

# Öffentlichkeitsbeteiligung im Rahmen des Themenfelds „Gesellschaft und Mobilität“

**IFOK.**  
A CADMUS COMPANY

in Zusammenarbeit mit



# Themenfeld Gesellschaft und Mobilität verbindet Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft



Vorsitz:  
**Staatsrätin Gisela Erler**

Co-Vorsitz:  
**Dr. Brigitte Dahlbender,**  
Landesvorsitz BUND e.V.

**Regine Stachelhaus**



## Ziele:

- Zur Transparenz des Prozesses und des Dialogs beitragen
- Bedürfnisse und Vorstellungen der Menschen in den Strategiedialog und in die Arbeit der anderen Themenfeldern hineinbringen
- Ergebnisse und den Dialog in die Öffentlichkeit tragen

# Inhaltsverzeichnis

## 1. Ergebnisse der Pilotphase

- Vorgehen und Vorgehen im Detail
- Zentrale Ergebnisse
- Ergebnisse Fokusgruppen
- Ergebnisse Stakeholder-Interviews
- Ergebnisse Online-Befragung

## 2. Themen und Akteure

- Themenlandkarte
- Themen im Detail
- Übersicht der Akteure

## 3. Konzept zur Öffentlichkeitsbeteiligung

- Ziele der Beteiligung
- Nachhaltigkeitsziele und Klimaschutz als Rahmen
- Bausteine der Öffentlichkeitsbeteiligung und Bausteine im Detail
- Überblick des Prozesses

## 4. Anhang

# Vorgehen



# Fokusgruppen, Interviews und Online-Befragung als Grundlage der Konzeption



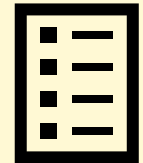
- fünf **Fokusgruppen**: Ulm, Freiburg, Mannheim, Mehrstetten, Schwäbisch Hall
- 67 zufällig ausgewählte Teilnehmerinnen und Teilnehmer
- in Freiburg ausschließlich junge Teilnehmende (16-28)



- 31 **Gespräche mit Interessenvertretungen** aus den Bereichen Umwelt und Verkehr, zivilgesellschaftlichen Vereinigungen, öffentlicher Verwaltung und Industrie- und Wirtschaftsorganisationen
- ca. 90-minütige Interviews vor Ort oder telefonisch



- **Online-Befragung** über das Beteiligungsportal des Landes
- 837 Teilnahmen:
  - alle Altersgruppen
  - 64% männlich, 35% weiblich, 1% divers
  - 61% städtische Gegend, 39% ländliche Gegend

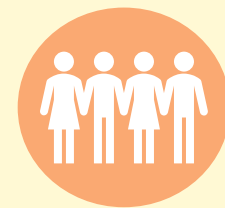


Konzeption der Öffentlichkeitsbeteiligung im Rahmen des Themenfelds „Gesellschaft und Mobilität“



# Fokusgruppen, Interviews und Online-Befragung als Grundlage der Konzeption



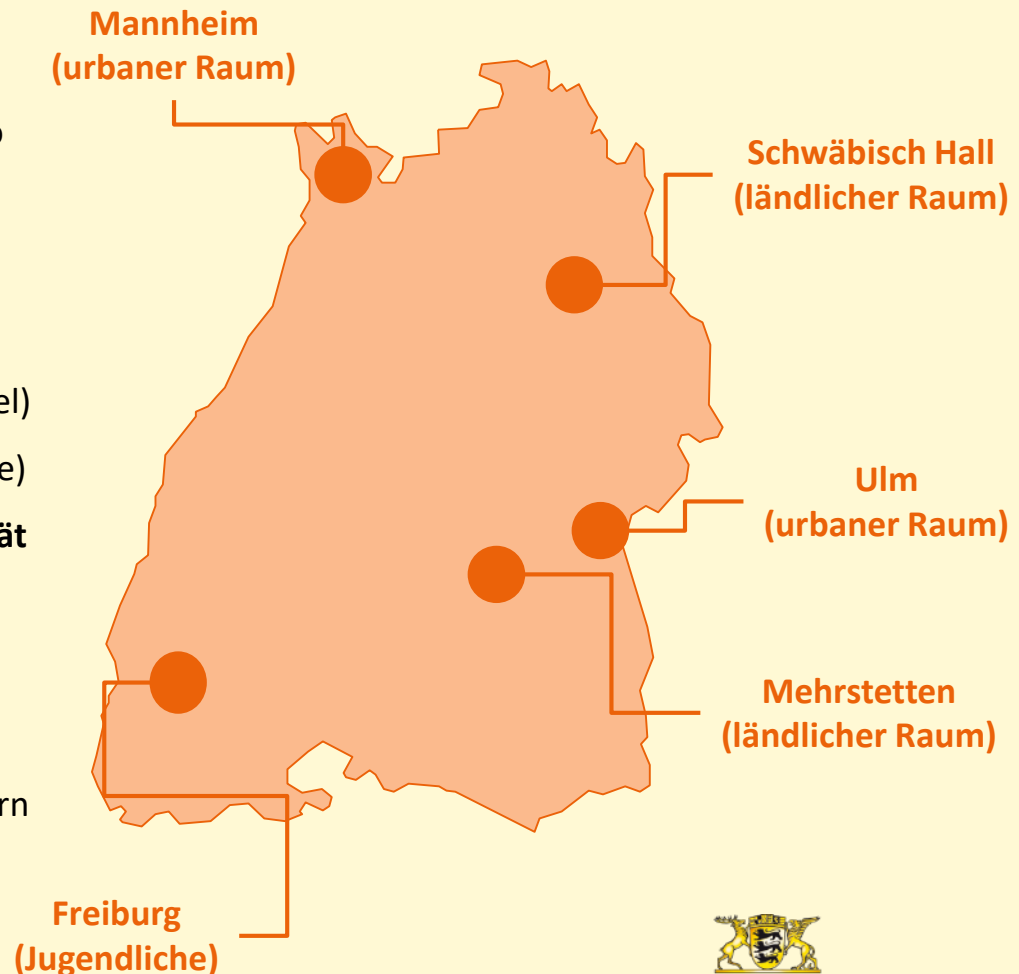


# Fokusgruppen

# Fokusgruppen mit Zufallsbürger/innen in städtischen und ländlichen Gebieten



- **Fünf Fokusgruppen** im ganzen Land
- Ca. **15 Zufallsbürgerinnen und -bürger** pro Gruppe
- **Heterogene Zusammenstellung** (Alter, Geschlecht, Bildungsgrad, Migrationshintergrund, präf. Verkehrsmittel)
- Eine Gruppe mit **Jugendlichen** (bis 28 Jahre)
- Sammlung von **Anforderungen an Mobilität**
- Diskussion über **Herausforderungen** der Zukunft der Mobilität
- Diskussion zur **Einbeziehung und Mitgestaltung** der Bürgerinnen und Bürgern am Strategiedialog





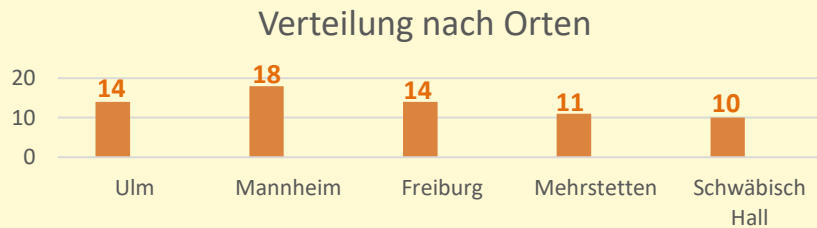
# Moderierte Kleingruppen mit offenen Fragestellungen und Satzvervollständigungen



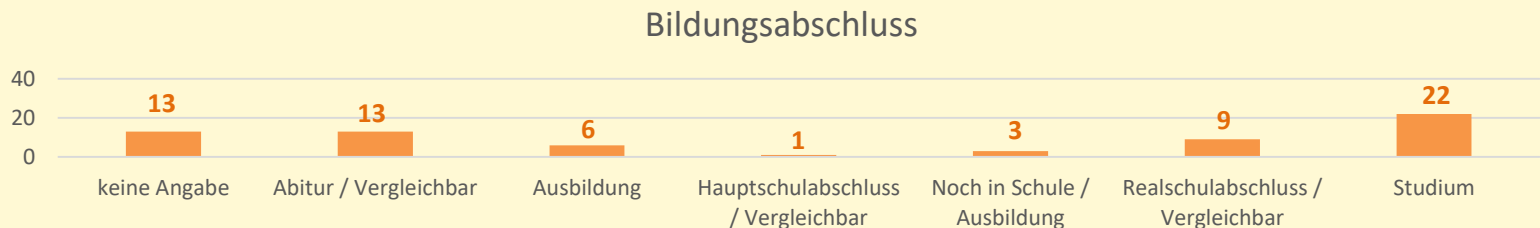
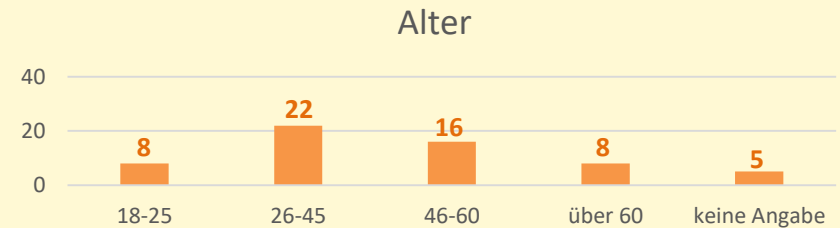
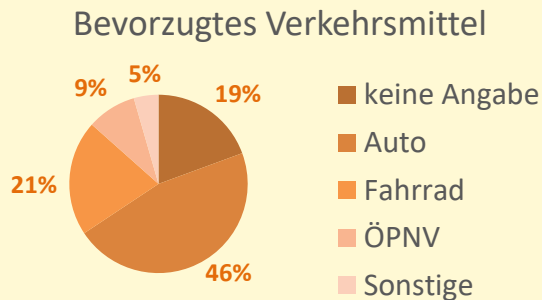
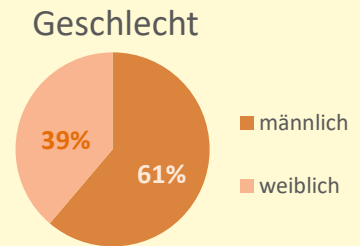
	Begrüßung und Einführung
TOP I	„Als ich die Einladung bekommen habe, dachte ich...“ „Wenn ich SDA höre, denke ich...“
TOP II	Themenblock I: Mobilität
TOP III	Themenblock II: Beteiligung
TOP IV	„Der SDA ist für mich erfolgreich, wenn...“



# Teilnehmende: Mehr Männer als Frauen, gemischtes Alter, hohe Bildung



**67**  
Teilnehmende





# Online-Befragung

# Hohe Beteiligung an der Online-Befragung



## Rahmendaten:

- Zugänglich über das Beteiligungsportal BW
- Laufzeit: 19. September - 28. Oktober 2018
- Teilnehmerzahl: **837**

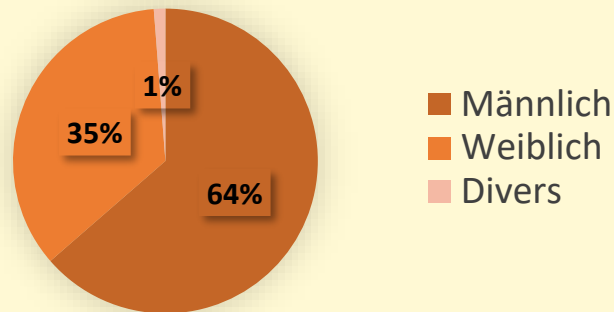
## Schwerpunkte

- Persönliches Mobilitätsverhalten und Mobilität der Zukunft
- relevante Themen aus Sicht der Öffentlichkeit
- Themen für die Beteiligung
- Formate der Information und Beteiligung
- Akteure für die Beteiligung

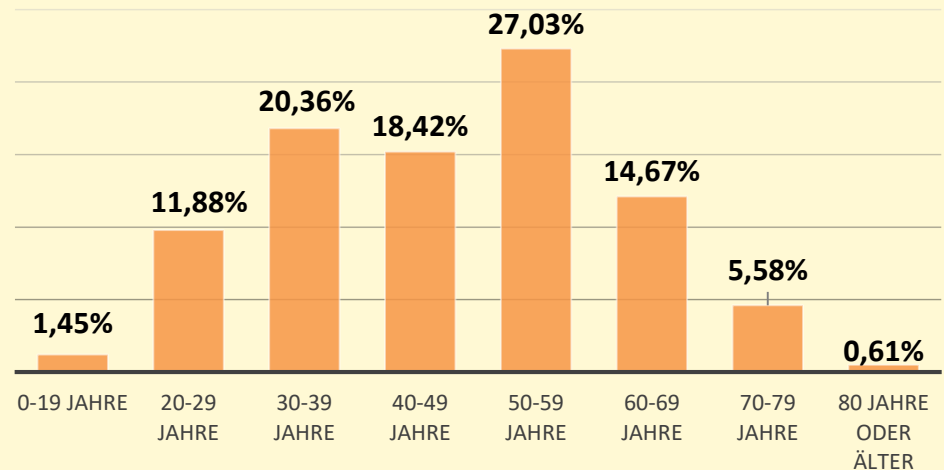
# Mehr Teilnehmer als Teilnehmerinnen aller Generationen und Regionen beteiligen sich



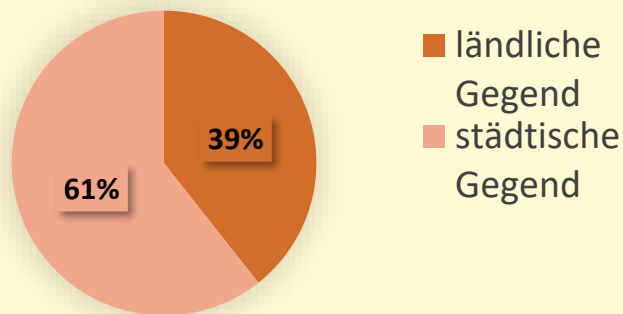
## Geschlecht



## Wie alt sind Sie?



## Wohnraum



**97 % der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gaben an, in Baden-Württemberg zu wohnen. Nur die Antworten dieser Personen wurden für die weitere Auswertung berücksichtigt (N = 812).**



# Stakeholder-Interviews

# Stakeholder-Interviews mit Expertinnen und Experten aus Baden-Württemberg



**31**

**Gespräche** von  
August bis November



**Persönlich** vor Ort  
oder **telefonisch**

**90**

**Minuten**  
Interview

## Schwerpunkte

- Wahrnehmung des Strategiedialogs
- Mobilität der Zukunft in BW
- Themen für den Dialog
- Stakeholderbeteiligung
- Eigene Mitarbeit

# Interviews mit 31 Akteuren aus Verwaltung, Industrie, Umwelt, Verkehr und Zivilgesellschaft



## **...Interessenvertretungen Umwelt / Verkehr**

- ADAC BW
- ADFC BW
- BUNDjugend BW
- FUSS e.V.
- Deutsche Umwelthilfe
- Jugendbeirat Nachhaltigkeitsstrategie BW
- Verkehrsclub Deutschland

## **...zivilgesellschaftlichen Vereinigungen**

- Landesjugendring BW
- Landesseniorenrat BW
- Evangelische Landeskirche in Baden
- Landesverband der kommunalen Migrantenvertretung BW
- Landeselternbeirat
- Landesverband für Menschen mit Körper- und Mehrfachbehinderungen BW
- LandFrauenVerband
- Verbraucherzentrale BW

## **...öffentlicher Verwaltung**

- Reallabor Schorndorf
- Städtetag BW
- Landkreistag BW
- Stadt Tübingen
- Polizei Karlsruhe
- Verkehrsverbund Rhein-Neckar GmbH

## **...Industrie- und Wirtschaftsorganisationen**

- ver.di
- Bitkom
- BAUM e.V.
- Trapeze Switzerland GmbH/AmoTech GmbH
- Daimler AG
- Verband Spedition und Logistik BW
- M.TECH Accelerator
- Offensive Mittelstand
- Betriebsrat Bosch
- Architektenkammer BW





# Ergebnisse der Pilotphase





# Transparenter Dialog zur Zukunft der Mobilität und Verhaltensänderungen

- I. Der **Strategiedialog** ist in der Gesellschaft und bei Bürgerinnen und Bürgern nicht bekannt, sondern nur in Teilen der Fachkreise. Er wird als intransparent und auto-zentriert wahrgenommen; die Öffentlichkeit erwartet, dass alle Themen der Mobilität der Zukunft aufgegriffen werden, insbesondere neue Mobilitätsdienstleistungen und der ÖPNV.
- II. Das Vertrauen in die **Automobilindustrie** ist sowohl bei den Bürgerinnen und Bürgern als auch bei Teilen der Fachkreise gering. Sie soll Verantwortung für eine zukunftsgerechte Entwicklung übernehmen und sich zum Mobilitätsdienstleister wandeln. Ihre Rolle für den Wirtschaftsstandort wird anerkannt.
- III. Die **eigene Mobilität** muss für die Menschen flexibel, effektiv, bequem, bezahlbar und nachhaltig sein und sollte keine Menschen ausschließen. Individualität und Unabhängigkeit in ihrer Mobilität sind den Menschen wichtig. Manche Bürgerinnen und Bürger können sich aber einen Verzicht auf ein eigenes Auto vorstellen.
- IV. Das Bewusstsein für **Nachhaltigkeit und Klimaschutz** und damit verbundene Änderungen im Mobilitätssektor ist sehr ausgeprägt. Es wird von allen Menschen akzeptiert, dass Verhaltensänderungen nötig sind, diese gelten aber als schwer erreichbar.
- V. Die **Menschen erwarten vom Strategiedialog** konkrete und sichtbare Veränderungen und transparente Verfahren. Es gibt eine hohe Bereitschaft, sich in einen Dialog zur Zukunft der Mobilität einzubringen, wenn die Ergebnisse auch wirklich in Politik und Wirtschaft aufgegriffen werden und alle Themen einer zukünftigen und nachhaltigen Mobilität umfassen.





# Strategiedialog ist nicht bekannt und sollte alle Themen der Mobilität der Zukunft aufgreifen

Der Strategiedialog ist in der Gesellschaft und bei Bürgerinnen und Bürgern nicht bekannt, sondern nur in Teilen der Fachkreise. Er wird als intransparent und autozentriert wahrgenommen; die Öffentlichkeit erwartet, dass alle Themen der Mobilität der Zukunft aufgegriffen werden, insbesondere neue Mobilitätsdienstleistungen und der ÖPNV.

*„Das Interesse ist sehr hoch, weil die Automobilwirtschaft fast nur das eingeschränkte Mobilitätsangebot "Auto" anbietet. Die Mobilität der Menschen ist und wird immer vielseitiger.“*



Online-Teilnehmer/in

*„Automobilwirtschaft ist bei mir negativ konnotiert. Der Zusatz Strategiedialog macht es attraktiver, weil ich darin höre, dass die Automobilwirtschaft in Kontakt treten und in Austausch gehen möchte.“*



Teilnehmer/in einer Fokusgruppe



Baden-Württemberg



# Vertrauen in Automobilindustrie ist gering

Das Vertrauen in die Automobilindustrie ist sowohl bei den Bürgerinnen und Bürgern als auch bei Teilen der Fachkreise gering. Sie soll Verantwortung für eine zukunftsgerechte Entwicklung übernehmen und sich zum Mobilitätsdienstleister wandeln. Ihre Rolle für den Wirtschaftsstandort wird anerkannt.

*„[Die Automobilindustrie] verschließt die Augen vor den Herausforderungen der Zukunft und läuft Gefahr den Strukturwandel wie einst das Ruhrgebiet das Ende der Kohle zu verschlafen.“*

Online-Teilnehmer/in



*„Die Automobilwirtschaft sollte sich der Gefahr bewusst sein, dass sie in zehn Jahren weg sein könnte. Beispiele gibt es ja, wie Nokia oder Kodak.“*

Interview-Gesprächspartner



Baden-Württemberg



# Menschen wollen schnell und bequem von A nach B kommen, am besten mit dem Auto

Die eigene Mobilität muss für die Menschen flexibel, effektiv, bequem, bezahlbar und nachhaltig sein und sollte keine Menschen ausschließen. Individualität und Unabhängigkeit in ihrer Mobilität sind den Menschen wichtig. Manche Bürgerinnen und Bürger können sich aber einen Verzicht auf ein eigenes Auto vorstellen.

*„Ich habe mir genau durchgerechnet, ob es nicht doch irgendwie günstiger ist, mit dem Auto zur Arbeit zu fahren, damit ich von dem sehr schlechten Service der Bahn und den ständigen Verspätungen und den Zügen mit zu wenig Platz wegkomme.“*



Online-Teilnehmer/in

*„Der öffentliche Nahverkehr ist aufgrund der geringen Taktung keine Option für mich. Ich kann mein Berufsleben nicht nach dem Busfahrplan richten, auch wenn ich gerne umweltfreundlicher unterwegs wäre.“*



Teilnehmer/in einer Fokusgruppe



Baden-Württemberg



# Nachhaltigkeit und Klimaschutz werden als Handlungsnotwendigkeit anerkannt

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Klimaschutz und damit verbundene Änderungen im Mobilitätssektor ist sehr ausgeprägt. Es wird von allen Menschen akzeptiert, dass Verhaltensänderungen nötig sind, diese gelten aber als schwer erreichbar.

*„Die Herausforderung ist die Vereinbarung von Klimazielen und garantierter Mobilität. Diese muss umweltfreundlich, idealerweise CO<sub>2</sub>-neutral sein und gleichzeitig einen Verkehrskollaps vermeiden.“*



Teilnehmer/in einer Fokusgruppe

*„Der Klimaschutz und die Transformation der Automobilwirtschaft muss fernab von ‚Arbeitsplatzverlust‘, ‚Zupflastern mit Windrädern‘ und ‚Verzicht auf eigenes Auto‘ als Gewinnerthema etabliert werden.“*



Interview-Gesprächspartner



Baden-Württemberg



# Hohe Bereitschaft am Dialog mitzuwirken, wenn er ernst gemeint ist

Die Menschen erwarten vom Strategiedialog konkrete und sichtbare Veränderungen und transparente Verfahren. Es gibt eine hohe Bereitschaft, sich in einen Dialog zur Zukunft der Mobilität einzubringen, wenn die Ergebnisse auch wirklich in Politik und Wirtschaft aufgegriffen werden und alle Themen einer zukünftigen und nachhaltigen Mobilität umfassen.

*„Die Fokusgruppe war ein gutes Format und interessant durchgeführt. Jetzt muss gezeigt werden, dass sie nicht umsonst war. Die Menschen müssen über die Ergebnisse informiert werden.“*



Teilnehmer/in einer Fokusgruppe

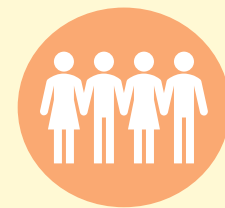
*„Es braucht einen Dialog auf Augenhöhe, bei dem man spürt, dass die Politik und die Automobilwirtschaft es wirklich ernst nehmen.“*



Online-Teilnehmer/in



Baden-Württemberg



# Fokusgruppen



# Fehlende Alternativen zum PKW, aber Bewusstsein für nachhaltige Mobilität



## Mannheim

- PKW ist alternativlos
- Enttäuschung von der Automobilindustrie und geringe Bereitschaft deren Fehler auszubessern
- ÖPNV genügt den Anforderungen derzeit nicht, sollte ausgebaut werden
- Bereitschaft zur Beteiligung, aber große Skepsis gegenüber der Politik, die Ergebnisse mit in den Dialog zu übernehmen
- Transparenz entscheidend

## Freiburg

- ÖPNV und Fahrrad im SDA unterrepräsentiert
- Ausbau Infrastruktur (ÖPNV und Rad)
- Bewusstsein für Notwendigkeit von Nachhaltigkeit / Umwelt vorhanden
- Weitere Beteiligung gewünscht

## Schwäbisch Hall

- In Kleinstadt kaum Alternativen zum Auto
- ÖPNV nicht für alle zugänglich und schlechte Verbindungen
- Radverkehr muss konsequenter ausgebaut werden
- Beteiligung insbesondere bei lokalen Lösungen wichtig

## Ulm

- Starker Fokus auf PKW („Es geht nicht ohne“)
- Umweltschutz / Nachhaltigkeit und alternative Angebote zum Auto als Themen
- Ergebnisoffener Dialog wichtig

## Mehrstetten

- Großes Bewusstsein für Notwendigkeit des Klimaschutzes
- Fehlende Alternativen zum Auto für ländliche Region, schlechte Absprachen zwischen den Verkehrsverbänden
- Mehr Fokus auf ländliche Region im Dialog

# Bürgerinnen und Bürger sehen viele relevante Themen: Nachhaltige Mobilität im Fokus



## 1. Klimaschutz und Nachhaltigkeit

- Anreize zum Umstieg auf den ÖPNV
- Alternative Antriebe: E-Mobilität, Brennstoffzelle
- Emissionsfreie Logistik (Überland und innerstädtisch)
- Radverkehrsförderung



## 4. Arbeit und Beschäftigung

- Kurze (Arbeits-)wege und Homeoffice ermöglichen
- Arbeitsplätze erhalten



## 2. Mensch und Mobilität

- Mobilität als Dienstleistung
- Bewusstsein für Veränderung
- Zugang zu Mobilität für alle
- Lokale Angebote



## 5. Industrie und Wirtschaft

- Vereinbarkeit Umweltschutz und Wirtschaftsstandort BW
- Elektromobilität
- Einheitliche Verkehrsverbünde
- Emissionsfreie Logistik (Überland und Innerstädtisch)



## 3. Stadt- und Raumplanung

- Autofreie Innenstadt
- Infrastruktur: Neue Lösungen für ÖPNV und Fahrrad
- Einschränkungen PKW-Verkehr: Maut / Tempolimit / Parkraummanagement
- Verkehrsplanung



## 6. Daten und Digitalisierung

- Vernetzung: digital und multimodal
- Datenschutz und Datensicherheit
- Chancen neuer digitaler Angebote / Car-Sharing



# Strategiedialog wird als Imageinitiative der Automobilwirtschaft verstanden



## Wahrnehmung des Strategiedialogs: Unbekannt und realitätsfern

- Strategiedialog ist **niemandem bekannt**.
- Es wird eine **Initiative der Automobilindustrie** und **Lobbyarbeit** (Wirtschaft und Politik) vermutet.
- **Wenig Verbundenheit / Sympathien** mit der Automobilindustrie: Die Industrie ist nach vielen Fehlern in der Bringschuld und muss nachhaltige Lösungen präsentieren.
- Überraschung über die **Beteiligung der Zivilgesellschaft** und insb. der Zufallsbürgerinnen und -bürger
- „Strategiedialog“ wird als sehr **abstrakt und realitätsfern** wahrgenommen.

*„Automobilwirtschaft ist bei mir negativ konnotiert. Der Zusatz Strategiedialog macht es attraktiver, weil ich darin höre, dass die Automobilwirtschaft in Kontakt treten und in Austausch gehen möchte.“*



# Transparenter Umgang mit Ergebnissen und Veränderungen als Erfolgskriterien



## Wann der SDA ein Erfolg ist

- Eigene **Vorschläge** müssen im **Dialog sichtbar** sein und wo möglich umgesetzt werden
- **Transparenz** im Umgang mit den Ergebnissen sowie in der Entscheidungsfindung
- Erkennbarer **Wunsch nach Veränderung** seitens Politik und Wirtschaft

*„Der SDA ist dann erfolgreich, wenn es auch um umweltfreundliche und an den Bedürfnissen der Bürger orientierte Alternativen geht. Ich will nicht nur über Autos reden, ich will auch über Alternativen reden!“*



# Mobilität muss sich den Lebensrealitäten der Nutzerinnen und Nutzer anpassen



## Anforderungen und Wünsche an die persönliche Mobilität

- Mobilität muss **flexibel, bezahlbar, schnell und sicher** sein
- Der Wille zum **Umstieg auf den ÖPNV** ist vorhanden, lässt sich aber oft nicht mit der Lebenssituation und den Komfortansprüchen in Verbindung bringen
- Vereinbarkeit von **Klimaschutz / Nachhaltigkeit und Mobilität**
- Wunsch und Anspruch, dass sich die **Automobilindustrie zum Mobilitätsdienstleister** entwickelt
- **E-Mobilität** wird auf Grund der schwierigen und umweltbelastenden Gewinnung der Rohstoffe und mangelnden Recycling-Möglichkeiten sowie mangels ausreichender erneuerbarer Energien von den meisten **nicht als Lösung betrachtet**; wenige planen auf E-Mobilität umzusteigen, v.a. die Jugend (Freiburg) sieht darin eine Lösung für die Zukunft
- **Autonomes Fahren** ist kaum ein Thema für die Zufallsbürgerinnen und -bürger

*„Der öffentliche Nahverkehr ist aufgrund der geringen Taktung keine Option für mich. Ich kann mein Berufsleben nicht nach dem Busfahrplan richten, auch wenn ich gerne umweltfreundlicher unterwegs wäre.“*



# Klima schützen und trotzdem mobil bleiben



## Herausforderungen und Spannungsfelder zukünftiger Mobilität

- Vereinbarkeit von **Klimaschutz / Nachhaltigkeit und Mobilitätsbedürfnissen**
- **Konsumwünsche** und **Verkehrsaufkommen**
- Entwicklungen auch im **ländlichen Raum**
- Garantiertes **Zugang zur Mobilität** für alle Bürgerinnen und Bürger (auch ältere Menschen)
- **E-Mobilität und Nachhaltigkeit**, insb. Stromerzeugung und Lebenszyklus von Batterien
- Möglichkeiten **neuer digitaler Mobilitätssysteme** und **Datenschutz und -sicherheit**

*„Die Herausforderung ist die Vereinbarung von Klimazielen und garantierter Mobilität. Diese muss umweltfreundlich, idealerweise CO<sub>2</sub>-neutral sein und gleichzeitig einen Verkehrskollaps vermeiden.“*



# Zielgruppengerechte Informationen, die die Menschen direkt erreichen



## Wie Beteiligung aussehen sollte

- alle Bevölkerungsgruppen müssen **zielgruppenspezifisch** angesprochen und informiert werden
- Eine **kompakte und ansprechende Aufbereitung** und zur Verfügungstellung der Informationen, z.B. auch in Podcasts oder kurzen Radiobeiträgen
- Eine **zentrale Onlineplattform** (Information und Raum für Diskussion) und **Newsletter**
- Informationen dort bereitstellen, wo die Bürgerinnen und Bürger ohnehin sind (GMX oder web.de, Radio, ...)
- **Wochenblätter, Lokalzeitungen, Funk und Fernsehen**

*„Gerade für jüngeres Publikum sollten neben dem Radio auch weitere Formate wie z.B. Podcasts genutzt werden. Auf einer Homepage sollte alles attraktiv aufbereitet werden: Filme etc., die das Interesse wecken und Zugang zur Beteiligung und zum Thema ermöglichen.“*



# Hohe Bereitschaft zum Dialog, Transparenz als Voraussetzung



## Wie und wo Beteiligung erfolgreich ist

- Beteiligung soll in **keinem Bereich grundsätzlich ausgeschlossen** werden
- Besonders wichtig ist Beteiligung, wenn das **eigene Mobilitätsverhalten / Lebensumfeld** betroffen ist
- Mix **verschiedener Formate** sowie **Online- und Offlinebeteiligung**
- **Frühzeitige Beteiligung**, insb. bei regionalen Planungen
- **Transparenz** als Voraussetzung für einen erfolgreichen Dialog
- **Zufallsauswahl** wurde für den weiteren Prozess positiv bewertet
- Hohe Bereitschaft, die **Herausforderung als Ganzes** zu betrachten und nicht nur individuelle Sichtweisen

*„Die Fokusgruppe war ein gutes Format und interessant durchgeführt. Jetzt muss gezeigt werden, dass sie nicht umsonst war. Die Menschen müssen über die Ergebnisse informiert werden.“*







# Online-Befragung

# Top-Themen Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Lebensqualität



## 1. Klimaschutz und Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit (nicht nur Klimaschutz)
- Klimaschutz / CO<sub>2</sub>-Emissionen senken (1,5 C°)
- Politische Maßnahmen (z.B. Pricing)
- Lärmschutz



## 4. Arbeit und Beschäftigung

- Allgemeine Entschleunigung
- Homeoffice ermöglichen
- Arbeitszeitverkürzung / -anpassung an ÖPNV
- Erhalt von Arbeitsplätzen



## 2. Mensch und Mobilität

- Lebensqualität in Städten
- Verbesserung Mobilitätsnetze, insb. ÖPNV Stadt und Land
- Neue Mobilitätskonzepte
- Verhaltensveränderung
- Soziale Teilhabe berücksichtigen: Zugang für alle



## 5. Industrie und Wirtschaft

- Transformation / Klimaschutz als Chance
- Erhalt der Arbeitsplätze
- Investitionen in Forschung
- Wohlstand / Stabilität erhalten



## 3. Stadt- und Raumplanung

- Ausbau alternativer Mobilitätsinfrastruktur
- Abbau der Infrastruktur für den MIV
- Stadt der kurzen Wege
- Nahversorgung / Arbeitsangebote auf dem Land
- Schaffung von verpflichtenden Verwaltungsstrukturen



## 6. Daten und Digitalisierung

- Digitale Vernetzung / On-Demand-Angebote
- Datenschutz
- Autonomes Fahren
- Transparenz in Wissenschaft und Industrie





# SDA ist wichtig, aber soll auch andere Mobilitätsformen als das Auto einbeziehen

- PKW, Fahrrad und ÖPNV sind die am häufigsten genutzten Verkehrsmittel
- Bürgerinnen und Bürger denken über Alternativen zum Auto nach
- Verlorenes Vertrauen in Autoindustrie, aber wichtig für Wohlstand und Beschäftigung
- Hohe Relevanz des Themas, aber auch neue Mobilitätsformen entwickeln
- Wunsch nach Information, Transparenz, Beteiligung und Umsetzung
- Menschen in BW wollen mit anderen diskutieren und neue Mobilität selber ausprobieren

# PKW, Fahrrad und ÖPNV sind die am häufigsten genutzten Verkehrsmittel



## Persönliches Mobilitätsverhalten: Umweltfreundliche Alternativen zum Auto

- Als die drei am häufigsten genutzten Verkehrsmittel nannten die Teilnehmenden
  - (1) den eigenen **PKW**
  - (2) das eigene **Fahrrad** und
  - (3) den **ÖPNV**
- Ein Großteil der Teilnehmenden hat im letzten Jahr daran gedacht, sein **Mobilitätsverhalten zu ändern** und **umweltverträglicher** unterwegs zu sein.
- Eine konkrete Veränderung war besonders häufig die Nutzung des **Fahrrads**, des **Busses** oder der **Bahn**. Eine Nutzung des ÖPNV wurde häufig aufgrund geringen **Komforts** abgelehnt.

*„Ich habe mir genau durchgerechnet, ob es nicht doch irgendwie günstiger ist, mit dem Auto zur Arbeit zu fahren, damit ich von dem sehr schlechten Service der Bahn und den ständigen Verspätungen und den Zügen mit zu wenig Platz wegkomme.“*



# Bürgerinnen und Bürger denken über Alternativen zum Auto nach



## Mobilität der Zukunft: Wichtig sind nachhaltige Angebote

- Eine zentrale Rolle spielt ein **komfortabler und günstiger ÖPNV**, die bessere **Vernetzung verschiedener Verkehrsträger** und eine größere Rolle von **Sharing-Angeboten**
- Eine bessere **Fahrradinfrastruktur** ist Teil der Mobilität der Zukunft
- Weitere Vorstellungen beinhalteten insbesondere die **Elektrifizierung, autofreie Innenstädte** und **autonome Fahrzeuge**
- Vereinzelt wurde der **Umstieg auf alternative Kraftstoffe** genannt



*„In der Stadt überwiegend mit dem Fahrrad, mit dem ÖPNV oder zu Fuß. In der Region bzw. in Baden-Württemberg überwiegend mit dem Zug. Darüber hinaus entweder mit dem Zug oder mit Carsharing oder Mietwagen.“*

# Verlorenes Vertrauen in Autoindustrie, aber wichtig für Wohlstand und Beschäftigung



## Automobilwirtschaft in BW: wichtig, aber träge

- Automobilwirtschaft wird in erster Linie mit **geringer Innovationskraft** verbunden und hat, u.a. aufgrund **verantwortungslosen Verhaltens**, eine **geringe Glaubwürdigkeit**
- **Einfluss auf die Politik** wird als zu stark bewertet und trägt eine Mitschuld an den **Verkehrsproblemen** im Land
- Gleichzeitig ist sie **wichtig für Wohlstand, Beschäftigung und Innovation** in BW

*„[Die Automobilindustrie] verschließt die Augen vor den Herausforderungen der Zukunft und läuft Gefahr den Strukturwandel wie einst das Ruhrgebiet das Ende der Kohle zu verschlafen.“*



# Hohe Relevanz des Themas, aber auch neue Mobilitätsformen entwickeln



## Eindruck und Interesse am SDA: Hohes Interesse trotz Skepsis

- Hohe **Relevanz des Themas** und **Notwendigkeit des Dialogs**, auch mit den Bürgerinnen und Bürgern
- Es werden **keine Änderungen durch den SDA** erwartet, da er zu stark an den Interessen der Automobilwirtschaft ausgerichtet sei
- Im SDA sollten **neue Mobilitätskonzepte/-formen** entwickelt werden
- Einige geben an, den **SDA nicht zu kennen** und / oder dass der **Begriff unglücklich** gewählt sei
- Die Mehrzahl der TN schätzt das **Interesse der Gesellschaft** am Dialog als hoch bis sehr hoch ein, aber stellen **fehlenden Willen zur Veränderung** in der Bevölkerung fest

*„Das Interesse ist sehr hoch, weil die Automobilwirtschaft fast nur das eingeschränkte Mobilitätsangebot "Auto" anbietet. Die Mobilität der Menschen ist und wird immer vielseitiger.“*



# Wunsch nach Information, Transparenz, Beteiligung und Umsetzung



## Erwartungen an den Dialog: Einbeziehung und Information

- Die wichtigste Erwartung an einen Dialog zur Transformation der Automobilwirtschaft / Zukunft der Mobilität in BW ist die **Auseinandersetzung von Politik und Wirtschaft mit den Ergebnissen**
- Alle **Informationen** müssen verfügbar sein, u.a. über **mediale Berichterstattung** und eine **zentrale Anlaufstelle** für Bürgerinnen und Bürger
- Es muss eine **umfassende Beteiligung** am Dialog geben und die **Möglichkeit, sich in der Region einzubringen**

*„Es braucht einen Dialog auf Augenhöhe, bei dem man spürt, dass die Politik und die Automobilwirtschaft es wirklich ernst nehmen.“*



## Einzubinden in den Dialog (nach Häufigkeit der Nennung)

- Bürgerinnen und Bürger (Nutzer/innen der Mobilität)
- Politik und Verwaltung
- Wissenschaft und Forschung
- Vereine und Organisationen
- Automobilindustrie und Wirtschaft
- Lokale Vereine und Initiativen
- Gewerkschaften
- Kirchen und soz. Einrichtungen



# Menschen in BW wollen mit anderen diskutieren und neue Mobilität selber ausprobieren



## Beteiligung am Dialog: Großes Interesse am Mitgestalten

- Eine eigene Beteiligung können sich die meisten Teilnehmenden in Form von **Diskutieren**, eigenem **Testen und Ausprobieren** oder **Informieren** vorstellen.
- Nur ein geringer Teil möchte sich **nicht selbst einbringen**.
- Die Teilnahme an **Diskussions- oder Testangeboten**, **Online-Diskussionen** oder **Abendveranstaltungen** können sich viele vorstellen.
- Einige wären bereit, an **(mehreren) Wochenendveranstaltungen** teilzunehmen.

## Art der Information: Mix aus Online und Offline

*(nach Häufigkeit der Nennung sortiert, Mehrfachangaben möglich)*

- Newsletter
- Informationsveranstaltungen
- Online-Auftritte des SDA
- Lokalzeitung
- Social Media
- Plakatwerbung



# Stakeholder-Interviews

# Themen nah an der Lebensrealität der Nutzerinnen und Nutzer



## 1. Klimaschutz und Nachhaltigkeit

- Internalisierung externer Kosten
- Emissions- und staufreie Städte
- Sinnvoller Einsatz von Elektromobilität



## 4. Arbeit und Beschäftigung

- Verkürzung der Wege, z.B. durch Homeoffice
- Flexible Arbeitszeiten
- Lösungen für Pendler



## 2. Mensch und Mobilität

- Gestaltung von Verkehrslösungen
- Themen mit direkter Betroffenheit der Nutzerinnen und Nutzern
- Sensibilisierung für Verzicht
- Verbesserte Nahversorgung
- Sharingkonzepte / Alternative Mobilitätskonzepte



## 5. Industrie und Wirtschaft

- Anspruch nachhaltiges und ökologisches Handeln
- Rolle als Mobilitätsanbieter statt Hersteller
- Nachhaltiger Güterverkehr



## 3. Stadt- und Raumplanung

- Stadt-Land-Gefälle
- Demografischer Wandel: Ermöglichung von Mobilität
- Verkehrssparende Siedlungsstrukturen



## 6. Daten und Digitalisierung

- (Digitale) Schnittstelle zwischen Mobilitätsangeboten
- Datensicherheit
- Neue Angebote von IT-Dienstleistern
- Besser digitale Infrastruktur
- Automatisiertes Fahren





# Stakeholder wollen thematisch und gesellschaftlich breit geführten Dialog

- SDA: kaum präsent, zu Auto-fokussiert und zu intransparent
- Transparenz, Resultate und Bewusstsein für Nachhaltigkeit machen SDA zum Erfolg
- Breite Beteiligung gewünscht
- Digitalisierung, Arbeitsplätze, Klimaschutz als zentrale Herausforderungen
- Viele Themen für die Gestaltung der zukünftigen Mobilität

# SDA: kaum präsent, zu Auto-fokussiert und zu intransparent



## Strategiedialog Automobilwirtschaft allgemein

- kaum präsent / unbekannt, wird aber begrüßt
- Wichtig, um **Bewusstsein für die anstehenden Veränderungen** in der Bevölkerung zu stärken
- Die **Rolle der Automobilwirtschaft** zu sehr im Fokus, der **ÖPNV ist nicht sichtbar**
- Negative Außenwirkung durch **intransparente Aufgabenteilung** zwischen Politik und Wirtschaft

## Erwartungen an die Automobilindustrie

- Hersteller müssen **Verantwortung** übernehmen und mutig handeln
- Erwartung von nachhaltigem und ökologischem Handeln (*Vertreter/innen Umwelt, Verkehr, Zivilgesellschaft*)
- Vom Hersteller zum **Mobilitätsanbieter** mit nutzerbasierten Geschäftsmodellen / Mobilitätssystemen

*„Die Automobilwirtschaft sollte sich der Gefahr bewusst sein, dass sie in zehn Jahren weg sein könnte. Beispiele gibt es ja, wie Nokia oder Kodak.“*



# Transparenz, Resultate und Bewusstsein für Nachhaltigkeit machen SDA zum Erfolg



## Erwartungen an den SDA

- Beteiligungsprozess ernst nehmen und **Öffentlichkeit erkennbar involvieren**
- **Transparente und nachvollziehbare Prozessgestaltung**
- Sichtbare und auf den Prozess zurückführbare **Resultate legitimieren den SDA**
- bei den Bürgerinnen und Bürgern ein **Bewusstsein für nachhaltiges Mobilitätsverhalten** schaffen

*„Der Klimaschutz und die Transformation der Automobilwirtschaft muss fernab von ‚Arbeitsplatzverlust‘, ‚Zupflastern mit Windrädern‘ und ‚Verzicht auf eigenes Auto‘ als Gewinnerthema etabliert werden.“*



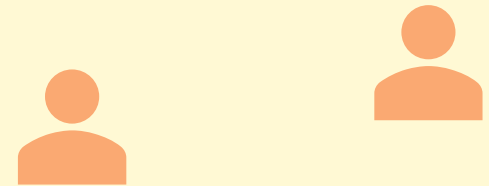
# Breite Beteiligung gewünscht



## Beteiligung im Rahmen der Säule 7

- **Einzubindende Akteure** (3 und mehr Nennungen):  
*Verkehrsunternehmen und Verbände, exponierte Einzelpersonlichkeiten, Industrie- und Wirtschaftsverbände, Menschen mit Behinderung, Zivilgesellschaftliche Vereinigungen*
- Besonders **beteiligungsrelevante Themen**:
  - Alle Themen mit direkter Betroffenheit, Nutzerbedürfnisse sowie -akzeptanz
  - Ausgestaltung von Verkehrslösungen und ÖPNV-Angeboten
  - Stadt- und Raumplanung
  - Arbeit und Beschäftigung
- Weniger beteiligungsrelevant: Themen mit starkem Infrastruktur-, Technik- oder Industriebezug
- Kein Gesprächspartner stellt Bedeutung von **Klimaschutz und Nachhaltigkeit** in Frage, aber zu wenig Bezug zum Lebensalltag (je ein Vertreter Umwelt/Verkehr, Öffentliche Verwaltung, Industrie) und Sorge der Einflussnahme der Industrie (ein Vertreter der Zivilgesellschaft).
- Ein Großteil der Befragten kann sich eine eigene Beteiligung im weiteren Verlauf des SDA vorstellen.

„Die Jugend ist eine ganz wichtige Zielgruppe. Denn die Jugend nimmt vorweg, was die Zukunft bringen wird.“



„Veränderungen müssen gut gestaltet werden, um Arbeitsplätze zu erhalten.“

# Digitalisierung, Arbeitsplätze, Klimaschutz als zentrale Herausforderungen



## Chancen und Herausforderungen im Zusammenhang mit der Mobilität der Zukunft

- **Digitalisierung** im Zusammenhang mit **Datenschutz und -sicherheit**, aber durch Reboundeffekte **geringes Klimaschutzpotential**
- Langfristig wird die **Bedeutung der Automobilindustrie abnehmen** (Vertreter aller Gruppen)
- Erhalt des Wohlstands und Anpassung der Arbeitsbedingungen (Weiterbildung, flexibles Arbeiten)
- **Demografischer Wandel** und die Zunahme des **Stadt-Land-Gefälles**
- **Sensibilisierung für Verzicht** (Umweltvertreter)
- **Menschen ändern ihr Verhalten nicht wegen Klimaschutz**, aber **Akzeptanz für Klimaschutzmaßnahmen** ist höher, als Politik glaubt
- Auto als Statussymbol wird abnehmen

*„Menschen müssten weniger Strecken zurücklegen, als sie es derzeit tun.“*



*„Wir brauchen mehr Verständnis dafür, wie schwierig die Koordination zwischen steigenden Mobilitätsbedürfnissen und der reibungslosen Ablauf von kollektiven Verkehrsmitteln ist.“*



## Wie können wir den Herausforderungen der zukünftigen Mobilität begegnen?

- Ausbau (digitaler) Infrastruktur / Breitbandausbau auf dem Land
- Planung verkehrssparender Siedlungsstrukturen mit hoher Lebensqualität
- Internalisierung externer Kosten (Umweltvertreter) / CO<sub>2</sub>-Steuer (auch Vertreter von Industrie und Zivilgesellschaft)



# Viele Themen für die Gestaltung der zukünftigen Mobilität



## Gestaltung zukünftiger Mobilitätssysteme

- **Nachhaltigkeit, Schnelligkeit** („schnell von A nach B kommen“) und **Flexibilität** sowie **Emissions-** und **Staufreiheit**
- Zuverlässiger und attraktiver **ÖPNV, bessere Vernetzung** insb. auf dem Land (z.B. „Mobilitätshubs“)
- **Sharing-Konzepte** und **alternative Mobilitätsformen**, insb. auf der letzten Meile (Umwelt- und Verkehrsverbände)
- **Automatisiertes Fahren** wird nicht als Lösung für weniger Verkehr gesehen (Vertreter der Zivilgesellschaft und Umweltverbände), andere sehen neue Gestaltungsmöglichkeiten in Städten und für Barrierefreiheit (Vertreter Umwelt, Verkehr, Industrie)
- Wandel zu **Elektromobilität** wird erwartet (Vertreter aller Gruppen), aber **Herausforderung mangelnder Ladeinfrastruktur** und bessere Integration erneuerbarer Energien gewünscht (Industrie, zivilgesellschaftliche Vertreter); E-Mobilität keine Lösung für den ländlichen Raum (ein Vertreter Zivilgesellschaft) oder Güterverkehr / LKW (Logistikverband)
- Notwendigkeit eines **nachhaltigen Güterverkehrs und verkehrssparender City-Logistik**; Drohnen als interessante Alternative

*„Eine Verlässlichkeit ist sehr wichtig. Es muss nicht billig sein. Die Menschen fahren auch Auto, obwohl es das teuerste Verkehrsmittel ist. Man sieht lediglich die Kosten nicht so.“*



# Themen und Akteure



# Regulierung und ÖPNV als eigenständige Themenbereiche

Industrie und  
Wirtschaft

Klimaschutz und  
Nachhaltigkeit

Mensch und  
Mobilität

NEU

Governance  
und  
Regulierung

**Gesellschaft  
und Mobilität**

NEU

ÖPNV und  
aktive  
Mobilität

Arbeit und  
Beschäftigung

Stadt- und  
Raumplanung

Daten und  
Digitalisierung

# Mensch und Mobilität: passende Angebote für alle Bedürfnisse, Sensibilisierung der Nutzer/innen

**Berücksichtigung von tatsächlichen Nutzererwartungen und – akzeptanz bezüglich Komfort und Kosten der Angebote**



**Barrierefreie Mobilität in jeder Hinsicht, auch über den Preis**



**Mobilitätsbildung: Sensibilisierung für Problematik und künftige Mobilitätssysteme, Verhaltensänderung anstoßen**



**Sensibilisierung für klimaneutrale Mobilität und gesellschaftliche Bewusstseinsbildung für Verkehrswende**



Thema wurde genannt in...



Fokusgruppen



Online-Befragung



Stakeholder-Interviews

# Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind Voraussetzungen der Mobilität der Zukunft

Internalisierung externer Kosten und Einpreisung der CO<sub>2</sub>-abhängigen Energiekosten



Klimaschutz als Notwendigkeit und Hintergrund konkreter Maßnahmendiskussionen



Energiewende als Voraussetzung für E-Mobilität



# Industrie und Wirtschaft: Neue Antriebe werden viel diskutiert

**Neue Antriebe: Batterieelektrisch und Wasserstoff-Brennzellen**



**Kaufanreize für umweltverträgliche Antriebe durch Subventionen und passende Rahmenbedingungen**



**E-Mobilität: Ressourcen und Nachhaltigkeit (Fokusgruppen)  
Ladeinfrastruktur (Stakeholder-Interviews)**



**Sektorübergreifende Batterieproduktion**



**Automatisiertes Fahren**



# Industrie und Wirtschaft / Digitalisierung: Daten nutzen und sichern, KMU unterstützen

**Datenschutz und Datensicherheit**



**KMU fördern und unterstützen: Transformation, Digitalisierung, Nachhaltigkeit**



**Güterverkehr vermeiden und verlagern**



# Arbeit und Beschäftigung: Flexibles Arbeiten, Mobilitätsmanagement und ländliche Regionen

**Vermeidung von Pendlerverkehr durch flexible Arbeitszeiten und Möglichkeiten zum Homeoffice**



**Arbeitsplätze auch in ländlichen Regionen schaffen**



**betriebliches Mobilitätsmanagement / kurze Wege ermöglichen**



**Aus- und Weiterbildung**





# Stadt- und Raumplanung: Lebens- und Aufenthaltsqualität und Vernetzung in Stadt und Land

**Lebensqualität in Städten, autofreie Innenstädte und verkehrssparende Siedlungsstrukturen**



**Logistik: City-Logistik und Verlagerung von Gütern auf die Schiene**



**Vernetzung im ländlichen Raum und in Städten / zwischen Stadtteilen**



**alle Themen mit direkten Betroffenheiten der Nutzerinnen und Nutzern**



# ÖPNV und aktive Mobilität: für alle zugänglich und nachhaltig

Zielgruppenspezifische Mobilität, die für alle Menschen zugänglich ist / ÖPNV muss günstig sein



Ausbau und (betriebliche) Förderung des Fahrradverkehrs



Neue Mobilitätskonzepte, Fokus auf Sharing-Angebote



# Governance und Regulierung: Transparenz schaffen und geltende Vereinbarungen berücksichtigen

**Berücksichtigung der geltenden Nachhaltigkeits- und Klimaschutzvereinbarungen auf Landes-, Bundes- und int. Ebene**



**Einsatz von Klimaschutzinstrumenten und Schaffung von Rahmenbedingungen für klimafreundliches Verhalten**



**Einfluss der Automobilwirtschaft auf den Regulierungsrahmen**



**Umsetzung von Maßnahmen und Handlungsfähigkeit der Politik**



**Transparenz und Vertrauen in die Prozesse und den Dialog**



# Viele Akteure gestalten die Zukunft der Mobilität

## **Bürgerinnen und Bürger**

- Zufallsbürgerinnen und -bürger
- Bürgerinnen und Bürger im Online-Dialog
- Menschen bei Aktionstagen

## **Politik und Verwaltung**

- Landesministerien
- Kommunen und kommunale Behörden
- Kommunale Spitzenverbände

## **Wirtschaft und (Automobil-)Industrie**

- Automobilhersteller und Zulieferer
- Gewerkschaften und Betriebsräte
- Kommunale Unternehmen
- Start-Ups
- Verbände und Vereinigungen

## **Wissenschaft**

- Universitäten
- Forschungsinstitute

## **Zivilgesellschaft**

- Interessenvertretungen der verschiedenen Zielgruppen
- Kirchen und kirchliche Organisationen
- Vereine, Stiftungen und zivilgesellschaftliche Organisationen

## **Interessenvertretungen Umwelt und Verkehr**

- Umweltverbände
- Verkehrs- und Mobilitätsverbände