wie sich bereits zu Beginn der Analysen und im Laufe des Prozesses herausgestellt hat, stellen die bis dato großräumige Strukturen eine der zentralen Herausforderungen im Allgäu dar. Häufig wird eher in lokalen Strukturen gedacht und gehandelt, da die Gebiete sehr unterschiedliche Kontextbedingungen aufweisen. So sind das Nord- und Südalldgäu mit ganz unterschiedlichen Herausforderungen konfrontiert. Nichtsdestotrotz gilt es Mobilität regional sowie ganzheitlich zu betrachten und hierfür die entsprechenden übergeordneten Strukturen zu schaffen. Trotz der unterschiedlichen Kontextbedingungen gibt es eine Reihe an Potenzialen, die es nun auszuschöpfen gilt. Im vorliegenden Konzept wurden daher auch genau jene Lösungen aufgezeigt, die für die **gesamte Region Allgäu** zu einer nachhaltigen Mobilitätsförderung beitragen können. Neben der lokalen Umsetzungspraxis ist eine regionale Betrachtungsebene unabdingbar, um a) **effizientes Handeln** zu ermöglichen sowie b) langfristig ein **ineinandergreifendes Gesamtsystem** zu schaffen.

Es gilt die lokalen individuellen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen (verschiedene Schwerpunkte werden gesetzt) und zugleich sicherzustellen, dass eine **regionale aufeinander abgestimmte Strategie** verfolgt wird – und keine Insellösungen geschaffen werden.

Ein weiterer Aspekt, der stets bei der Schwerpunktsetzung und Auswahl geeigneter Maßnahmen für die lokale Ebene zu beachten ist, ist die jeweilige **Entstehung der Verkehrsströme**. Overtraffic-Erscheinungen oder Overvisitings mit denen vor allem das südliche Allgäu zu kämpfen hat, haben ihre Ursache zum großen Teil nicht vor Ort, sondern die Verkehre entstehen bereits vorher, häufig auch in außerhalb der kommunalen Grenzen liegenden Quellgebieten, wie z.B. den nördlichen Regionen des Allgäus. Auch hier müssen bereits Maßnahmen zur Verkehrsreduzierung ansetzen und in die Priorisierung aufgenommen werden.

Im Projekt selbst wurden gemeinsam **über 90 Maßnahmen** identifiziert. Dies zeigt zum einen die Vielfalt an Möglichkeiten und Anforderungen in der Region und zum anderen die Dringlichkeit für die weitere Entwicklung einer nachhaltigen Mobilität. Aufgrund des Pioniercharakters und der sehr weit gefassten geographischen Maßstabsebenen, dürfen die Maßnahmenempfehlungen nur als **erster Schritt** auf dem Weg zu einer Reihe weiterer Fachplanungen, Detailkonzepten und Fokusprojekten verstanden werden.

Darüber hinaus wurde bereits während des einjährigen Prozesses eine erste **Sofortmaßnahme** im Bereich des digitalen Parkraummanagements umgesetzt und evaluiert (vgl. Kapitel 7). In der Projektumsetzung wurde ersichtlich, dass die erarbeiteten Lösungen in den Handlungsfeldern meist individuell auf die jeweiligen Rahmenbedingungen angepasst werden müssen, um die gewünschte Wirkung zu erzielen.

8.2 Eine Transformationspyramide für das Allgäu

Die verschiedenen Maßnahmenmöglichkeiten wurden im vorliegenden Strategiepapier in Form von **Basisprojekten** (Kapitel 6) beschrieben. Diese Basisprojekte sollten, wie bereits dargestellt, lokal umgesetzt, jedoch regional gedacht werden, um eine spätere Verzahnung von Maßnahmen zu gewährleisten. Die beschriebenen **Basisstrukturen** "Kooperation bzw. Netzwerk" und "Kommunikation" bilden den Grundstein. Nur wenn die entsprechenden Grundstrukturen geschaffen wurden, kann die gewünschte nachhaltige und effiziente Gestaltung des Mobilitätsbereichs in der Region und auf der lokalen Ebene erreicht werden.

Aus diesen Erkenntnissen wurde für das Projekt eine **Transformationspyramide** entwickelt. Diese beschreibt die Priorisierung der Handlungsbereiche für eine langfristige Förderung eines nachhaltigen Mobilitätssystems im Allgäu und ist in fünf Bereiche untergliedert:

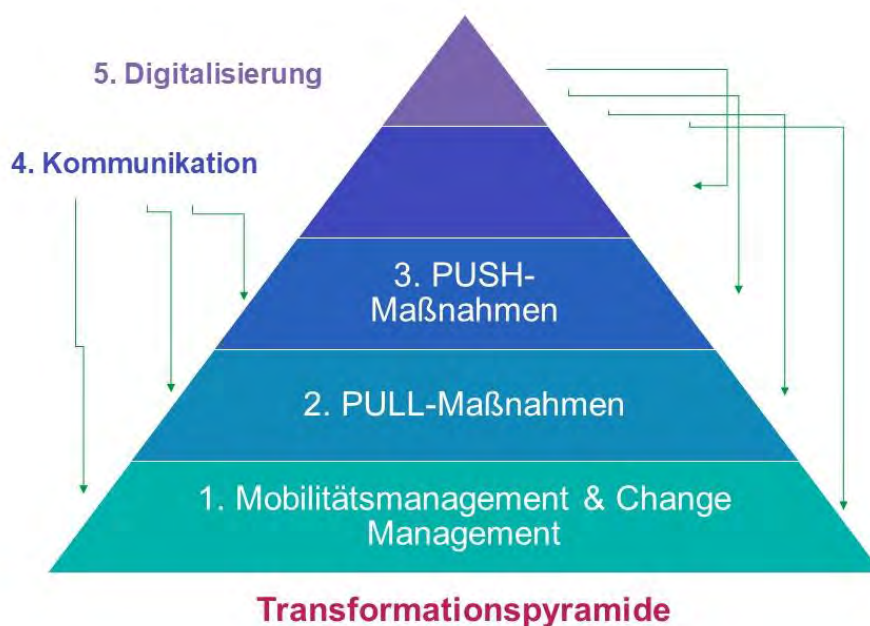


Abbildung 30: Transformationspyramide für das Allgäu (Quelle: eigene Darstellung GCX)

Die verschiedenen Ebenen der Transformationspyramide sind bis zu einem gewissen Grad voneinander abhängig und miteinander verzahnt:

- 1) Die Basis stellt das **Mobilitätsmanagement im Sinne eines Change Managements** dar. Hier werden die Strukturen für die Entwicklung eines ganzheitlichen und integrierten Mobilitätskonzepts geschaffen und Maßnahmen entwickelt. Wesentlich ist die integrative Perspektive und Nutzung von Kooperationspotenzialen in der Region, die die Zusammenarbeit mit den zahlreichen Akteursgruppen auf lokaler, regionaler und Landesebene miteinschließt sowie mit Akteuren aus den unterschiedlichen

- Handlungsbereichen (ÖPNV Trägerschaften, privatwirtschaftliche Produktanbieter, Unternehmen, touristische Akteure, Vereine etc.).
- 2) Produkt der Zusammenarbeit sind **Pull-Maßnahmen**. Sie beschreiben Angebotsverbesserungen, alternative Mobilitätsangebote oder auch Anreizmechanismen. Nachhaltige Verhaltensänderungen und eine Reduzierung der Pkw-Abhängigkeit können nur erreicht werden, wenn entsprechende Alternativen geschaffen sind. D.h. auch, sofern die Pkw-Mobilität die bei weitem attraktiver Option darstellt, werden auch Alternativen nur bei einem geringen Teil der Bevölkerung auf Akzeptanz stoßen.
 - 3) Bei **Push-Maßnahmen** handelt es sich um restriktive Lenkungsinstrumente. Begleitende Restriktionen können die Wirkkraft und Akzeptanz von Pull-Maßnahmen wie alternative Angebote massiv unterstützen. Mancherorts gilt auch der Spruch „Ohne Push kein Pull“, d.h. alternative Angebotslösungen sind umso erfolgreicher oder haben teilweise überhaupt auch nur eine Chance, sofern Restriktionen die Pkw-Mobilität einschränken und damit die alternativen Lösungen attraktiver werden.
 - 4) Ebene 4 beschreibt die **Kommunikation** sowie Information gegenüber den (potenziellen) Nutzer:innen, denn nur wenn die Zielgruppe / Nutzer:innen über die alternativen Angebote informiert sind, kann auch eine Veränderung stattfinden. Eine umfassende Kommunikationsstrategie geht dabei weit über die reine Informationsvermittlung hinaus. Wesentliche Elemente sind der Aufbau einer starken Mobilitätsmarke sowie einer Kampagne, die bewusst die Kooperation zu neuen Akteursgruppen sucht und eine zielgruppendifferenzierte Ansprache verfolgt.
 - 5) Unterstützt werden die Maßnahmen schließlich von **Digitalisierungsvorhaben** wie bspw. die Besucherlenkung, um den Verkehr zu verlagern und den Verkehrsfluss zu optimieren. Technologie bzw. Digitalisierung verstehen sich hier als Instrumente in den einzelnen Handlungsfeldern, welche primär Pull-Maßnahmen unterstützen können.

8.3 Das partizipative Vorgehen als methodisches Grundprinzip

Nächster Schritt der Mobilitätsgestaltung im Allgäu ist die Umsetzung der zahlreichen hier vorgeschlagenen Strukturen und Projekte bzw. Maßnahmen. Die Maßnahmen müssen gemeinsam weiter ausgearbeitet und jeweils lokal adaptiert werden.

Ein erster Grundstein der Zusammenarbeit wurde im Rahmen der AK-Interkoms gelegt. Fokus der Beteiligung lag auf den LK und kreisfreien Städte, denen nun wiederum die Aufgabe obliegt, die Vorschläge auch in ihre lokalen Strukturen zu integrieren. Eine der zentralen strukturellen Maßnahmenempfehlungen des vorliegenden Konzepts ist die **Fortführung und Institutionalisierung** dieser Art von Beteiligungsrunden. Eine **offene Kommunikationskultur** und **aktive Beteiligung** sowie **Mitgestaltung** ermöglichen es, bereits zu Beginn Widerstände zu reduzieren und ein gemeinsames Verständnis zu schaffen. Eine **aktive Akteursbeteiligung** hat den Vorteil, dass die real existierenden Probleme, Bedürfnisse sowie Wünsche sofort im Prozess erfasst und abgebildet werden

und somit gezielt sowie individuell darauf reagiert werden kann. Die lokalen und regionalen Akteur:innen sind Expert:innen für ihren Bereich und sind mit den lokalen und organisatorischen Kontexten vertraut. Nur durch ihre Integration können maßgeschneiderte Maßnahmen entwickelt werden, die schließlich auch realisiert werden können und für die örtlichen Rahmenbedingungen passen.

Neben der Beteiligung relevanter Akteur:innen aus Verwaltung, Politik, Wirtschaft, Mobilitätsanbieter:innen, Tourismusakteur:innen etc. sollten auch die später von den Maßnahmen Betroffenen möglichst beteiligt werden. Ein Beispielformat zur **Beteiligung der Bevölkerung**, was sich gerade bei den Themen Klima und Mobilität als besonders erfolgreich und effektiv herauskristallisiert hat, ist die **Einführung von Bürger:innenräten**. Dieses Prinzip wurde auch im Rahmen der Konzeptentwicklung zur Evaluation der umgesetzten und geplanter Maßnahmen angewendet²¹⁴. Einzelne Bürger:innen werden per Zufall über das Melderegister gelost und dazu eingeladen, sich aktiv einzubringen. Dies hat den Vorteil, dass verschiedene Stimmen der späteren Nutzenden der Maßnahmen von Beginn an gehört werden und somit eine ganzheitliche Betrachtung von Meinungen in der Bevölkerung stattfindet. Es sind die Akteur:innen vor Ort, die die Region meist am besten kennen. Folglich wird auf die Schwarmintelligenz zurückgegriffen und es können maßgeschneiderte und effektive Lösungen sowie Maßnahmen entwickelt werden. Darüber hinaus agieren die Bürger:innen und andere Akteur:innen als **Multiplikatoren** (bspw. auch Kommunikation an Gäste) und **Motivator in ihrem sozialen Umfeld**. Das Prinzip der Bürger- bzw. **Mobilitätsräte** empfiehlt sich auch bei der weiteren Entwicklung, Ausgestaltung und/oder Evaluation erster Maßnahmen. Neben gelosten Bürger:innen können auch Vertreter:innen aus Wirtschaft, Verbänden sowie Tourismus den Rat komplettieren.²¹⁵ Eine Schlüsselrolle nehmen außerdem **Vereine** ein. Über sie können große Reichweite erzielt und ein Engagement auf Basis eines Peer-2-Peer Netzwerks gefördert werden.

Eine professionelle Gestaltung von Beteiligungsprozessen sind insb. bei Transformationsprozessen, die einen Wandel auf vielerlei Ebenen anstoßen, von hoher Bedeutung. Durch den aktiven Dialog mit den Akteur:innen werden innovative Lösungen, Transparenz und Akzeptanz auf verschiedenen Ebenen geschaffen. Es gilt die Vorteile dieser methodischen Herangehensweise zu nutzen, um das Allgäu zukunftsfähig im Bereich der Mobilität aufzustellen und eine Vorreiterrolle einzunehmen.

214 In der Gemeinde Bad Hindelang wurde im Oktober 2021 die Lösung durchgeführt und ein Bürger:innenrat definiert. Aufgrund der Pandemie musste diese kurzfristig verschoben werden.

215 Vgl. Ein solcher Rat hat sich bereits in anderen Projekten als erfolgreich erwiesen u.a. in der Nachbarregion Oberschwaben (Ravensburg). Hier wurde eine Klimakommission errichtet, welche für Akzeptanz und Transparenz sorgte. In dieser wurde gemeinsam in einem Konsortium aus verschiedenen Akteur:innen (wie oben beschrieben), eine Roadmap für die Erreichung der Klimaziele unter Einbezug des Mobilitätssektors entwickelt, welche dann einstimmig im Gemeinderat beschlossen wurde. <https://ag.greencity.de/klimakonsens-ravensburg/>, (07.01.2022).

8.4 Tactical Urbanism als Instrument für Projektanstoß auf der lokalen Ebene

Das Prinzip des „**Tactical Urbanism**“ (T.U.) kann ein potenzielles und wirkungsvolles Instrument für den Projektanstoß sein. Hierbei wird die Kommunikation zwischen der Verwaltung und den Nutzer:innen gefördert. Der Begriff beschreibt eine **temporäre Intervention** in vorhandenen Strukturen bzw. Infrastrukturen und wurde originär für Experimentalprojekte verwendet, die von bottom-up Initiativen gestartet wurden. Mittlerweile hat diese experimentell ausgerichtete Umsetzung auch Einzug in den Bereich der Stadtplanung gefunden und wird bei Projekten der Straßenraumumgestaltung angewendet. Die Art des Experimentierens findet mehr und mehr Einsatz im Mobilitätssektor und wird auch „**Tactical Mobilism**“ (Interventionen für eine nachhaltige Mobilitätskultur) genannt. Diese methodische Herangehensweise beschreibt die **provisorische** und **temporäre** Errichtung von Maßnahmen. Sie ermöglicht, die Wirkung und Effektivität einer Maßnahme zu testen und bereits während der Umsetzung mögliche Defizite zu erkennen und darauf zu reagieren. Es wird **iterativ** vorgegangen: Test-Evaluate-Learn-Adapt-Test-Evaluate-Learn-Adapt-Test etc. bilden die Grundprinzipien dieses „taktischen Vorgehens“. Folglich bedeutet dies, dass während des Prozesses gelernt wird und dies aktiv einfließt, um bereits während des Maßnahmenzeitraums nachjustieren. Eine Idee, Maßnahme oder Umgestaltung werden erst im Kleinen ausprobiert und können dann entsprechend skaliert werden. Wichtig ist, eine Fehlerkultur zuzulassen, daraus zu lernen, die entsprechenden Anpassungen vorzunehmen und erneut die Wirkung zu überprüfen. Insbesondere bei Eingriffen in bestehende Kontexte oder bei Veränderungsprozessen bestehen häufig Widerstände. Die Herangehensweise des T.U. bietet die Chance, nicht nur theoretisch diese Widerstände zu erfassen, sondern den Betroffenen die Chance zu geben, sich an die neue Situation (zumindest im Kleinen) auf Probe und temporär zu gewöhnen. Häufig werden die Vorteile der neuen Situation oder des neuen Angebots erst im Erleben erkannt. Projekte des T.U. können daher als strategisches Instrument genutzt werden, nicht nur, um in neuen Feldern sehr flexibel Lernprozesse zu starten, sondern auch um Akzeptanz auf Seiten der Betroffenen (und auch der Politik) zu erhöhen.

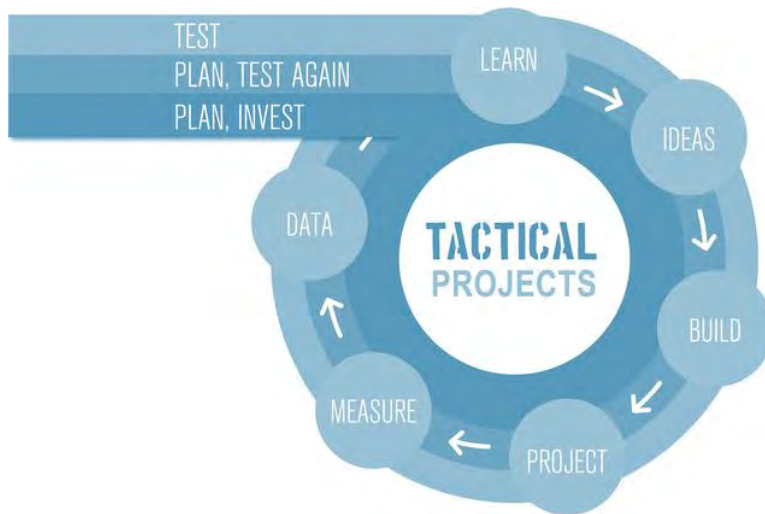


Abbildung 31: Tactical Urbanism (Quelle: Mike Lydon, Anthony Garcia 2015)

Das „Ausprobieren“ im realen Kontext wird als besonders wirksam erachtet, weshalb die **Experimentierklausel**²¹⁶ von rechtlicher Seite eingeführt wurde, um die Umsetzung solcher Projekte ohne viel Bürokratie möglich zu machen. Praktische Beispiele aus dem Corona-Jahr 2020 zeigen, dass diese Art des Experimentierens zunehmend eingesetzt wird, wie bspw. bei Pop-Up Radwegen. Ein solches Vorgehen könnte beispielsweise in ein Reallabor einfließen. Durch diese temporäre Intervention kann frühzeitig Feedback erfasst und die Effekte der Maßnahme evaluiert werden, sodass eine Adaption noch während einer Testphase möglich ist.

8.5 Den Wandel aktiv gestalten und eine überregionale Vorreiterrolle einnehmen

Sowohl ein partizipatives Vorgehen (vgl. Kapitel 8.3) als auch die methodische Herangehensweise des T.U. (vgl. Kapitel 8.4) spiegeln den Wandel der Planungskulturen auf Landes- und Bundesebene wider und schaffen somit neue Möglichkeiten. Die zunehmende Bedeutung einer Beteiligungskultur in Planungsprozessen und die wachsende Bedeutung von T.U. zeigen letztlich, dass sich aktuell verändernde Planungsverständnis. Hierdurch werden neue Möglichkeiten geschaffen, den Transformationsprozess im Mobilitätsumfeld anzustoßen. Es gibt zunehmend Förderprogramme bei Land (StMB, StMWi, StMFH, StMUV, StMD) und Bund²¹⁷ zu den Überbegriffen „Demonstrationsprojekte“, „Pilot-/Modellprojekte“, „Experimentierräume“ und „Reallabore“, für die jeweils Fördermittel zur Umsetzung von

216 Vgl. <https://www.zukunft-nachhaltige-mobilitaet.de/experimentierklauseln-und-ihre-nutzung/>, (07.01.2022).

217 Projekte zur Mobilitätsförderung existieren über viele verschiedene Ressorts hinweg, wie bspw. Umweltministerium, Verkehrsministerium, Landwirtschaftsministerium, Städtebauministerium, Wirtschaftsministerium.

experimentellen Projekten bereitgestellt werden. Gerade wenn sehr neuartige Maßnahmen implementiert werden, tauchen viele offene Fragen auf allen Ebenen der Planung auf – inkl. Fragen zur Akzeptanz ihrer späteren Endkunden. Das vorliegende integrierte Mobilitätskonzept stellt die Basis für eine Verstetigung sowie für potenzielle „Experimentier-Maßnahmen“ dar.

Mit dem „Integrierten Mobilitätskonzept für die Region Allgäu“ wurden Grundlagen für die Umsetzung einer Mobilitätsförderung auf regionaler Ebene geschaffen. Zur Fortführung und Weiterentwicklung der erläuterten Maßnahmen werden nun **12 Schritte** für eine gemeinsame Strategie und Umsetzung vorgestellt.



Abbildung 32: Entwickelte Vorgehensweise mit 12 Schritten (Quelle: eigene Darstellung GCX)

- 1) Als allererstes muss das „theoretische“ **Konzept nun mit Leben gefüllt werden**. Dies bedeutet, dass entsprechende Verantwortlichkeiten sowohl übergeordnet als auch in den einzelnen Handlungsfeldern festgelegt werden müssen.
- 2) Im nächsten Schritt erfolgt die Kommunikation durch die jeweils Verantwortlichen. Hierbei handelt es sich um die **strategisch-taktische Arbeit durch die Gebietskörperschaften**. Kommunikation ist ein wesentliches Element, welches nicht nur zur Zielgruppenansprache (Nutzer:innen), sondern auch intern von großer Bedeutung ist. Deshalb sollte das Konzept in den politischen Gremien der jeweiligen Kommunen kommuniziert bzw. präsentiert werden, mit dem Ziel, Entscheidungsträger:innen für eine Fortführung zu mobilisieren bzw. zu gewinnen.
- 3) Der dritte Punkt **Verbreitung des Konzepts & Wissenstransfer von den LKs zu den Kommunen** ist ein weiterer Kommunikationsbaustein. Hierdurch sollen die Inhalte des Konzepts als strategisches Rahmendokument in den jeweiligen Kommunen der LK etabliert werden! Dabei sollte sich die Verbreitung nicht nur auf die Verteilung per Mail beschränken. Die empfohlenen Basisstrukturen und

Basisprojekte sollten persönlich durch die im Prozess beteiligten GK-Vertreter den jeweiligen Gemeinde-Vertreter sowie Fachplanenden der zugehörigen Kommunen der GK vorgestellt und diskutiert werden.

- 4) Im nächsten Schritt müssen **übergeordnete Verstetigungsstrukturen geschaffen** werden. Dabei müssen die jeweiligen Rollenverteilungen klar ersichtlich sein. Die Etablierung einer regionalen Organisationsstruktur ist grundlegend, um eine ganzheitliche, integrierte und visionäre Mobilitätsstrategie zu verfolgen.
- 5) Um eine nachhaltige Mobilitätsförderung inkl. der Adaption der empfohlenen Basisprojekte auch auf der lokalen Ebene zu etablieren, sollte es eine Art **Kümmerer** geben. Sofern ein Mobilitätsmanagement vorhanden ist, kann sich dieser dem Thema annehmen. Nur durch eine klare Verantwortlichkeit können der regelmäßige Austausch sowie das Vorantreiben der jeweiligen Basisprojekte sowohl auf regionaler als auch lokaler Ebene sichergestellt werden
- 6) Des Weiteren sollte das Thema auf **Landesebene & bei den Ministerien** platziert werden, um auch hier zu sensibilisieren und weitere Unterstützung für die Handlungsfelder und Projekte zu finden.
- 7) Im nächsten Schritt steht die Gewinnung von externen Partner:innen im Fokus, um die **Bündnis- & Netzbildung mit zentralen Akteur:innen** zu gestalten (Einbeziehen von Unternehmen, Verbänden, Zivilgesellschaft, Initiativen, Vereine etc.). Schließlich bedarf es einer Vielzahl unterschiedlichster Akteur:inengruppen und einem kooperativen Vorgehen, um eine möglichst hohe Reichweite und Umsetzungsstärke zu generieren.
- 8) Bei der gemeinsamen **Identifikation von Leuchttürmen** werden Maßnahmen mit einer hohen Transferleistung identifiziert. Hierbei geht es darum, die umgesetzten Projekte am Ende zu evaluieren, um auf Basis der Evaluation die Leuchttürme zu bestimmen und nach außen zu tragen.
- 9) Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt bietet die Akquise von **Fördermitteln**. Auch hier bedarf es i.d.R. kooperativer Zusammenschlüsse, um Unterstützungsleistungen zur Umsetzung innovativer Projekte zu erhalten.
- 10) Neben der Entwicklung und Implementierung neuer Projekte sollten auch bereits **existierende Lösungen optimiert und zusätzlich Synergien** geschaffen werden.
- 11) In Schritt 11 erfolgt die **zunehmende Vernetzung / Austausch** zu bestehenden Projekten sowie mit überregionalen Experten:innen. Gemäß dem Sprichwort: Das Rad muss nicht immer neu erfunden werden, sondern Erfahrungen, Learnings und Empfehlungen sollten von Beginn an und mit einer gewissen Kontinuität in neue Projektentwicklungen einfließen zu lassen.
- 12) Abschließend sollte ein **Monitoring** eingeführt werden. Gerade in Transformationsprozessen, wie dem Mobilitätssektor, lassen sich die tatsächlichen Veränderungen (Modal-Split) nicht nach einem Jahr messen. Ziel sollte es sein, Alternativen anzubieten (Pull) und ergänzende Restriktionen (Push) zu etablieren, um langfristig erfolgreich zu sein. Im Monitoring sollen neben den quantitativen Zahlen auch qualitative Daten erfasst werden. Eine

Veränderung des Modal-Splits ist in der Regel erst nach einigen Jahren feststellbar – und erfordert auch das Zusammenwirken einer Reihe an vielen verschiedenen Maßnahmen.

Das Allgäu blickt auf eine lange Tradition als Tourismusregion zurück und verfügt über professionelle Strukturen eines Destinationsmanagements. Um eine zukunftsfähige Entwicklung weiter zu sichern, muss nun auch der Handlungsbereich Mobilität als ein wesentlicher Handlungsbereich etabliert werden. Dabei wird es immer mehr erforderlich sein, nicht nur die Bedarfe der Gäste, sondern auch die Bedürfnisse der Bewohner:innen im Blick zu haben. Nachhaltiges Destinationsmanagement im Allgäu sollte daher künftig auch vielmehr als nachhaltiges **Lebensraummanagements** verstanden werden, in dem der Bereich Mobilität eine der zentralen Handlungssäulen darstellt.

Mit dem Pariser Klimaabkommen wurden auf freiwilliger Basis Ziele festgelegt, die nun sukzessive auf verschiedenen Ebenen in Gesetze verschriftlicht werden. Durch die frühzeitige Strategieentwicklung im Mobilitätssektor können die Weichen für eine erfolgreiche Umsetzung für das Allgäu gestellt werden, ohne allein mit Verboten zu arbeiten, sondern bedürfnisorientierte Alternativen zu schaffen. Gleichzeitig kann hier – unabhängig von der Zielgruppe – eine Vorreiterrolle gegenüber anderen Regionen eingenommen werden, die sich langfristig positiv auf alle drei Säulen der Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch und sozial) auswirkt.

ANHANG

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Probleme / Herausforderungen bzgl. Verkehrsüberlastung & Besucherlenkung im Allgäu	12
Abbildung 2: Übersicht integriertes Mobilitätskonzept für das Allgäu.....	13
Abbildung 4: Ziele und Aufgabenstellung für die Entwicklung des integrierten Mobilitätskonzepts.....	16
Abbildung 5: Im Rahmen der Konzepterstellung beteiligte Stakeholder	20
Abbildung 6: Inhalte der Treffen des Arbeitskreises Interkommunal (AK Interkom)	22
Abbildung 7: Übersicht zu den Interviewleitfäden	23
Abbildung 8: Vier „V's“ einer nachhaltigen Verkehrsentwicklungsplanung.....	28
Abbildung 9: Definierte Handlungsfelder des Mobilitätskonzepts	30
Abbildung 10: Erwartungen der Akteur:innen an die zukünftige Gestaltung von Integration & Zusammenarbeit auf regionaler Ebene.....	35
Abbildung 11: Kommunikationsbreite für Bewusstseins- und Verhaltensänderung	37
Abbildung 12: Vorteile für Unternehmen, Kommunalverwaltungen und deren Mitarbeitende aus der Perspektive als Arbeitgeber:in.....	44
Abbildung 12: Handlungsfelder BMM, „BMM-Tempel“ (Quelle: eigene Darstellung GCX Le Bris, Bensler et al.)	45
Abbildung 13: Straßenbelastungswerte MIV im Ostallgäu.....	65
Abbildung 14: Quell-Ziel Verkehr in Lindau	70
Abbildung 15: Binnenverkehr Lindau	70
Abbildung 16: Durchgangsverkehr Lindau	71
Abbildung 17: Hauptverkehrsmittel auf den Wegen (Modal Split) in Schwaben.....	81
Abbildung 18: Vorteile von Luftseilbahnen als Verkehrsmittel	92
Abbildung 20: Übersicht zu flexiblen Bedienformen (Quelle: BBSR Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum)	99
Abbildung 20: Methodische Bausteine der Konzeptentwicklung.....	114
Abbildung 21: Definition und Strukturierung Maßnahmen	115
Abbildung 23: Regionale zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahmen für die Besucherlenkung entlang der Customer Journey	122
Abbildung 24: Schematische Darstellung einer offenen regionalen Plattform in ihrem Ökosystem	128
Abbildung 25: Regionale Daten-Plattform	129
Abbildung 26: Drei Ebenen für ein erfolgreiches Mobilitätsmanagement.....	132
Abbildung 32: Beispiel Sofortmaßnahme Alatzsee	174
Abbildung 33: PoC-Aufbau	175
Abbildung 34: Belegung am Parkplatz auf der Höh – August 2021	176
Abbildung 35: Gemessene Fahrzeuge an der Zufahrt / Abfahrt am Parkplatz „Auf der Höh“ sowie Einfahrt / Ausfahrt in den Ort Hinterstein - Beispiel 15. August 2021 ..	176
Abbildung 36: Transformationspyramide für das Allgäu	181
Abbildung 37: Tactical Urbanism	185
Abbildung 38: Entwickelte Vorgehensweise mit 12 Schritten	186

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der zur Verfügung gestellten Konzepte	19
Tabelle 2: Übersicht zu den geführten Interviews im Rahmen von Los 1	24
Tabelle 3: Übersicht zu den geführten Interviews mit Produktanbieter:innen im Rahmen von Los 1 und 2.....	24
Tabelle 4: Übersicht zu geführten Interviews im Rahmen von Los 2	25
Tabelle 5: Leitlinien der Mobilitätsentwicklung.....	29
Tabelle 6: Übersicht Pendelströme Kaufbeuren und Ostallgäu (Nahverkehrsplan für den Landkreis Ostallgäu und die Stadt Kaufbeuren, 2020).....	66

Anlagen

Anlage 1: TeilkonzeptLos1_Allgäu.PDF inkl. Anlagen 1.1 und Anlage 1.2
Anlage 2: Übersicht_WeitereUnterlagenLKKommunen_Allgäu.PDF
Anlage 3: LOS1_Teil1&2_Ist-Analyse_Interviewleitfaden_Allgäu.PDF
Anlage 4: LOS1_Teil2_Produktanbieter_Interviewleitfaden_Allgäu.PDF
Anlage 5: LOS2_Prozessgestaltung_Interviewleitfaden_Allgäu.PDF
Anlage 6: Online-Befragung_BuergerInnen_Ergebnisse_Allgäu.PDF
Anlage 7: Übersicht_Maßnahmen_Allgäu.PDF