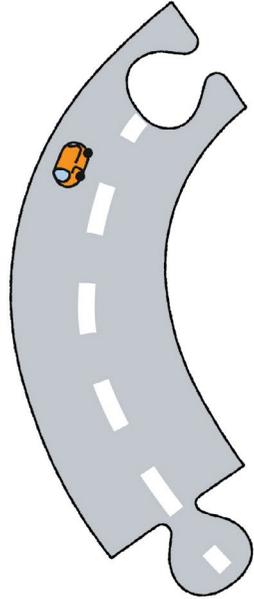
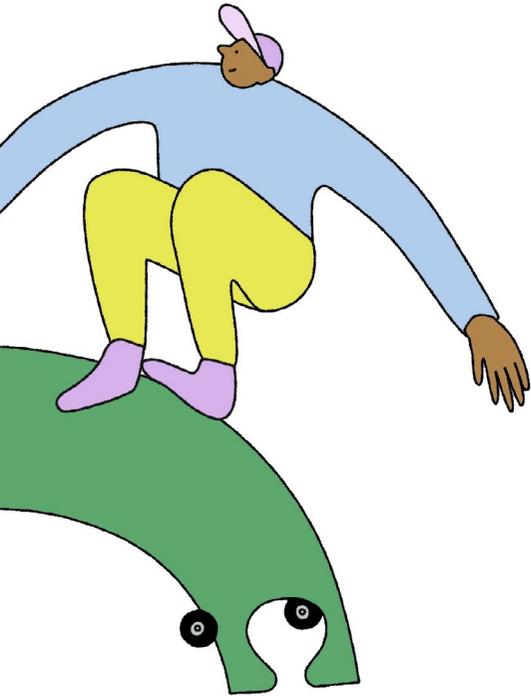


# Mobilität gemeinsam gestalten







Wenn wir über die Mobilität der Zukunft sprechen, dann klingt es meistens so, als gehe es allein um technische Innovation. Genauso wichtig ist es jedoch, Mobilität als sozialen Prozess zu begreifen und gemeinsam eine neue Mobilitätskultur zu entwickeln.“

**Petra Olschowski MdL**

Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kunst des Landes Baden-Württemberg

Alle weiteren  
Zitate im Buch sind  
anonyme O-Töne  
aus dem Projekt-  
verlauf von MobiQ.

# 10 Schritte auf einen Blick

## ① Nachbarschaft kennenlernen

- ❑ Die Nachbarschaft unter die Lupe nehmen
- ❑ Entdeckungen und Eindrücke festhalten
- ❑ Herausforderungen und Potenziale erkennen

## ② Probleme erkennen

- ❑ Alltagsroutinen und Fortbewegungsgewohnheiten verstehen
- ❑ Mit möglichst vielen Mitmenschen sprechen
- ❑ Gemeinsames Problemverständnis entwickeln

## ③ Von Anderen lernen

- ❑ Erfolgreiche Beispiele suchen und kennenlernen
- ❑ Kontakt aufnehmen, Stärken und Schwächen aufdecken
- ❑ Beispiele mit Blick auf die eigene Nachbarschaft einordnen

#### ④ Bündnisse schmieden

- Aktive Personen und Gruppen vor Ort finden
- Netzwerk von Verbündeten und Unterstützer:innen knüpfen

#### ⑤ Ideen entwickeln

- Bürger:innenwerkstatt organisieren
- Kreative Lösungen entwickeln
- Projektgruppen bilden

#### ⑥ Experimente wagen

- Verantwortlichkeiten definieren, Verbindlichkeit schaffen
- Ressourcen identifizieren und effektiv nutzen
- Weitere Mitwirkende und Kooperationspartner:innen gewinnen
- Umsetzungsschritte konkretisieren, Aufgaben verteilen
- Rechtliche Rahmenbedingungen und Vorschriften klären
- Gezielt für das Vorhaben werben
- Experiment für nachhaltige Mobilität starten

#### ⑦ Bewerten und Optimieren

- Vorgehen und Wirkung bewerten
- Projekt anpassen, schärfen und verbessern

#### ⑧ Ergebnisse teilen

- Kommunikationsplan erstellen und -struktur festlegen
- Öffentlichkeitsarbeit starten, das Projekt bekannt machen

#### ⑨ Erfolge feiern

- Regelmäßige Projekttreffen organisieren
- Durchatmen, Erfolge genießen

#### ⑩ Zukunft gestalten

- Zukunft des Projekts langfristig sichern
- Andere zum Nachahmen motivieren

# Vorab

Mobilität ist ein wesentliches Element unseres Lebens und Alltags. Um mit anderen Menschen in Kontakt zu sein, müssen wir reden, schreiben, kommunizieren oder eben: mobil sein und reisen. Mobilität verbindet uns mit unseren Zielen. Sie ermöglicht uns, am Leben teilzunehmen. Zugleich ist sie aber eine der größten Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft. Wir alle stehen vor der Aufgabe, neue Wege zu finden, damit Mobilität nicht nur unsere Bedürfnisse erfüllt, sondern auch die unserer Umwelt und der kommenden Generationen.

Wir freuen uns, dass wir mit diesem Handbuch solche neuen Wege aufzeigen können. Zwar gibt es noch sehr viel zu tun, aber mit „Mobilität gemeinsam gestalten“ kommen wir einen guten Schritt weiter. Vorgestellt werden Erkenntnisse und Erfahrungen aus drei Jahren Arbeit im Reallabor „MobiQ – Nachhaltige Mobilität durch Sharing im Quartier“. Vor allem möchten wir mit dem Handbuch dazu anregen, dass an vielen Orten in Baden-Württemberg und anderswo innovative Mobilitätsprojekte angestoßen und umgesetzt werden.

Heutzutage sind wir sehr vielfältig mobil. Unterschiedliche Verkehrsmittel und

Fortbewegungsarten können die Bedürfnisse verschiedener Menschen und Gruppen erfüllen, sei es zu Fuß, mit dem Fahrrad, Elektroroller, Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln. Es ist an der Zeit, möglichst vielen Menschen umweltfreundliche und weitgehend klimaneutrale Mobilität zu ermöglichen.

Mit dem Reallabor MobiQ wollen wir dazu ermutigen, gemeinsam etwas zu bewegen und nicht darauf zu warten, dass irgendwann einmal die perfekte Lösung gefunden wird. Denn mit vergleichsweise wenig Mitteln und Aufwand ist sehr viel möglich. Egal, woher du kommst oder welche Möglichkeiten dir zur Verfügung stehen, jede:r kann einen Beitrag zu einer nachhaltigen Mobilitätskultur leisten. Wir sind fest davon überzeugt, dass bereits heute viel mehr möglich ist, als wir uns vorstellen, und kleine Veränderungen einen großen Unterschied bewirken können.

Dieses Buch richtet sich in erster Linie an die Menschen und Initiativen, die sich in ihrem direkten Umfeld, ihrer Nachbarschaft oder ihrem Quartier dafür einsetzen möchten, Mobilität zu ermöglichen und nachhaltig zu gestalten. Egal, ob im Verein für Carsharing, in der Lastenfahrrad-Initiative, im Sportverein, im Kindergarten oder in der Nachbarschaftshilfe. Die Initiativen und Projekte beleben die Stadt oder Gemeinde. Es entstehen neue Ideen, die meist dort ansetzen, „wo der Schuh drückt“. Davon profi-

tieren auch die kommunale Politik und Verwaltungen. Sie bekommen neue Impulse für eine nachhaltige Mobilitätspolitik, die aus der Mitte der Gesellschaft entstanden sind und nicht von außen „eingeflogen“ wurden.

Entscheidend ist: Mobilität zu gestalten, macht Freude und ist keineswegs eine „Raketenwissenschaft“. Die Mobilitätswende vor Ort zu gestalten, ist keine Last, sondern vor allem ein Beitrag dazu, unsere Städte und Gemeinden lebenswerter und lebendiger zu machen. Jeder Mensch ist selbst Experte oder Expertin für die eigene Mobilität. Deshalb laden wir dich ein, mit uns auf eine spannende Reise zu gehen. Auf dieser Reise lernst du nicht nur deine eigene Mobilität besser kennen, sondern erkundest gemeinsam mit anderen neue Wege, wie die Fortbewegung in deiner Nachbarschaft nachhaltiger und bedürfnisgerechter werden kann.

### **Werde ein:e Mobilitätsgestalter:in!**

Vielleicht fragst du dich, was es bedeutet, ein:e Mobilitätsgestalter:in zu sein und wie du eine:r werden kannst? Wir hoffen, dass unser Buch hilft, diese Fragen zu beantworten. Es soll wie ein „Werkzeugkasten“ für nachhaltige Mobilitätsprojekte funktionieren. In zehn Schritten führen wir dich durch den Prozess, wie sich Mobilitätsprojekte gemeinschaftlich entwickeln lassen. Dabei geben wir dir einen Blick hinter die Kulissen der

Wissenschaft und in unser Reallabor MobiQ. Diese zehn Schritte sind eine bewährte Vorgehensweise, die den Alltag tatsächlich verändern kann: z. B. Probleme finden und formulieren, die eigene Mobilität verstehen, mit lokalen Initiativen zusammenarbeiten. Wir zeigen Wege auf, wie du selbst zur Mobilitätsgestalterin oder zum Mobilitätsgestalter werden kannst. Neben praktischen Anleitungen („Rezepten“) findest du auch inspirierende Beispiele, erprobte Methoden, Tipps und Tricks, um deine Mobilität zu reflektieren und zu verändern. Letztendlich kannst du damit die Mobilität in deiner Nachbarschaft selbst nachhaltig gestalten.

Dieses Buch ist nicht nur dazu gedacht, gelesen zu werden. Es soll vor allem aktiv genutzt werden. Verwende den Werkzeugkasten, um eigene nachhaltige Mobilitätsprojekte Wirklichkeit werden zu lassen. Markiere wichtige Passagen, unterstreiche Schlüsselideen, notiere deine Gedanken oder Ideen und zeichne Skizzen von potenziellen Projekten direkt auf die Seiten. Dieses Buch ist dein persönliches Arbeitsbuch. Es hilft dir, deine Visionen und Ideen in die Tat umzusetzen. Wir laden dich ein, diesen Weg mit uns zu gehen und dabei Teil einer Bewegung zu werden, die die Zukunft der Mobilität mitgestaltet.

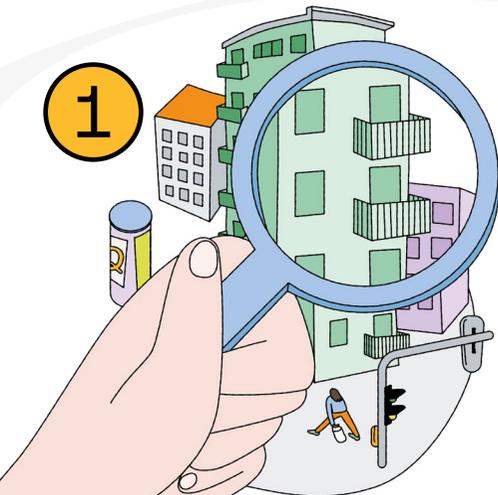
**Danke für dein Interesse an diesem Projekt!**

# Dein Weg durchs Buch

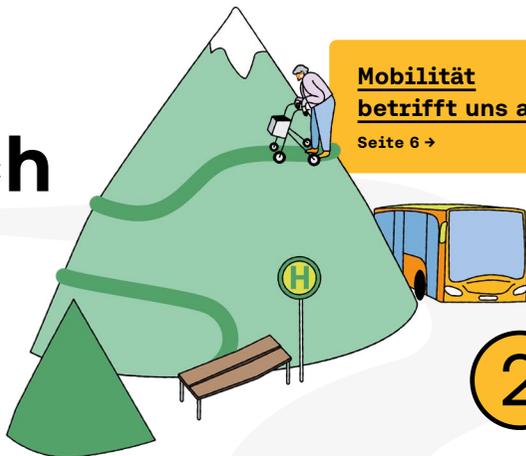
**Mobilität  
betrifft uns alle**

Seite 6 →

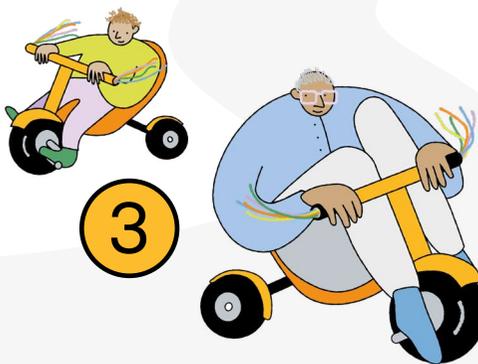
1



2



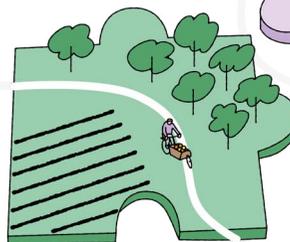
3



4



5



Seite 16 →

Seite 30 →

Seite 44 →

Seite 56 →

Seite 70 →

4

1 Nachbarschaft  
kennenlernen

2 Probleme  
erkennen

3 Von Anderen  
lernen

4 Bündnisse  
schmieden

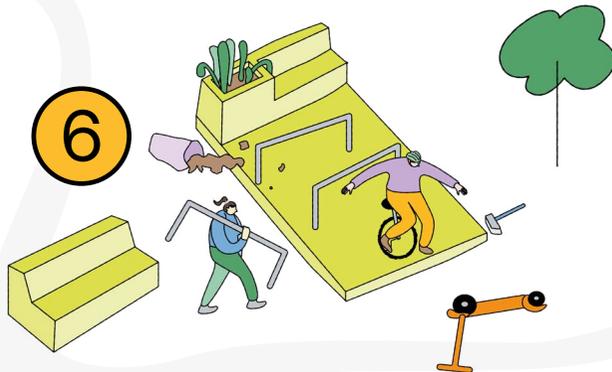
5 Ideen  
entwickeln



9



8



6



10



7

**Zum Schluss**

Seite 140 →

**Quellen- und  
Literaturverzeichnis**

Seite 142 →

**Impressum**

Seite 159 →

Seite 84 →

Seite 98 →

Seite 110 →

Seite 122 →

Seite 130 →

6 Experimente  
wagen

7 Bewerten +  
optimieren

8 Ergebnisse  
teilen

9 Erfolge  
feiern

10 Zukunft  
gestalten

5

# Mobilität betrifft uns alle

Leben heißt, beweglich zu sein. Heute können wir das, ohne dabei viele Kilometer mit Auto, Fahrrad oder Zug zurückzulegen. Doch Mobilität ist viel mehr als nur „Verkehr“. Wer mobil ist, will flexibel sein und möglichst reibungslos erledigen, was im Alltag anfällt: Freunde treffen, zur Arbeit gehen, Kinder in die Schule bringen, Sport treiben, Konzerte besuchen oder einfach nur die Natur genießen. Wenn wir uns die Wege anschauen, die wir jeden Tag zurücklegen, sehen wir, dass wir viele Dinge unter einen Hut bringen müssen. Die Wissenschaft spricht hierbei von „Wegekettten“. Oft sind das Verknüpfungen verschiedener Strecken, die wir auf unterschiedliche Weise zurücklegen: zu Fuß,

mit dem Rollstuhl oder dem Rollator, mit dem Bus, der Bahn, dem Fahrrad oder dem Auto. Unsere Mobilität wirkt sich auf andere Menschen und deren Beweglichkeit aus, vor allem wenn wir das Auto nutzen. Denn Autos brauchen viel Platz – auf der Straße und zum Parken. Im Stadtverkehr nimmt ein Auto im Durchschnitt etwa 50-mal mehr Raum ein als ein:e Fußgänger:in, zehnmal mehr als ein Fahrrad und fünfmal mehr als ein Bus pro beförderte Person. Rein rechnerisch ist ein Pkw im Durchschnitt nur eine Stunde am Tag in Betrieb und mit nur einer Person besetzt. Die übrige Zeit steht er auf einem Parkplatz.

6

1 Nachbarschaft  
kennenzulernen

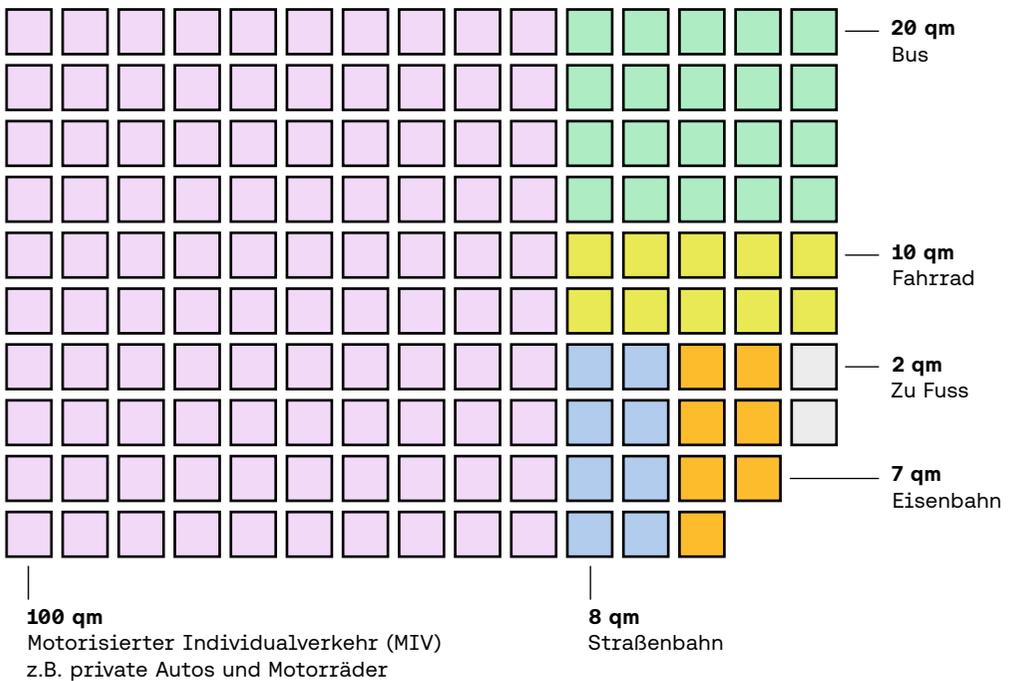
2 Probleme  
erkennen

3 Von Anderen  
lernen

4 Bündnisse  
schließen

5 Ideen  
entwickeln

Wie ungleich Verkehrsflächen verteilt sein können, zeigt sich eindrucksvoll am Beispiel der Stadt Zürich. Das dortige Tiefbauamt hat die Flächen berechnet, die die Verkehrsmittel pro beförderten Fahrgast benötigen.



**Abbildung:** Der Flächenverbrauch pro beförderte Person im Stadtverkehr variiert stark je nach Verkehrsmittel.  1

In vielen Städten ist Platz knapp geworden. Oft fehlt es an Grünflächen oder bezahlbarem Wohnraum. Für gesunde und umweltfreundliche Mobilität fehlt häufig der Raum, etwa um mehr Fahrradwege zu bauen oder um leicht, schnell und bequem zu Fuß unterwegs zu sein. Dabei entscheidet sich nicht jede:r freiwillig, mit welchem Verkehrsmittel er oder sie sich fortbewegt. Genauso ist es auch oft keine freie Entscheidung, ob er oder sie sich überhaupt fortbewegt, und das ist ein großes Problem.

Wir vergessen oft, wie viele Menschen gar nicht das Geld haben, um einfach mal schnell irgendwohin zu kommen. Mehr als die Hälfte aller Menschen mit sehr niedrigen Einkommen haben gar kein Auto, bei den niedrigen Einkommen (bis rund 2.300 Euro brutto/Monat) sind es zwei von fünf, die ohne Auto leben. Oft kann schon die Fahrkarte für den Bus nicht bezahlt werden. Aber wer nicht mobil ist, kann sich auch nicht en-

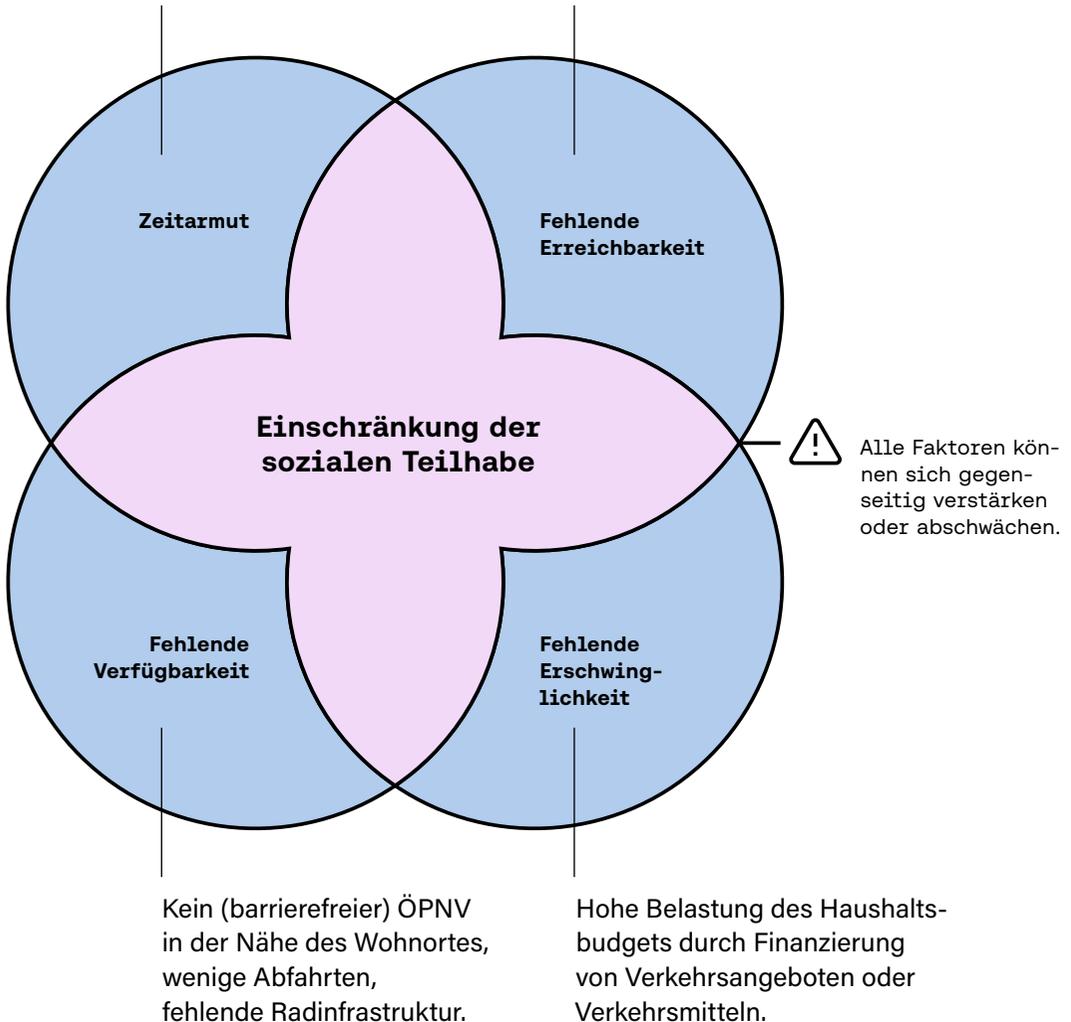
gagieren: weder politisch noch im Sportverein, in der Kirche oder im Flüchtlingsheim.

Mobilitätsarmut wirkt sich nicht nur vielfältig auf die Menschen aus, sie hat auch viele Gründe. Dabei ist es so wichtig, dass wir alle sicher und umweltschonend unterwegs sein können. Mobilität ist soziale Teilhabe und das meint teilzuhaben am Leben in der Gemeinschaft. Soziale Teilhabe umfasst das politische Leben, kulturelle Aktivitäten genauso wie bezahlte und unbezahlte Arbeit.

Es geht aber nicht darum, das Auto zu verteufeln. Zweifellos ist es eine der großen Erfindungen unserer Zeit. Das Auto bringt Beweglichkeit ins Leben für alle, die eines besitzen, sich eines leisten oder nutzen können. Oft ist es ja nicht das eigene, sondern das Auto der Eltern, von Freunden oder ein geteiltes Fahrzeug wie beim Carsharing.

Hoher Zeitaufwand, um zu Orten des täglichen Bedarfs zu gelangen, lange Pendelwege oder hoher Zeitdruck.

Orte des täglichen Bedarfs (z. B. Freizeit, Erholung, Bildung, Betreuung) sind nicht in unmittelbarer Nähe bzw. mit akzeptablem Aufwand erreichbar.



**Abbildung:** Die Gründe für Mobilitätsarmut in Deutschland sind vielfältig. 2

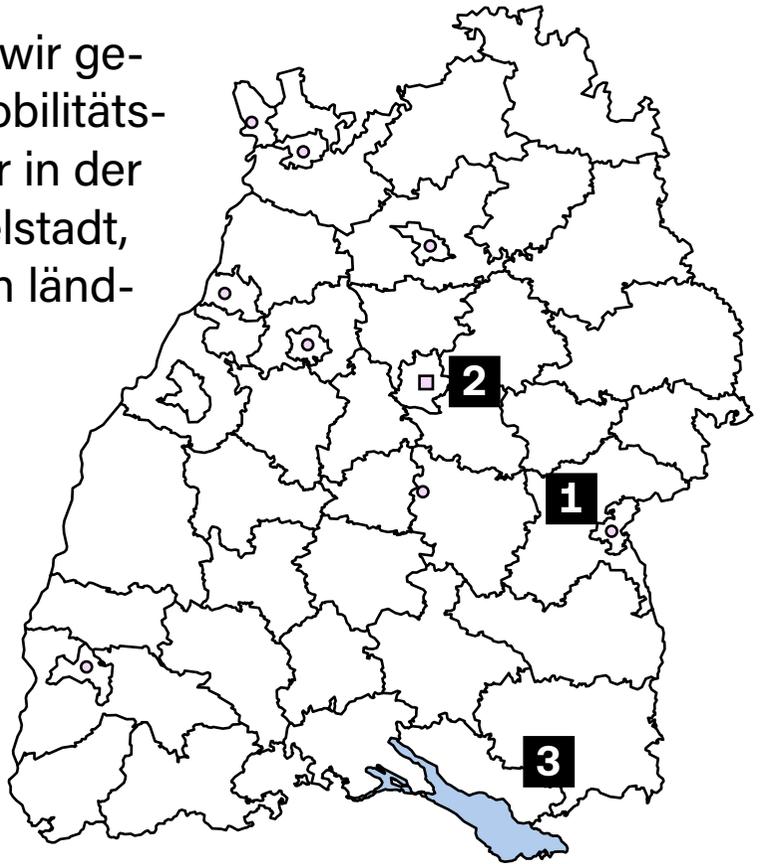
Es geht vielmehr um die Idee, dass wir unsere Städte und Gemeinden ganz neu erleben können, wenn wir nicht mehr nur mit dem Auto mobil sind. Es gibt zahlreiche Angebote, wie wir uns noch bewegen können: das erwähnte Carsharing, das (Elektro-)Fahrrad, den Elektroroller oder, wenn wir etwa zusammen mit anderen zum Einkaufen fahren, den Bus, das Ruftaxi, das normale Taxi und vieles mehr. Und es geht um das Thema Abgase, Lärm und Luftverschmutzung. Wenn du zu Fuß gehst, produzierst du keine Abgase. Fährst du mit dem Auto, atmen alle die Abgase ein: du, deine Mitfahrer:innen und andere Personen im Umfeld. Menschen, die selbst nicht am Autoverkehr teilnehmen, müssen trotzdem mit seinen Folgen leben. Ein berühmter Soziologe hat einmal ironisch geschrieben: „Smog ist demokratisch“.<sup>1</sup>

Es ist aber wichtig, dass die Menschen mobil sein können, ohne Abgase, Lärm und Schmutz in der Luft zu hinterlassen. Denn unter diesen Emissionen leidet nicht nur die Attraktivität unserer Städte. Mit jedem Liter Benzin, den wir auf dem Weg ins Kino verbrennen, heizen wir auch das Klima in unseren Gemeinden und auf der Welt an. Der Klimawandel hat viel mit Mobilität zu tun. Wir sehen und erleben seine Folgen im Sommer in den aufgeheizten Städten, bei Überschwemmungen, den immer stärkeren Regenfällen, aber auch in den immer trockeneren und manchmal sogar brennenden Wäldern. Klimawandel findet also nicht irgendwo, sondern hier bei uns statt. Und in den vergangenen dreißig Jahren haben Abgase, Lärm und Schmutz im Verkehr weiter zugenommen. Obwohl es großartige Erfindungen, Ideen und Technologien gibt, muss sich vieles ändern, damit Mobilität das Klima nicht weiter anheizt.



**Abbildung:** Für dauerhafte Nachhaltigkeitseffekte ist ein Dreiklang aus Antriebs-, Verkehrs- und Mobilitätswende notwendig.

Dafür gestalten wir gemeinsam die Mobilitätswende, nicht nur in der Groß- und Mittelstadt, sondern auch im ländlichen Raum.



In dem dreijährigen Forschungsprojekt MobiQ, das vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg finanziert wurde, haben wir, ein Team von Wissenschaftler:innen der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen, der Hochschule für Technik Stuttgart und dem Öko-Institut e. V., eng mit den Menschen vor Ort zusammengearbeitet. In drei Versuchsräumen, sogenannten Reallaboren, haben wir mit Bürger:innen über die Mobilität in ihrem Umfeld diskutiert und darauf aufbauend

nachhaltigere Lösungen für bestehende Probleme entwickelt. Die Mitfahrplattform in Waldburg, der Einkaufsbus in Geislingen und die Straßenintervention in Stuttgart-Rot haben einiges bewirkt. Sie haben Mobilität auch für Menschen ohne Auto bezahlbar und nutzbar gemacht, gezeigt, wie vielfältig man im Quartier unterwegs sein kann und welche Qualitäten im öffentlichen Raum für unterschiedliche Mobilitätsformen stecken.

**Dabei hat sich gezeigt, dass die drei Orte, unsere Reallaborquartiere, ganz unterschiedlich sind:**



**1** **Geislingen an der Steige** liegt im östlichen Teil der Region Stuttgart und hat etwa 28.000 Einwohner:innen. Viele Menschen pendeln zur Arbeit außerhalb der Stadt. Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt zieht auch pendelnde Studierende an. Daraus ergeben sich zahlreiche Verkehrsprobleme, insbesondere die B10, die durch Geislingen führt, wird ständig heiß diskutiert. Die Stadt ist in eine malerische Umgebung eingebettet und gut mit dem Zug zu erreichen – das macht sie auch zu einem beliebten Ausflugsziel. Die Stadt ist in zwei Teile geteilt, wobei die historische Altstadt im Südosten liegt.



Geislingen an der Steige, Foto: Julian Bansen

**2** **Stuttgart-Rot** ist ein Stadtteil im Bezirk Zuffenhausen mit etwa 10.000 Einwohner:innen. Rot entstand nach dem Zweiten Weltkrieg und hat eine ältere Bevölkerung (über 65 Jahre) und einen hohen Anteil von Menschen mit Migrationsgeschichte. Die meisten Gebäude sind Zeilenbauten mit dazwischenliegenden Grünflächen. Markante Hochhäuser wie die beiden Denkmäler „Romeo und Julia“ prägen den westlichen Eingang. Es gibt Geschäfte im Westen des Stadtteils und viele soziale Einrichtungen, aber einige Bewohner:innen müssen längere Wege in Kauf nehmen. Die Stadtbahnlinie U7 verbindet Rot gut mit dem Hauptbahnhof Stuttgart. Ehrenamtliche betreiben eine Fahrrad-Riksha, die überwiegend von älteren Menschen genutzt wird.



Stuttgart-Rot, Foto: Barbara Hefner

**3** **Waldburg** ist eine kleine Gemeinde mit etwa 3.000 Einwohner:innen, die von wichtigen Wirtschafts- und Wissenschaftszentren sowie touristischen Gebieten umgeben ist. Die Gemeinde besteht überwiegend aus Einfamilienhäusern und wächst weiter. Vereine sind für das soziale Leben sehr wichtig. Es gibt innovative Ideen wie generationsübergreifende Wohnformen und ein digitales Nachbarschafts-Netzwerk. Obwohl Nachhaltigkeit eine gewisse Rolle spielt, nutzen viele Menschen hauptsächlich das Auto. Viele empfinden die öffentlichen Verkehrsmittel als unzureichend. Fahrräder werden eher für Freizeitaktivitäten verwendet, und die Bereitschaft, Fahrzeuge zu teilen, ist begrenzt.



Waldburg, Foto: Lukas Minnich

Zusammen mit den Anwohner:innen haben wir im Reallabor MobiQ vieles ausprobiert: In Waldburg ist es schließlich gelungen, eine Mitfahrplattform zu organisieren. Damit kommt man gemeinsam zur Arbeit und nach Hause. In Geislingen haben wir einen Einkaufsbus ins Rollen gebracht. Jetzt kaufen an zwei Tagen pro Woche Menschen zusammen ein, trinken Kaffee und haben viel Freude daran, mit einem Kleinbus statt

mit dem Auto des Neffen zu fahren. Und „unsere“ Fahrer:innen lieben ihren „Job“. In Stuttgart-Rot veranlassten Bewohner:innen mehrmals, dass eine Straße zeitweise für den Autoverkehr gesperrt wurde. Dort feierten sie zusammen und testeten Ideen für eine lebendige und mobile Nachbarschaft. **In den nächsten Schritten zeigen wir dir, wie wir diese und andere Lösungen finden und umsetzen konnten.**

Alle Mobilitätsideen in diesem Handbuch waren nur möglich, weil viele Menschen, Vereine, soziale sowie religiöse Einrichtungen und die Gemeinden vor Ort zusammenarbeiteten. Das macht Mut und zeigt, dass die Mobilitätswende aus der Mitte der Gesellschaft nicht nur gelingen kann, sondern auch Spaß macht. Denn alles, was wir hier zeigen, kann jede:r!

Nachfolgend stellen wir Ideen, Strategien und Methoden vor, die du anwenden kannst, um auch in deiner Nachbarschaft die Mobilitätswende voranzubringen.

# In 10 Schritten Mobilitäts- gestalter:in werden

6 Experimente  
wagen

7 Bewerten +  
optimieren

8 Ergebnisse  
teilen

9 Erfolge  
feiern

10 Zukunft  
gestalten

15



# Nachbarschaft kennenlernen

Um Mobilitätsprojekte planen und umsetzen zu können, sollte man die Nachbarschaft zunächst gut kennenlernen. Nur so lassen sich Lösungen finden, die für die Situation vor Ort und die Bedürfnisse der Menschen in der Nachbarschaft passen. Du solltest verstehen, wie sich dein Quartier räumlich unterteilt, wo welche Einrichtungen liegen und wie Freiflächen, Gebäude und Straßen gestaltet sind. Welche Bedeutung haben diese Eigenschaften des Quartiers für Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt? Ziel ist es, die Vorzüge und Mängel des jeweiligen Ortes sichtbar zu machen. So werden Chancen und Risiken identifizierbar.<sup>2</sup>

## A Auf Spurensuche

Das Projekt MobiQ fand an drei sehr unterschiedlichen Orten in Baden-Württemberg statt: in einer Gemeinde im ländlichen Raum, einer Mittelstadt und einer Großstadt. Es war sehr wichtig, die Orte zu Beginn genauer unter die Lupe zu nehmen. Da die Ausgangssituationen unterschiedlich waren, entwickelten sich im Verlauf des Projekts verschiedene Mobilitätskonzepte.

Um die Standorte des Projekts MobiQ besser kennenzulernen, haben wir uns intensiv mit ihnen beschäftigt, mit vielen Menschen gesprochen, zugehört, nachgefragt und versucht zu verstehen, was die Menschen begeistert, was sie stört und warum sie sich mit welchen Verkehrsmitteln bewegen. Wir haben viele Kilometer zu Fuß zurückgelegt, waren mit dem Fahrrad in der Nachbarschaft unterwegs, haben mit Anwohner:innen Kaffee und Tee getrunken. Dabei hörten wir viele Geschichten und lernten spannende Menschen kennen. Mit manchen von ihnen arbeiten wir seitdem zusammen und gemeinsam haben wir einiges auf die Beine

gestellt. Kurzum: Heute kennen wir Wald- burg, Stuttgart-Rot und Geislingen ziemlich gut. Was wir in dieser Zeit herausfanden, haben wir zusammengetragen und festgehalten: mit Fotos, als kleine Geschichten und in Form von Interviews. Dabei entstanden richtige „Schatzkarten“, die eine ganze Menge über die Orte verraten, um die es hier geht.

Besonders wichtig war es, die beste- hende Verkehrssituation zu analysieren. Deshalb haben wir die unterschiedlichen Straßenarten, Rad- und Fußwege sowie An- gebote des öffentlichen Nahverkehrs unter- sucht. Wir erfassten außerdem viele weitere Merkmale der Reallabor-Standorte: die Be- schaffenheit des Geländes, Grünanlagen, Wälder, Seen, Flüsse oder Bäche und eben- so die Nutzung der Gebäude. Wichtig waren auch unsere subjektiven Eindrücke. Es war interessant, unterschiedliche Atmosphären,

Geräuschkulissen, Gerüche und Empfindun- gen bei den Erkundungstouren festzuhalten. Folgende Fragen beschäftigten uns dabei: Welche Personen sind unterwegs und wie bewegen sie sich fort? Welche Aktivitäten finden im öffentlichen Raum statt und wie lange? Wie viele Autos, Fahrräder und ande- re Fahrzeuge befinden sich wo und wie lan- ge? Welche Besonderheiten oder Konflikte gibt es? Welche Orte und Situationen stellen Barrieren für Menschen mit Einschränkun- gen dar?

Es ist auch wichtig zu wissen, welche Menschen in der Nachbarschaft leben und wie die wirtschaftlichen Gegebenheiten sind. In der Gemeindeverwaltung oder bei den Statistischen Landesämtern gibt es in der Regel Daten zur Familien- und Alters- struktur, zur Migration, zum Wanderungs- saldo (= Zuzüge und Wegzüge), zu Wohn- formen und Haushaltsgrößen.



**Da gibt es ja dann keine Gehwege mehr, da sind noch die Landstraßen und die laufen alle an den Landstraßen. Da fahren Autos vorbei und das ist gefährlich.“**

# Analysekategorien Nachbarschaft

Die folgenden Analysekategorien sollen dir helfen, die richtigen Fragen zu stellen und alle wichtigen Aspekte zu berücksichtigen.

## Geschichte des Ortes

### Bauliche Kriterien

- Wie sieht der Ort / die Nachbarschaft aus und welche Atmosphäre herrscht dort? (Was für Eindrücke gibt es, was fällt besonders auf?)
- Wie ist die Struktur der Gebäude? Sind sie ähnlich oder unterschiedlich? Wie dicht stehen sie?
- Was für Gebäude gibt es? (z. B. Mehrfamilienhäuser, Reihenhäuser, einzelne Häuser, große Geschäftsgebäude)
- Gibt es besondere Bauwerke in der Stadt? (z. B. Stadtmauern, Türme, Kirchen, Theater, Rathäuser, Märkte)
- Wofür werden die Gebäude genutzt? (z. B. Wohnungen, Schulen, Fabriken, Geschäfte, Supermärkte, Restaurants, Kulturzentren, Freizeitaktivitäten, Arztpraxen - besonders wichtig ist, was im Erdgeschoss oder auf Straßenebene passiert)
- Gibt es Pläne für neue Gebäude oder Entwicklungsprojekte?

## Freiräume

- Wie ist das Gelände beschaffen und gestaltet? (z. B. hügelig, flach, gut erschlossen)
- Welche Arten von Freiflächen gibt es? (z. B. private Gärten, öffentliche Plätze, Spielplätze, Streuobstwiesen)
- Wie werden die Flächen genutzt und von wem?
- Wie ist dort die Qualität des Aufenthalts?
- Welche Wege und Verbindungen gibt es? (z. B. Sichtachsen, Gehwege)
- Gibt es Hindernisse wie Zäune, Bahngleise oder breite Straßen?

## Mobilitätskriterien

- Wie gut sind verschiedene Ziele erreichbar? (z. B. die Fahrzeit von A nach B beträgt 15 Minuten mit dem Auto und 30 Minuten mit öffentlichen Verkehrsmitteln)
- Welche Verkehrsmittel stehen zur Verfügung? (z. B. öffentliche Verkehrsmittel, Fahrräder, Carsharing, E-Scooter)

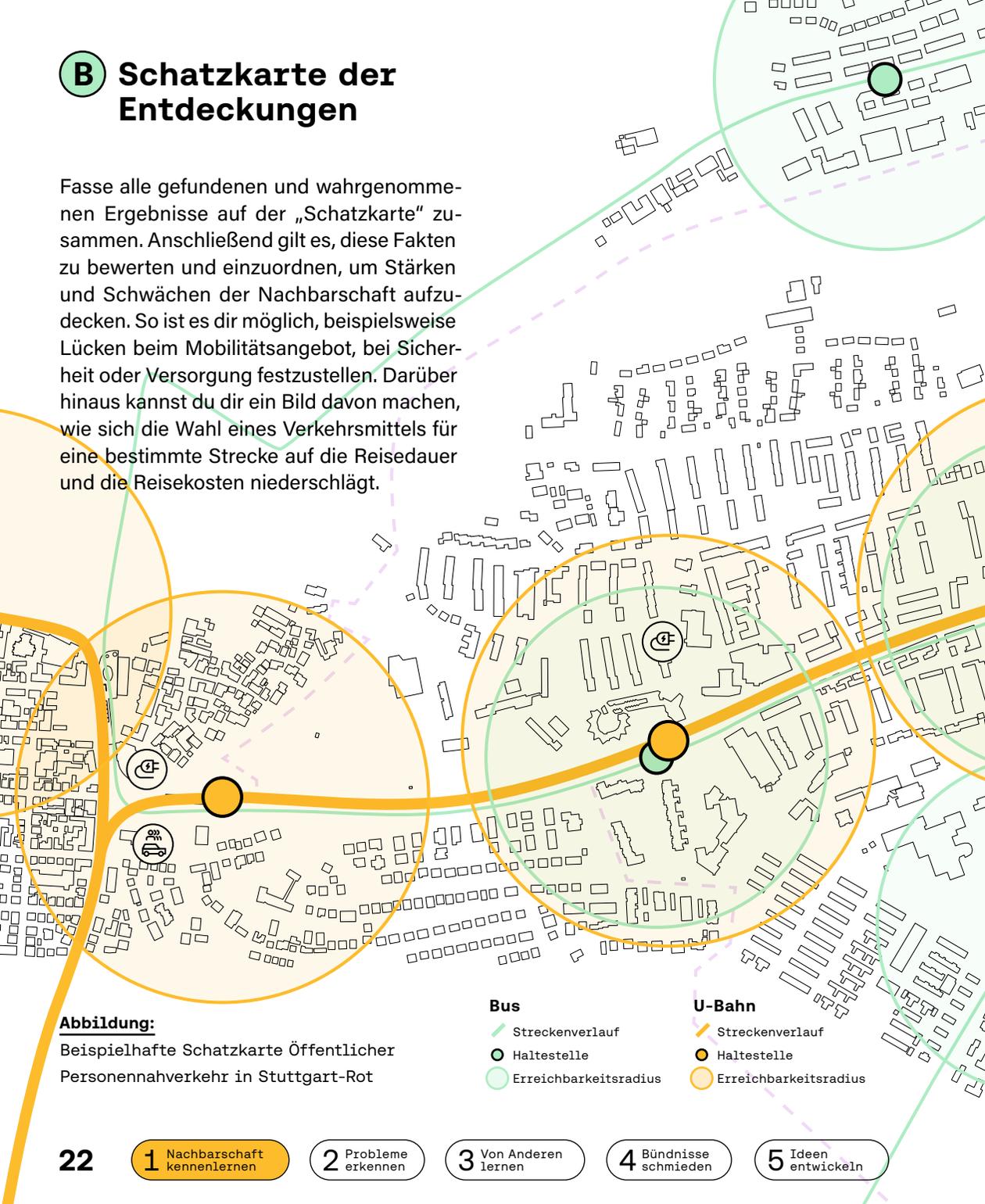
- Welche Arten von Straßen gibt es? (z. B. Hauptstraßen, Nebenstraßen, verkehrsberuhigte Bereiche, Fußgängerzonen, Fahrradwege)
- Wie stark ist das Verkehrsaufkommen?
- Wie ist der Raum auf den Straßen aufgeteilt? (z. B. wie viel Platz ist für Autos, Fahrräder und Fußgänger:innen vorgesehen?)
- Wie bewegen sich die Menschen fort?
- Wie viele Autos gibt es pro Haushalt?
- Wie viele Kraftfahrzeuge sind zugelassen und wie haben sich die Zulassungen entwickelt?
- Wie viele Menschen pendeln und hat sich das Pendelverhalten verändert?
- Wie viel Platz wird für das Parken benötigt? (z. B. Parkplätze, Parkhäuser, Straßentränder)
- Wie ist die Altersstruktur und wie hat sie sich verändert?
- Wie viele Menschen haben einen Migrationshintergrund und wie hat sich das verändert?
- Welche Familienstrukturen gibt es und wie haben sie sich entwickelt?
- In welchen Wohnformen leben die Menschen? (z. B. allein, mit Familie, in Wohngemeinschaften usw.)
- Wie hat sich die Miet- und Eigentumssituation verändert?
- Wie ist die Bildungsstruktur und wie hat sie sich entwickelt?
- Wie hoch sind die durchschnittlichen Einkommen und wie haben sie sich verändert?
- Wie ist die Arbeitslosenquote und wie hat sie sich entwickelt?

## **Bevölkerung und Wirtschaftslage**

- Wie hat sich die Bevölkerungszahl entwickelt und wie ist sie aktuell?
- Wie lange wohnen die Menschen schon dort?
- Wie hat sich die Anzahl der Zuzüge im Vergleich zu den Wegzügen entwickelt?
- Welche Arten von Unternehmen gibt es und wie sind sie im Raum verteilt?
- Wie hoch ist der Anteil an belegten und leerstehenden Wohn- und Gewerbeflächen?

## B Schatzkarte der Entdeckungen

Fasse alle gefundenen und wahrgenommenen Ergebnisse auf der „Schatzkarte“ zusammen. Anschließend gilt es, diese Fakten zu bewerten und einzuordnen, um Stärken und Schwächen der Nachbarschaft aufzudecken. So ist es dir möglich, beispielsweise Lücken beim Mobilitätsangebot, bei Sicherheit oder Versorgung festzustellen. Darüber hinaus kannst du dir ein Bild davon machen, wie sich die Wahl eines Verkehrsmittels für eine bestimmte Strecke auf die Reisedauer und die Reisekosten niederschlägt.



**Abbildung:**  
Beispielhafte Schatzkarte Öffentlicher Personennahverkehr in Stuttgart-Rot

- |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| <b>Bus</b>            | <b>U-Bahn</b>         |
| Streckenverlauf       | Streckenverlauf       |
| Haltestelle           | Haltestelle           |
| Erreichbarkeitsradius | Erreichbarkeitsradius |



### Wir geben dir hier einige Beispiele:

- Es gibt viele Schulen und soziale Einrichtungen. Bäckereien, Poststellen, Banken und Lebensmittelläden sind für die Bewohner:innen allerdings nicht zu Fuß erreichbar, weshalb sie auf das Auto angewiesen sind.
- Obwohl es ein gutes Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV) und eine Ausleihstation für Carsharing-Fahrzeuge gibt, ist in den vergangenen Jahren die Anzahl privater Pkws im Quartier gewachsen. Das kann daran liegen, dass das ÖPNV-Angebot durch Bus und Bahn zwar sehr vielseitig ist, einige Bereiche im Stadt- oder Ortsteil aber nicht gut angebunden sind. Manche Bewohner:innen müssen recht weit zur nächsten Haltestelle laufen und nehmen daher lieber das Auto.



- Besonders auffällig ist, wie viel Fläche parkende Autos entlang der Straßen einnehmen. Autofahrer:innen haben oft Schwierigkeiten, einen Parkplatz im Quartier zu finden. Viele möchten das Auto gerne in unmittelbarer Nähe zur Wohnung abstellen, weshalb sie es oftmals auf dem Gehweg, in Kreuzungen oder vor Einfahrten parken.
- Fahrradwege enden abrupt auf Hauptverkehrsstraßen oder gehen unmittelbar in Fußwege über. Die Gehwege entlang der Fahrbahnen sind oft nicht einladend gestaltet und zudem durch parkende Fahrzeuge verengt.



**Also diese Straße mit dem Fahrrad hochfahren, wo diese siebzig Zentimeter Fahrradweg eingezeichnet sind und dann donnert der Lkw mit Hänger an mir vorbei, das fahre ich einfach nicht. Ich habe es probiert, aber nein.“**

# C Kennenlernen leicht gemacht

Du kannst die Nachbarschaft genauer unter die Lupe nehmen, ohne komplizierte Computerprogramme oder „professionelle“ Materialien nutzen zu müssen. Zunächst reichen ein Stift, ein Handy oder eine Kamera und ein Plan (Lageplan, Stadtplan, Google-Luftbild) des jeweiligen Gebietes aus. Pläne kannst du entweder beim Rathaus anfragen oder im Internet herunterladen. Gute Quellen sind z. B. [openstreetmap.de](http://openstreetmap.de) oder [google.de/maps](http://google.de/maps). Ausführliche Daten zur Bevölkerung und Wirtschaft findest du auf den interaktiven Portalen der Statistischen Landesämter (für Baden-Württemberg: [statistik-bw.de](http://statistik-bw.de)). Um die Vielfalt der Nachbarschaft zu erfassen und Aspekte aus verschiedenen Perspektiven berücksichtigen zu können, bietet sich ein Mix aus unterschiedlichen Herangehensweisen an:

## Beobachten

Diese Methode ermöglicht einen guten Überblick über das Untersuchungsgebiet. Sie gibt Aufschluss darüber, wie der öffentliche Raum genutzt wird und wie intensiv die Nutzung ist. Gut ist es, die Beobachtungen zu unterschiedlichen Tages-, Wochen- und Jahreszeiten vorzunehmen. So ist es möglich, eventuelle Veränderungen von Nutzungsmustern zu erkennen. Aktivitäten, Stimmungen und das Geschehen vor Ort solltest du möglichst detailliert beschreiben.<sup>3</sup>

## Zählen

Eine weitverbreitete Methode, um mehr über einen Ort zu erfahren, ist das Zählen. Grundsätzlich ist alles zählbar, was Zahlen liefert (z. B. Personen, Autos oder Fahrräder). Dadurch kannst du zum Beispiel Vergleiche zwischen Vorher und Nachher, verschiedenen geografischen Gebieten oder über die Zeit hinweg herstellen.



## Kartieren

Beim Kartieren hältst du auf einem Plan fest, was in der Nachbarschaft aktuell geschieht und was du wahrnimmst. Dabei kannst du verschiedene Elemente wie Aktivitäten, Personen, Aufenthaltsorte und vieles mehr mit Symbolen darstellen. Die Symbole dienen dazu, die Art und Anzahl der Aktivitäten sowie den Ort, an dem sie stattfinden, zu kennzeichnen.<sup>4</sup>

## Erinnern

Die Methode der Mental Maps bietet einen faszinierenden Einblick in die Art und Weise, wie Menschen Räume erleben und nutzen. Hierfür zeichnest du eine Karte von den Orten und Wegen in deiner Nachbarschaft, die du in der Vergangenheit besucht hast. Dabei geht es nicht um eine perfekte Darstellung, sondern vielmehr darum, deine persönliche Wahrnehmung und Erinnerung an diese Orte einzufangen. Größenverhältnisse, Raumbeziehungen und Eindrücke sind dabei besonders interessant.<sup>5</sup>

## Testen

Um verschiedene Personengruppen und ihre unterschiedlichen Perspektiven in deinen Untersuchungen zu berücksichtigen, kannst du die bereits beschriebenen Methoden durch Testspaziergänge ergänzen. Wenn du die Nachbarschaft mit Bewohner:innen, Gewerbetreibenden, Politiker:in-

nen sowie Vertreter:innen von Verbänden und Vereinen gemeinsam erlebst, bringst du diese Erkenntnisse über deren Wahrnehmung, ihre spezifischen Bedürfnisse, Lebenssituationen und Anforderungen an die Mobilität eines Ortes.<sup>6</sup>

## Festhalten

Fotos und Videos spielen eine wichtige Rolle bei Studien über ein Quartier und das öffentliche Leben, das darin stattfindet. Du kannst Momentaufnahmen machen und dadurch Situationen und Atmosphären festhalten. Ein Tagebuch kann dir helfen, wichtige Informationen und Details über das Zusammenspiel von Menschen und ihrer Umgebung zu dokumentieren.

Wenn du auf diese Weise die Eigenschaften deines Quartiers erfasst und analysierst, dann ist es ganz normal und zulässig, dass du eigene Schwerpunkte setzt und subjektiv interpretierst. Trotzdem solltest du möglichst allgemeingültige Herausforderungen identifizieren und daraus den Handlungsbedarf für die Nachbarschaft ableiten.

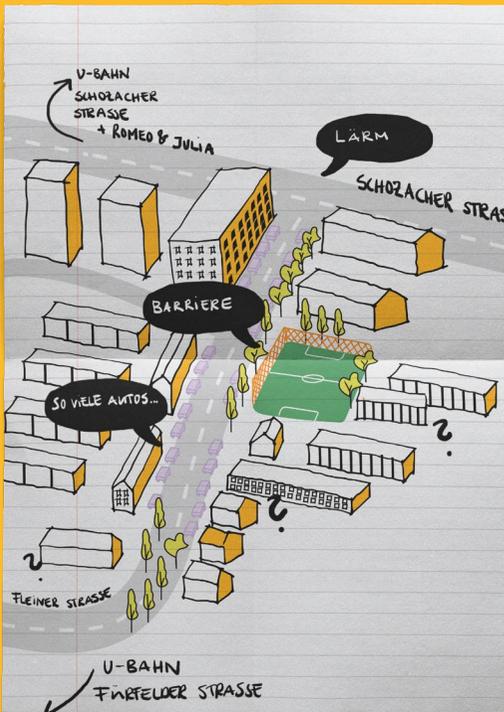
## **D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde**

Um die Nachbarschaft gut kennenzulernen, benötigst du aktuelle Karten- und Datengrundlagen. Hier kommt der Stadt oder Gemeinde eine Schlüsselrolle zu. Sie stellt Online-Karten oder gedruckte Pläne zur Verfügung. Ein interaktiver, digitaler Stadt- oder Gemeindeplan verschafft dir einen Überblick über den jeweiligen Ort.

Neben digitalen Karten sind auch gedruckte Pläne in verschiedenen Maßstäben und zu unterschiedlichen Themen eine große Hilfe. Das können beispielsweise Stadtpläne, Fahrradkarten und Freizeitkarten sein. Daten und Fakten zur demografischen, sozialen, ökonomischen und ökologischen Situation des Ortes ermöglichen kleinräumige Analysen, etwa wie sich die Bevölkerung nach Alter, Nationalität und Familienstand zusammensetzt. Auch die natürliche Bevölkerungs- und Wanderungsentwicklung ist interessant. Im Sinne der Chancengleichheit ist es wichtig, dass alle Bürger:innen die beschriebenen Materialien und Daten kostenlos zur Verfügung gestellt bekommen.



Die Stadtbahnlinie U7 verläuft parallel zur Haldenrainstraße zentral durch Stuttgart-Rot. Foto: Barbara Hefner



Die Mental Map der Fleiner Straße in Stuttgart-Rot hält die Eindrücke im Fest, die während eines Besuchs besonders im Gedächtnis geblieben sind.

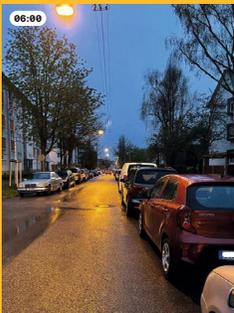
HFT\_Labor Experimenteller Stadtraum\_ Sommersemester\_2023 Studierende: Lara Joséphine Barnic; David Maihöfer; Steve Oberst Bearbeitung: Pauline Philipp

Die topografischen Besonderheiten von Geislingen sind durch seine Lage im Tal am Rand der Schwäbischen Alb geprägt. Foto: Julian Bansen



Mittels einer Fotodokumentation konnten Aktivitäten, Stimmungen und Ereignisse in der Fleiner Straße zu unterschiedlichen Tageszeiten erfasst und Veränderungen festgestellt werden.

HFT\_Labor Experimenteller Stadtraum\_  
Sommersemester\_2023 Studierende: Miriam Marx; Carlotta Stuible; Sophia Olivia Wolf



6 Experimente wagen

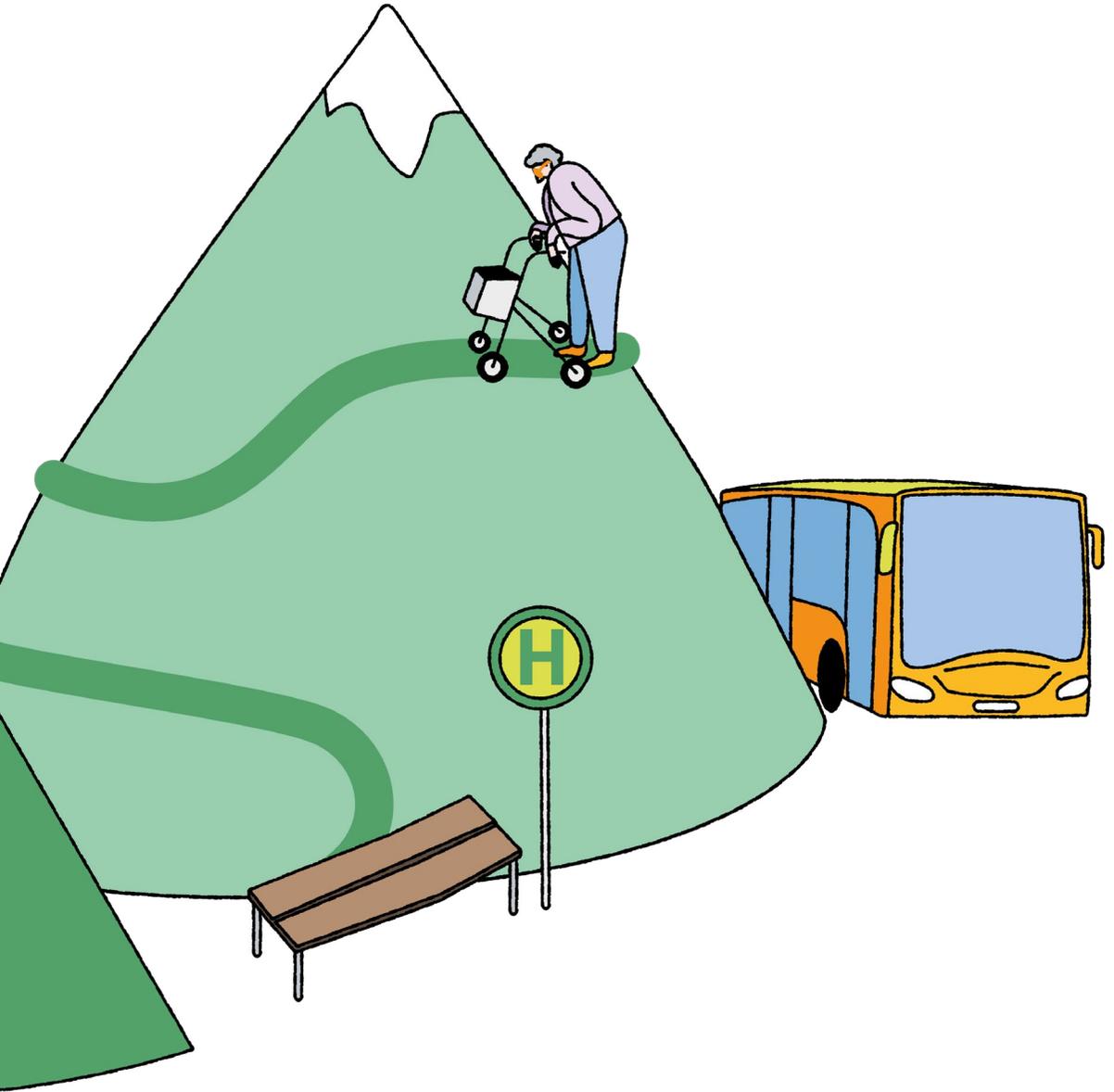
7 Bewerten + optimieren

8 Ergebnisse teilen

9 Erfolge feiern

10 Zukunft gestalten

29



# Probleme erkennen

Im **Schritt 1** haben wir eine „Schatzkarte“ erstellt und so die Nachbarschaft beschrieben. Damit konnten wir die räumlichen Vorzüge, aber auch die Mängel des jeweiligen Ortes sichtbar machen. In diesem Schritt siehst du, welche Schlüsse wir aus den Ergebnissen dieser Bestandsaufnahme gezogen haben und wie man so die Mobilitätsprobleme vor Ort erkennen kann. Wir zeigen auch, wie im Gespräch mit anderen klar werden kann, wo genau die Probleme liegen und wie man sie einfach und klar benennen kann. Denn wenn man etwas verändern will, braucht es Projekte, die dort ansetzen, wo im Quartier tatsächlich der Schuh drückt.

## A Wo der Schuh wirklich drückt

Unsere „Schatzkarten“ (siehe **Schritt 1**) waren enorm hilfreich. Sie bilden die Situation in den Quartieren so ab, wie wir sie zum Beginn des Projekts vorfanden. Ein paar Beispiele aus Stuttgart-Rot verdeutlichen das sehr gut:



**Wir alten Leute fühlen uns hier einfach abgehängt - wie auf dem Abstellgleis!“**

Bei unseren Besuchen vor Ort stellten wir fest, dass sehr viele Autos auf den Straßen abgestellt wurden, viele davon im Parkverbot. Das macht es oft gefährlich, sich dort zu Fuß fortzubewegen und der öffentliche Raum wird von den Menschen als „auto-dominiert“ wahrgenommen. Expert:innen sprechen in diesem Fall von einem „hohen Parkdruck“.<sup>7</sup> Genau das ist in Stuttgart-Rot der Fall. Als der neue Stadtteil in den 1950er- bis 1960er-Jahren entstanden ist, besaßen nur wenige Menschen ein Auto. Die Wohngebäude wurden daher meist nicht mit Parkraum ausgestattet, Parkplätze wurden hauptsächlich auf den Straßen zur Verfügung gestellt.

Ein Blick auf die Karte zeigt uns, dass Stuttgart-Rot über ein breites Angebot an Schulen und sozialen Einrichtungen verfügt. Nahversorgung, also Einrichtungen des täglichen Bedarfs wie Supermärkte, Bäckereien, Poststellen, Banken oder Apotheken, gibt es jedoch nur vereinzelt. Die Statistik belegt, dass in diesem Stadtteil viele ältere Menschen leben. Nicht nur für sie ist es aber wichtig, diese Einrichtungen sowie Bus- oder U-Bahn-Haltestellen fußläufig gut erreichen zu können.

Da Mobilität sehr vielschichtig ist, sind solche Aussagen über Ursache- und Wirkungsbeziehungen manchmal gar nicht so einfach. Um zu verstehen, „wo der Schuh drückt“, muss man vor allem gut zuhören können. Denn die wirklichen Expert:innen für die Mobilität vor Ort sind die Menschen, die im Quartier leben und die Situation aus eigener Erfahrung kennen. Wenn Wissenschaftler:innen und Menschen aus der Nachbarschaft in einem Projekt wie MobiQ zusammenarbeiten, müssen sie sich zuerst ein gemeinsames Verständnis erarbeiten. Wir haben deshalb viele Interviews mit Einwohner:innen geführt. So konnten wir einen guten Eindruck von der Wirklichkeit und vom Leben in der Nachbarschaft gewinnen. Mit den Informationen aus den Interviews konnten wir sogenannte „egozentrierte Netzwerkkarten“ ausfüllen. Darin trugen wir wichtige Orte und Personen ein. Dieses Verfahren nutzten wir, um zu verstehen, wie unsere drei Orte – Stuttgart-Rot, Geislingen und Waldburg – sozial funktionieren und was das soziale Leben vor Ort ausmacht, wie der Alltag der Menschen aussieht. Wir nennen

das die „sozialen Landkarten“.<sup>8</sup> In der Mitte steht immer die befragte Person. Meist in Kreisform angeordnet, trägt sie wichtige Menschen oder Orte in ihrem Leben ein. Die Entfernung zum Mittelpunkt drückt dabei aus, wie stark die Akteur:innen zueinander in einer Beziehung stehen. Zusätzlich wurden geografische Netzwerkkarten ausgefüllt. Sie zeigen, welche Orte wichtig für die Menschen sind. Bürger:innen haben darin beispielsweise eingetragen, wohin sie zur Arbeit müssen, wo die Eltern, der beste Freund, die Lebenspartnerin wohnt oder wohin sie jede Woche zum Sport gehen. Im Ergebnis konnten wir so genau verstehen, zu welchen Zwecken die Bewohner:innen unterwegs sind und was sie in ihrem Alltag leisten und erledigen müssen. Wissenschaftlich nennt man das die „individuellen Mobilitätskonstruktionen und -praktiken“ der Menschen.<sup>9</sup>



Indem wir verschiedene Analysemethoden und Datenquellen kombinieren, können wir einen Bezug herstellen und darauf eine begründete Vermutung stützen. Anders ausgedrückt, können wir die folgende Hypothese aufstellen: Eine Ursache dafür, dass der Autobesitz auch in Stuttgart-Rot zunimmt, kann sein, dass die Nahversorgung und der Zugang zu öffentlichen Verkehrsmitteln vielen Bewohner:innen nicht ausreichen. Daraus ergibt sich das Problem, dass Menschen, die nicht mit dem Auto mobil sein wollen oder können, durch sehr dicht und vor allem falsch geparkte Autos daran gehindert werden, sich frei im Quartier zu bewegen. Die von Fahrzeugen eingeschränkte Sicht auf Straßen, andere Fahrzeuge und Menschen stellt oft gerade für Kinder, Rollstuhlfahrer:innen oder ältere Menschen ein Hindernis und sogar ein Sicherheitsrisiko dar.

Aus diesen Hypothesen erstellten wir anschließend sogenannte „Personas“, eine Art Mobilitätstypen, bei denen die einzelnen Befragten nicht mehr erkennbar waren. Diese konkreten und präzisen „Personas“ halfen uns später in den Mobilitätsprojekten dabei, uns immer wieder ein gemeinsames Bild über die Problemlage zu verschaffen.

## Begriffsklärung Persona

Eine Persona ist eine fiktive, aber dennoch realistische Darstellung eines typischen Nutzers oder einer typischen Nutzerin eines Produkts oder einer Dienstleistung. Personas werden in der Marketing-, Design- und Produktentwicklung verwendet, um das Verständnis für die Zielgruppe zu vertiefen und die Entwicklung von Produkten oder Dienstleistungen benutzerzentriert zu gestalten.

### Jutta Kleinwächter



**Ich würde gerne, kann aber nicht mehr wie früher.**

#### **Alter, Tätigkeit, Lebenssituation**

77 Jahre alt, Rentnerin, ledig

#### **Probleme, Ängste, Bedenken, ...**

für den Wocheneinkauf brauche ich Hilfe, der Weg dorthin ist voller Hürden und Stolpersteine [...]

#### **Persönlichkeit und Hobbys**

Wann immer möglich unternehme ich kleine Spaziergänge in der Nachbarschaft [...]

#### **Bedürfnisse und Ziele**

- Versorgung mit Alltäglichem  
- Selbstständigkeit  
- Spontanität [...]

#### **Technische Versiertheit**



#### **Mobilitätsprofil**

Frau Kleinwächter kann noch selbstständig gehen, ist aber lieber mit dem Rollator unterwegs [...]

**Abbildung:** Beispielhafte Persona

## B Wir alle sind Mobilitäts-expert:innen

Durch die beschriebenen Schritte (Schatzkarten erstellen, Beobachtungen sammeln, Probleme identifizieren, Personas bilden) konnten wir uns ein umfangreiches Wissen über die Orte erarbeiten. Zusammen mit den Bürger:innen haben wir Kompetenzen erworben, mit denen wir die Projekte stärken und unterstützen konnten. Natürlich hat nicht alles so funktioniert, wie wir es uns vorgestellt haben. Mit einigen Enttäuschungen und Rückschlägen mussten wir leben. Aber es ging immer voran, und in einem guten Team ist manches auch viel leichter zu meistern als allein.

### Daher fassen wir hier kurz unsere wesentlichen Lernschritte zusammen:

- Um Zusammenhänge zu erkennen und daraus Probleme abzuleiten, reicht eine reine Beschreibung der Gegebenheiten vor Ort nicht aus.
- Erst wenn die Beobachtungen mit dem Wissen der Menschen verknüpft sind, können Problemhypothesen gebildet werden. Die Menschen vor Ort sind die Expert:innen ihrer eigenen Mobilität.

- Die sozialen und geografischen Netzwerkkarten kann man gut verstehen und für die Projektarbeit nutzen, wenn sie mit den Informationen aus den Interviews verknüpft sind. Das hat uns geholfen, ein präzises Bild der Situation vor Ort zu bekommen. Wir konnten in Diskussionen die Projekte mit unserem Wissen gut unterstützen.
- Daten müssen aufbereitet werden. Personas sind dabei ein wichtiger Arbeitsschritt. Sie helfen, Problemszenarien zu erarbeiten und eine Idee oder gar Vision zu entwickeln, wie es vor Ort aussehen könnte, wenn das Projekt funktioniert.

Personas und Problemszenarien sollten in Werkstätten (Workshops) diskutiert, erweitert und konkretisiert werden (Näheres dazu in **Schritt 5**).

## C Herausforderungen erkennen

Auch du selbst bist Experte oder Expertin für deine eigene Mobilität. Daher ist es vor allem wichtig, dass du deine eigenen Routinen und dein Mobilitätsverhalten genau betrachtest. Anhand einer Analyse, wie wir sie in **Schritt 1** beschrieben haben, kannst du das Problem, das du lösen willst, schon sehr genau beschreiben. Wichtig ist zudem, dass du dich auch mit anderen abstimmt und mit den Menschen, mit denen du zusammenarbeitest, eine gemeinsame Problemdefinition erarbeitest. Denn je genauer das Problem gefasst ist, desto leichter ist es möglich, Lösungen zu finden, die andere mittragen.

Wie bewegst du dich durch deine Nachbarschaft, die du nun kartiert hast? Gehe am besten so vor:

### Das (digitale) Mobilitäts-Tagebuch

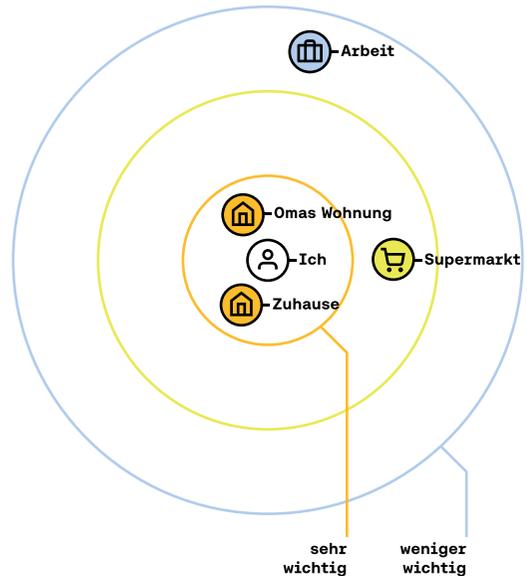
Nimm ein einfaches Notizbuch und notiere über einen bestimmten Zeitraum (idealerweise zwei Wochen und auch an den Wochenenden), wohin du gehst, wie du dorthin gelangst und warum. Mach dabei Aufzeichnungen über die genutzten Verkehrsmittel (zu Fuß, mit dem Rollator, per Fahrrad, Bus, Auto und auch als Mitfahrer:in bei Freund:innen und Verwandten etc.), die zurückgelegten Entfernungen (bis 3 km, bis 5 km, 6–10 km, mehr als 10 km und weitere Entfernungen/Reisen) und die Dauer der Strecken. Notiere, was gut funktioniert hat. Schreibe die Gefühle auf, die du unterwegs hattest. Trage während deiner „Unterwegszeit“ die Uhrzeiten, Kilometer und das Verkehrsmittel ein. Versuche am Abend oder in einer ruhigen Minute die restlichen Felder auszufüllen, um unterwegs nicht zu viele Unterbrechungen wegen des Tagebuchs zu haben. So kannst du dein eigenes Mobilitätsverhalten und wiederkehrende Muster erkennen. Bitte zwei oder drei Mitstreiter:innen im Projekt, das Gleiche zu tun. Wenn ihr es schafft, dieses Tagebuch über zwei Wochen zu führen, habt ihr einen großen „Schatz“ und einen Datensatz für die weitere Arbeit gewonnen.

## Soziale und geografische Netzwerkkarten

Schneller als mit dem Mobilitäts-Tagebuch kommst du mit der von uns verwendeten Methode der sozialen und geografischen Netzwerkkarten voran. Nimm dir pro Karte ungefähr eine halbe Stunde Zeit und befrage zunächst dich selbst und Menschen in deinem Umfeld.

Beginne mit der sozialen Netzwerkkarte. Stelle dir selbst die Frage: „Wer sind für mich die wichtigen Menschen in meinem Leben?“ Trage sie in die Kreise 1 (besonders wichtig) bis 3 (wichtig) ein. Notiere dazu, wie oft du diese Menschen triffst, wie weit weg sie leben und wie ihr Kontakt haltet (persönlich, per Telefon, per Post, per Video etc.). Du kannst diese Personen auf deiner Netzwerkkarte sortieren und so zum Beispiel Freund:innen aus deinem Fußballverein in einem Bereich zusammenfassen und deine Kolleg:innen aus der gleichen Firma an einer anderen Stelle.

Dann kümmerst du dich um die geografischen Netzwerkkarten. Hier geht es um die Frage: „Was sind die wichtigen Orte in meinem Leben?“ Hier trägst du (bzw. die



**Abbildung:** Das Erstellen einer geografischen Netzwerkkarte gibt Aufschluss darüber, welche Orte dir oder der befragten Person besonders wichtig sind.

Person, die du befragst) ebenso strukturiert wie bei der sozialen Netzwerkkarte die Orte ein. Also nicht nach der Entfernung, sondern der Wichtigkeit. Das musst du nicht ausschließlich auf das Quartier beschränken, auch hier kannst du Gruppen von Orten bilden. So kannst du zum Beispiel Orte zusammenfassen, die du für gewöhnlich mit einem bestimmten Verkehrsmittel besuchst. Nutze dabei die vorher notierten Gedanken über deine sozialen Kontakte als Hilfe. Oft sind wichtige Personen auch mit wichtigen Orten verknüpft. Auch hier sollte das Notizbuch immer parat liegen, damit keine Informationen verloren gehen.



Denke nun darüber nach, wie du zu diesen Orten gelangst und zeichne diese Wege auch in die Schatzkarte ein. Was kommt dir dabei in den Sinn, wenn du an diese Wege denkst? Stelle dir Fragen wie: Wo sind die Stellen im Quartier, an denen immer wieder Probleme auftauchen? Welche Teilstrecken fährst du dabei nicht gerne? Wo nimmst du einen Umweg in Kauf und warum? Konzentriere dich im ersten Schritt dabei stets auf den Teil des Weges, der im Quartier liegt. Am Ende wirst du eine Karte mit möglichen „Problemen“ haben, die du angehen könntest.



## Andere einbinden

In deiner sozialen Netzwerkkarte stehen Namen von Menschen, die dir wichtig sind oder die eine entscheidende Rolle in deinem Leben spielen. Sprich zuerst mit diesen Menschen über deine Beobachtungen. Vielleicht fallen dir auch Menschen ein, von denen du weißt, dass sie ähnliche Herausforderungen in ihrer Mobilität haben. Teile die Ergebnisse aus deiner Analyse mit ihnen und besprich die Erkenntnisse, die aus dem Nachdenken über deine Mobilität entstanden.

Sprich zuerst mit Menschen aus deiner näheren Umgebung, die ebenfalls hauptsächlich im Quartier unterwegs sind. Ermutere sie, dieselben Methoden zu verwenden, um auch ihre Erfahrungen zu strukturieren. Lade sie beispielsweise ein, die Netzwerkkarten gemeinsam auszufüllen. Sammelt eure Erkenntnisse und macht euch zusammen auf die Suche nach den Problemen, die man auch lösen könnte. Wenn man sich mit der eigenen Mobilität und der im Quartier beschäftigt, kommt man schnell auf Möglichkeiten, sie zu verbessern und nachhaltiger zu gestalten. Man erkennt, dass gemeinsames Engagement für Veränderungen möglich ist und auf welche Weise dies geschehen kann.

**Abbildung:** Ausschnitt beispielhafte Problemkarte Stuttgart-Rot

## Eine gemeinsame Problemdefinition ist wichtig

Je genauer ihr das Problem beschreibt und definiert, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es sich lösen lässt. Für ein Thema, das viele in der Nachbarschaft umtreibt, das ihnen das Leben schwer macht oder für das es bessere und nachhaltigere Lösungen gibt, kann man auch viele Verbündete finden. Eine Problemdefinition, die von vielen Menschen geteilt wird, ist ein Erfolgskriterium. Darin steckt die Energie für Veränderung, und so kann man leichter Bündnispartner:innen finden.

Aber wie kann eine gemeinsame Problemdefinition entwickelt werden? Darüber entscheiden folgende vier Aspekte:

- **Gemeinsame Wahrnehmung:** Die Beteiligten sind sich einig, dass das Problem existiert und relevant ist.
- **Das Problem betrifft viele:** Es ist wichtig, dass man nicht sein persönliches Steckenpferd zum Thema macht, sondern ein Thema, das viele angeht.
- **Es gibt ein gemeinsames Interesse an einer Lösung:** Viele wollen das gleiche Problem angehen und gemeinsam daran arbeiten, es zu lösen.
- **Notwendigkeit der Zusammenarbeit:** Das Problem kann niemand im Alleingang aus der Welt schaffen. Es erfordert die Zusammenarbeit und Koordination der Betroffenen.



**Man bekommt natürlich immer wieder Druck, Ja, wann machst du endlich deinen Führerschein? Weil das noch häufig als Norm gesehen wird.“**



Wenn ihr euch so auf ein gemeinsames Problem geeinigt habt, muss es noch prägnant zusammengefasst werden. Dabei geht man am besten so vor:

- 1 Konzentriert euch auf das Wesentliche:** Identifiziert die Schlüsselaspekte des Problems und konzentriert euch auf die Hauptursachen und Auswirkungen. Eine Problemdefinition sollte präzise und fokussiert sein.
- 2 Verwendet eine klare Sprache:** Formuliert das Problem klar und in einfachen Worten. Findet gegebenenfalls jemanden, der gut mit Sprache umgehen kann. Vermeidet Fachbegriffe oder komplexe Ausdrücke.
- 3 Definiert den Umfang:** Begrenzt den Umfang des Problems. Eine Problemdefinition darf nicht zu breit gefasst sein. Dies hilft dabei, sich auf konkrete Lösungen zu konzentrieren..
- 4 Zeigt die Wichtigkeit auf:** Erklärt, warum das Problem wichtig ist und welche Auswirkungen es hat. Zeigt auf, warum eine Lösung notwendig ist.
- 5 Definiert die Gruppe der Betroffenen:** Beschreibt, wer von dem Problem betroffen ist, und integriert diese Beschreibung in die Problemdefinition.

Wenn ihr eine gemeinsame Problemdefinition erarbeitet und ein gemeinsames Verständnis erreicht habt, seid ihr bereit, euch umzuschauen, wie diese Probleme an anderen Orten gelöst wurden. Auf dieser Basis könnt ihr eigene Lösungsstrategien erarbeiten.

## D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde

An erster Stelle muss das Verständnis stehen, dass die Menschen vor Ort, in Sachen Mobilität auch am besten wissen, wo ihre Herausforderungen liegen. Der hier vorgestellte Ansatz ist etwas anderes als die formale Bürger:innenbeteiligung, z. B. im Rahmen eines Bebauungsplanverfahrens. Das hier präsentierte Vorgehen zielt darauf, die soziale Erfindungskraft der Menschen in den Quartieren freizusetzen, um nachhaltige Mobilitätslösungen zu finden, die das Leben vor Ort verbessern. Nachhaltige Mobilität kann aus der Mitte der Gesellschaft heraus entstehen und das gemeinsame Gestalten der Nachbarschaft Freude bereiten. Man kann auch sagen, dass so soziales Lernen und Machen möglich sind und sich positive Zukunftsvisionen entwickeln lassen.<sup>10</sup>

Oft findet diese Phase der Mobilitätsgestaltung informell statt, doch sollte die Stadt oder Gemeinde sie unterstützen. Denn es ist keineswegs selbstverständlich, dass Bürger:innen sich derartig engagieren und ihren Erfindungsreichtum und Erfahrungsschatz für das Wohl der Gemeinde einsetzen. Eine Kommune kann Bürger:innen unterstützen, indem sie ihre Probleme aufgreift und Lösungsideen entwickelt. Ein lebendiger Dialog zwischen Bürger:innen, Verwaltung und Politik kann letztlich allen dabei helfen, die Lebensqualität und die Zufriedenheit vor Ort zu verbessern.



**Das Auto, die heilige Kuh der Deutschen, das ist ein schwieriges Thema!“**



Hoher Parkdruck und daraus resultierender Suchverkehr machen sich auch in der Innenstadt von Geislingen bemerkbar. Foto: Julian Bansen

In Geislingen gibt es zwar Fahrradwege, diese enden jedoch immer wieder plötzlich oder gehen direkt in Hauptverkehrsstraßen über. Foto: Julian Bansen





Im ländlichen Raum sind weite Wege keine Seltenheit, wie hier in Waldburg. Foto: Lukas Minnich

Zugeparkte Straßen in Stuttgart-Rot verdeutlichen den hohen Flächenverbrauch von Pkws und stellen zudem ein enormes Sicherheitsrisiko dar. Foto: Barbara Hefner





# Von Anderen lernen

3

In den vorherigen Schritten haben wir dargestellt, wie sich die Nachbarschaft kennenlernen lässt und wie Probleme erkennbar werden. Hier zeigen wir, dass es sich lohnt, von anderen zu lernen. Denn so kann die Qualität neuer Ideen für die Lösung örtlicher Mobilitätsprobleme verbessert werden.

## A Nach Inspiration suchen

Mit dem Projekt MobiQ sollten in drei Nachbarschaften gemeinschaftlich neue Mobilitätslösungen umgesetzt werden. Um eine bessere Vorstellung davon zu bekommen, was das für Projekte sein könnten, untersuchte das Projektteam folgende bereits umgesetzte, gemeinschaftlich organisierte Mobilitätslösungen:<sup>11</sup>

- **aspersn.mobil LAB**  
Entwicklung gemeinschaftlicher Mobilitätsangebote im Rahmen des Stadtentwicklungsprojektes Seestadt Aspern in Wien
- **Carsharing-Gruppe Herent**  
Private Carsharing-Gruppe in der belgischen Kleinstadt Herent
- **Carsharing-Verein Renningen**  
Carsharing-Verein nahe Stuttgart
- **E-Bürgerauto Oberreichebach**  
Fahrdienst und Carsharing im Nordschwarzwald
- **LastenVelo Freiburg**  
Kostenfreies Lastenradsharing und Radwerkstatt in Freiburg

- **Pampa**  
Mitfahr-App für den ländlichen Raum aus dem Landkreis Märkisch Oderland
- **StadtTeilAuto Potsdam-West**  
Private Carsharing-Gruppe
- **Wohnprojekt Dock 71**  
Genossenschaftliches Mobilitätskonzept in der Hafencity Hamburg
- **Wohnprojekt Pomali**  
Fahrdienst und Carsharing in Wölbling, Österreich
- **Wohnprojekt Stellwerk 60**  
Mobilitätsstation in der ersten autofreien Siedlung Kölns
- **Wohnprojekt Uferwerk**  
Carsharing-System und Lastenradsharing nahe Berlin und Potsdam

Nicht zu allen Mobilitätslösungen gab es veröffentlichte Informationen. Daher führten wir Interviews mit den Projektverantwortlichen und konnten so mehr über die Hintergründe der Mobilitätsangebote erfahren. Diese Fragen waren für uns interessant:

- ① Welches Mobilitätsangebot wurde geschaffen? Wodurch entsteht ein Mehrwert?
- ② Wer sind die Nutzer:innen? Warum und wie wird das Angebot genutzt?
- ③ In welcher Umgebung entstand das Angebot? Welche Voraussetzungen gab es?
- ④ Wer sind die Schlüsselpersonen für den Entwicklungsprozess und den Betrieb des Mobilitätsangebots?
- ⑤ Wie wurde das Angebot entwickelt? Wie finanziert es sich? Wie wird es tragfähig?
- ⑥ Welche Schlüsselressourcen (z. B. Fahrzeuge, Buchungssysteme aber auch Netzwerke oder Partnerschaften) sind Teil des Angebots?



Mehr Infos zu diesen Projekten findet ihr hier:  
[reallabor-mobiq.de/gute-beispiele](https://reallabor-mobiq.de/gute-beispiele)

## B Blick hinter die Kulissen

Einige wichtige Dinge haben wir gelernt, indem wir bestehende Mobilitätsangebote analysierten. Wer in der Nachbarschaft neue Mobilitätsangebote entwickelt, sollte diese Punkte im Hinterkopf behalten, denn so können die eigenen Ideen verbessert und passgenau entwickelt werden.



**Unser Carsharing-System bringt einen Mehrwert in unsere Nachbarschaft: Menschen können sich die Kosten für ein eigenes Auto teilen und sich gleichzeitig kennenlernen.“**

### Tipps:

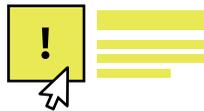
- Ein gemeinsames Leitbild, eine Vision, motiviert dazu, sich einzubringen und gemeinsame Regeln zu entwickeln.
- Für die Entwicklung gemeinschaftlicher Mobilitätsangebote ist ein Treffpunkt hilfreich. Dort können alle, die mitarbeiten, zusammenkommen und sich austauschen.
- Bisher entstanden viele gemeinschaftlich entwickelte Mobilitätsangebote in „geschlossenen Gruppen“, etwa einem Wohnprojekt. Das kann praktisch sein, weil sich die Menschen vertrauen und unkompliziert miteinander reden können. Eine „offene Gruppe“ hat dafür das Potenzial, mehr Menschen zu erreichen und das Angebot langfristig weiterzuentwickeln.

- Um gemeinschaftliche Mobilitätsangebote zu entwickeln, ist es hilfreich, wenn fachliche Expertise hinzugezogen wird, etwa Expertise zu Kommunikationsstrategien, Projektorganisation und Fördermitteln oder die Einbindung in Fördervorhaben.
- Beim Aufbau von gemeinschaftlichen Mobilitätsangeboten ist es wichtig, sowohl in Materielles wie Fahrzeuge und Organisationstools (z. B. eine Buchungsplattform) zu investieren, als auch Immaterielles wie gegenseitiges Vertrauen und ehrenamtliches Engagement zu fördern.
- Digitale Lösungen, etwa eine digitale Buchungsplattform, erleichtern es, Mobilitätsangebote zu organisieren. Gleichzeitig steckt darin das Risiko, Interessierte von der Nutzung auszuschließen, wenn sie nicht mit einem Computer oder Smartphone umgehen können.
- Gemeinschaftlich entwickelte Mobilitätsangebote sind eher erfolgreich, wenn sie von der lokalen Politik und Behörden unterstützt werden. Finanzielle Förderung ist hilfreich und oft notwendig.
- Es kann sinnvoll sein, einen Verein zu gründen. Vereine haben es oft leichter, günstige Versicherungskonditionen und Förderungen in Anspruch zu nehmen. Allerdings müssen sie umsatzsteuerliche Regelungen beachten (Zweck- und wirtschaftlicher Betrieb).
- Mobilitätsangebote sollten so gestaltet werden, dass sie die Bedürfnisse der Nutzer:innen optimal erfüllen. Um langfristig erfolgreich zu sein, sind die Mobilitätsangebote regelmäßig anzupassen und zu überarbeiten.
- Für Mobilitätsangebote, die sich nicht an „geschlossene Gruppen“ richten, ist Werbung besonders wichtig.

Wir haben als Projektteam gelernt, dass Mobilitätsangebote besser angenommen werden, wenn die Menschen vor Ort darin einen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Vorteil erkennen.

## C Gute Beispiele finden

Du hast deine Nachbarschaft erkundet und ein Mobilitätsproblem erkannt? Dann geht es nun darum, sich gute Lösungsideen anzuschauen. Dafür bieten sich die folgenden drei Arbeitsschritte an.



### Online-Recherche

Nutze eine Suchmaschine, um nach Mobilitätslösungen zu suchen. Sofern du klassische Suchmaschinen wie Google, Bing oder Ecosia nutzen möchtest, wähle einen oder mehrere Begriffe, die dein Problem beschreiben, z. B. „Nachts kein Bus“. Suche danach und ergänze wahlweise weitere Begriffe, die dir hilfreich erscheinen, z. B. „Dorf“, „Stadttrand“, „Idee“ oder „Lösungsansätze“. Sofern du Angebote nutzen möchtest, die mit KI arbeiten (etwa Microsoft Copilot, Perplexity oder ChatGPT), gib deine Frage ein. So könntest du etwa fragen: „In meinem Ort kommt nachts kein Bus. Zeige mir Pro-

jekte aus Deutschland, in denen Nachbarn ein ähnliches Problem gemeinsam gelöst haben.“ Beachte bei deiner Suche, dass die Nutzung von KI Risiken hat und nicht alle Ergebnisse der Wahrheit entsprechen müssen. Verwende Datenbanken, um dich über Lösungsansätze zu informieren. Suche dazu etwa nach „Datenbank Mobilitätslösungen“. So lassen sich hilfreiche Angebote finden, wie etwa die Plattform „Mobilikon“ ([mobilikon.de](http://mobilikon.de)) oder die Plattform „Intelligent Mobil“ ([intelligentmobil.de/mobilitaetsloesungen](http://intelligentmobil.de/mobilitaetsloesungen)). Suche auch in sozialen Medien nach gemeinschaftlichen Mobilitätslösungen.

”

**Dass man durch Straßen gehen kann, wo kein Auto steht, also solche erfahrbaren, erfühlbaren Vorteile wollte man gerne als Gegenleistung für den Verzicht aufs Auto haben, so fing das an.“**

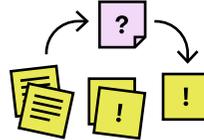


### Recherche im echten Leben

Erzähle Nachbar:innen, Freund:innen und Bekannten von deinem Mobilitätsproblem. Erkundige dich, inwiefern diese Menschen aus anderen Orten gute Ideen zur Lösung des Problems kennen. Tritt in Kontakt mit lokalen und regionalen Vereinen, Initiativen, Politiker:innen und Verwaltungsmitarbeitenden. Bringe in Erfahrung, welche Lösungsideen diese Menschen kennen. Besuche bereits umgesetzte lokale Projekte und Informationsveranstaltungen. So lernst du von den Ideen anderer und knüpfst erste Kontakte.



## Fundstücke untersuchen und einordnen



Versuche, für jede der von dir gefundenen Mobilitätslösungen die folgenden Fragen zu beantworten. Erstelle dazu beispielsweise eine einfache Tabelle oder nutze Karteikarten oder Klebezettel.

- ① Welches Mobilitätsangebot wurde geschaffen? Wodurch entsteht ein Mehrwert?
- ② Wer sind die Nutzer:innen? Warum und wie wird das Angebot genutzt?
- ③ Welche Umgebung hat das Angebot? Welche Voraussetzungen gab es?
- ④ Wer sind die Schlüsselpersonen für den Entwicklungsprozess und den Betrieb des Mobilitätsangebots?
- ⑤ Wie wurde das Angebot entwickelt? Wie finanziert sich das Angebot? Wie wird es tragfähig?
- ⑥ Welche Schlüsselressourcen (z. B. Fahrzeuge oder Buchungssysteme aber auch Netzwerke oder Partnerschaften) sind Teil des Angebots?

Versuche zu verstehen, wie die Rahmenbedingungen (Punkt 3. in der obigen Liste) beeinflusst haben, wie die jeweilige Mobilitätslösung gestaltet wurde und ob sie erfolgreich war. Vergleiche dies mit den Rahmenbedingungen in deiner Nachbarschaft (**Schritt ①** und **②**). Dies wird dir im weiteren Prozess helfen, die Erfolgsaussichten eurer Ideen besser einzuschätzen und eure Mobilitätsangebote passgenau zu gestalten.

## **D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde**

Es gibt viele Netzwerke für Kommunen und kommunale Akteur:innen, in welchen gute Beispiele für aktive Beteiligung von Bürger:innen, bürgerschaftliches Engagement, aber auch nachhaltige Mobilität ausgetauscht werden. Das Kompetenznetzwerk für nachhaltige Mobilität (nakomo) ist eine wichtige Anlaufstelle zum Austausch. Es gibt auch landesspezifische Angebote wie die Allianz für Beteiligung in Baden-Württemberg. Hier können sich Kommunen über Förderangebote informieren und sich mit Akteur:innen aus der engagierten Zivilgesellschaft und anderen Kommunen austauschen.

Darüber hinaus sind Städte und Gemeinden ohnehin über den Kreistag, den Deutschen Städtetag, den Deutschen Städte- und Gemeindebund sowie ähnliche Institutionen vernetzt. Aktive Bürger:innen, die am Anfang oft nur eine vage Idee haben, sind jedoch meistens noch nicht gut vernetzt. Daher gilt es, den Engagierten über die eigenen Netzwerke weiterzuhelfen. Städte und Gemeinden können Kontakte vermitteln, Treffen vereinbaren oder auch nur Informationen weiterleiten. Denn diese Kontakte und Ideen sind ein wertvoller Wissensschatz. Auf der Suche nach Lösungen für Mobilitätsprobleme ist es deshalb wertvoll, wenn kommunale Akteur:innen ihr Wissen aufbereiten und sich mit anderen Kommunen und Institutionen austauschen.



Neben dem kostenlosen Verleih von Lastenrädern und Fahrradanhängern betreibt LastenVelo Freiburg e. V. auch eine Selbsthilfwerkstatt, in der kostenlos Fahrräder repariert werden können. Foto: LastenVelo Freiburg e. V.

Das aspern.mobil LAB ist ein Forschungs- und Entwicklungsvorhaben, genauer gesagt eines von fünf urbanen Mobilitätslaboren Österreichs. Foto: aspern.mobil LAB



© aspern.mobil LAB



Ca. 100 Kölner:innen, die selbst kein Auto besaßen und die Vorteile eines autofreien Lebens genießen wollten, gründeten die Initiative zur ersten autofreien Siedlung Kölns im Stadtteil Nippes. Foto: Nachbarn60 e. V.

Der Verein Carsharing Renningen wurde im Jahr 1992 gegründet, um ein Problem innerhalb einer Wohngemeinschaft zu lösen. Foto: Ökostadt Renningen e. V.





# Bündnisse schmieden

Ihr habt nun gemeinsam ein Problem formuliert und euch von anderen inspirieren lassen, wie es sich lösen lässt.

Bevor ihr Ideen entwickelt, wie ihr das Problem genau angehen wollt, solltet ihr euch etwas Zeit nehmen. Denn wir haben gute Erfahrung damit gemacht, uns mit den Menschen und Gruppen vor Ort vertraut zu machen, bevor wir an die konkrete Arbeit gingen. Das hat den Vorteil, dass ihr wisst, wen ihr einbinden könnt, um eure Pläne weiterzuentwickeln und umzusetzen.

## A Engagierte aufspüren

Um erfolgreich zu sein und stabile Bündnisse zu schmieden, haben wir im Projekt MobiQ zunächst den Ist-Zustand vor Ort ermittelt. Dazu war es wichtig herauszufinden, was es genau vor Ort schon gibt und wer bereits aktiv ist. Denn Bündnispartner:innen sind am Ende oft entscheidend.



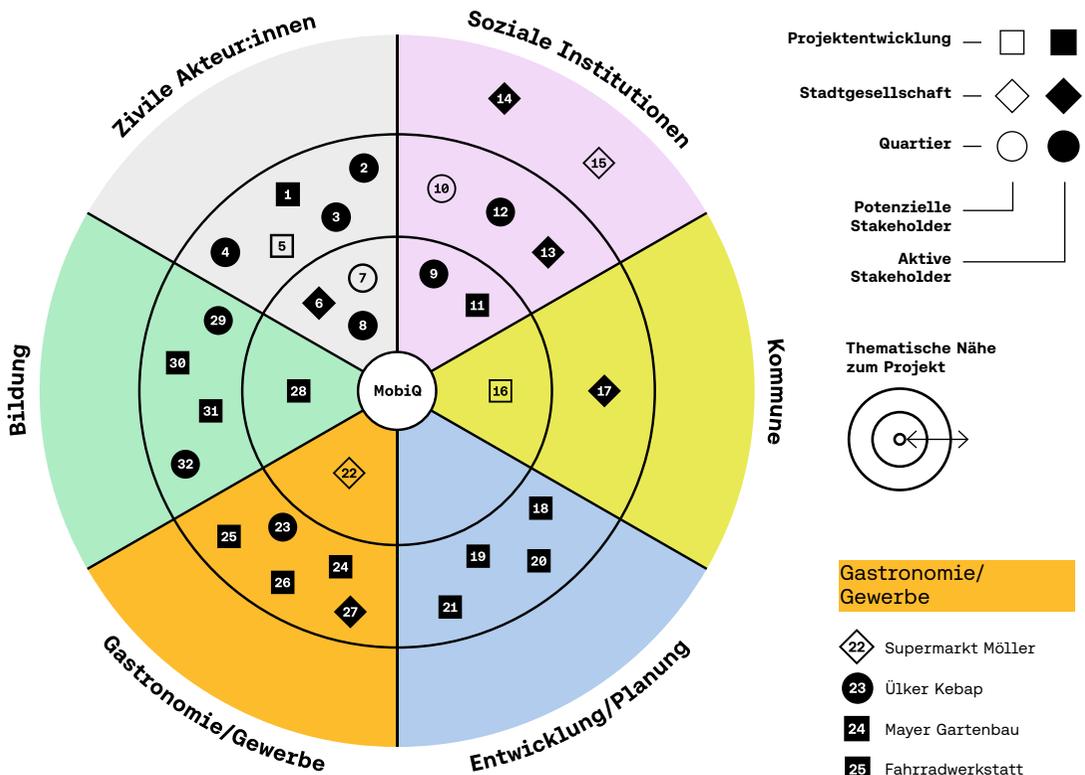
**Durch mein Engagement als Fahrer ist mein Tag besser strukturiert und es ist einfach schön, die Stimmung im Bus mitzubekommen und die Dankbarkeit zu erfahren.“**

### Dafür haben wir diese Leitfragen formuliert:

- Wer ist bereits im Quartier aktiv? Gibt es einen Bezug zur Mobilität? Wer kennt sich gut aus?
- Wo und wie engagieren sich die Aktiven vor Ort? Z. B. in Initiativen, Vereinen, sozialen Einrichtungen, Stadt oder Gemeinde, Stadt- und Verkehrsplanung, Gastronomie, Gewerbe, Bildungseinrichtungen, als Stadtführer:innen oder Heimatforscher:innen
- Wer steckt hinter diesen lokalen Gruppen und welche Interessen vertreten sie?
- Wie stehen diese in Bezug zu unserer Arbeit im Reallabor MobiQ?

Im Projekt MobiQ haben wir zunächst eine Karte (Mapping) der Gruppen und Aktiven erstellt, die im Projektumfeld ehrenamtlich und beruflich arbeiteten und die für unser Thema wichtig waren. In der vorausgegangenen Bestandsaufnahme und Analyse (**Schritte 1** und **2**) hatten wir sie schon in einer Karte erfasst. Das kommunale Vereinsverzeichnis, die Lokalzeitung, Interviews bzw. Gespräche waren dabei wichtige Informationsquellen.

Um einschätzen zu können, welche Gruppen, Vereine etc. wann im Projekt wichtig werden, haben wir Symbole für die schon aktiven und die möglichen Unterstützer:innen und Kooperationspartner:innen vergeben.



### Zivile Akteur:innen

- 1 Nachbarschafts-Komitee
- 2 Helga & Harry Musterfrau
- 3 Thomas Mustermann
- 4 Bürgerverein
- 5 Musikverein
- 6 Kunstverein
- 7 Schachverein
- 8 Turnverein

### Soziale Institutionen

- 9 Altenpflege Maier
- 10 Pflegeheim Bauer
- 11 Evang. Kirche Musterstadt
- 12 Diakoniecafé
- 13 Pfarrer Mustermann
- 14 Martina Bauer
- 15 Frauenhaus Musterstadt

### Kommune

- 16 Stadtverwaltung
- 17 Bürgermeisterin

### Entwicklung/Planung

- 18 Baugenossenschaft Musterstadt
- 19 Wohnbau Musterstadt
- 20 Architekturbüro Müller
- 21 Verkehrsplanungs-büro Maier

### Gastronomie/Gewerbe

- 22 Supermarkt Möller
- 23 Ülker Kebap
- 24 Mayer Gartenbau
- 25 Fahrradwerkstatt
- 26 Elektrofachhandel Müller
- 27 Grüne Apotheke

### Bildung

- 28 Volkshochschule Musterstadt
- 29 Grundschule Musterstadt I
- 30 Grundschule Musterstadt II
- 31 Kindergarten Sonnenschein
- 32 KiTa Kindertraum

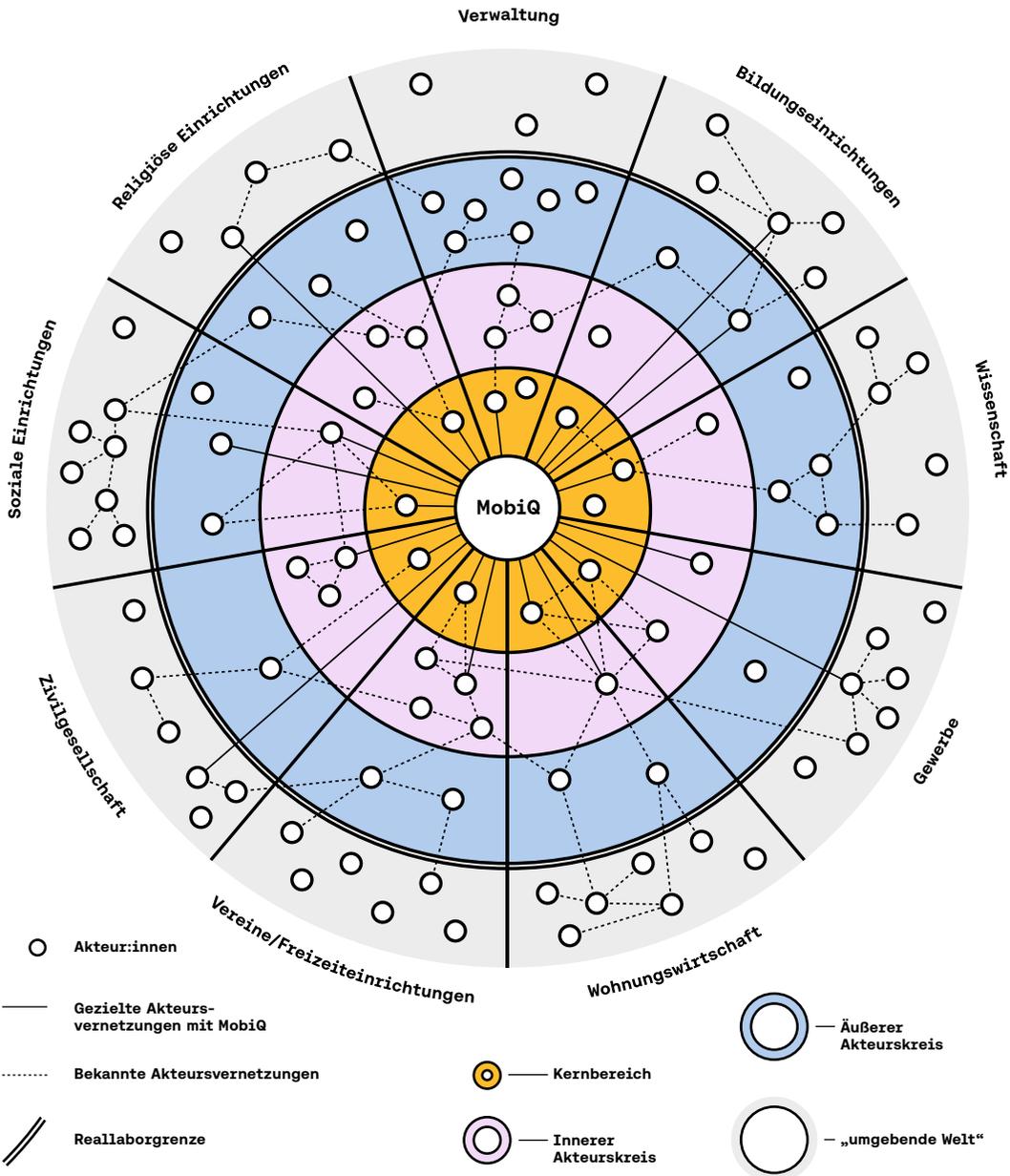
**Abbildung:** Um Bündnispartner:innen zu finden, ist es wichtig, mehr über die lokalen Gruppen und aktiven Akteur:innen herauszufinden, wie in dieser beispielhaften Darstellung 3

Außerdem wurden auch Personen hinsichtlich ihres Einflusses auf das Projekt kartiert. Dabei war unser Team selbst im Quartier tätig, sodass wir neben den Vereinen, Ortsgruppen, Verkehrsinitiativen oder Parteien etc. zu einem Teil der Aktiven geworden sind. Dadurch hat sich ein Netzwerk aus aktiven Menschen und Gruppen vor Ort gebildet. Die Menschen und Gruppen wurden jeweils einem Sektor zugeordnet (z. B. Verwaltung, soziale Einrichtungen). Zudem wurden sie je nachdem, wie eng sie im Reallabor-Projekt mitarbeiten könnten, angeordnet: Akteur:innen, die entscheidend für den Erfolg des Reallabors sind, waren dabei im inneren Kreis angeordnet, während Personen, die bei einzelnen Aktivitäten oder über einen beschränkten Zeitraum helfen könnten, eher im zweiten oder in den äußeren Kreisen verortet wurden.<sup>12</sup>

Ebenfalls wurde notiert, wie die Akteur:innen, zum Beispiel über Vereins- oder Parteimitgliedschaften, vernetzt sind. Dies erleichterte es, das Projekt mit dem sozialen Gefüge des Standortes zu verknüpfen. Auch übergreifende Netzwerke in der Stadtgesellschaft wurden uns so bekannt.

### **Begriffsklärung Stakeholder**

Ein „Stakeholder“, wörtlich übersetzt ein „Interessenvertreter“, ist eine Person, eine Gruppe oder eine Organisation, die direkt oder indirekt von deinem Projekt betroffen ist oder Einfluss darauf nehmen kann. Stakeholder bzw. Stakeholder-Netzwerke sind nicht zu unterschätzen, da sie auf der einen Seite ein Projekt zum Scheitern bringen können, auf der anderen Seite aber auch über Ressourcen verfügen können, die dir helfen, dein Projekt umzusetzen. Daher ist es wichtig zu entscheiden, welche Stakeholder du wann einbeziehst.



**Abbildung:** Die Darstellung der Vernetzungen zwischen den Akteur:innen, beispielsweise durch Vereins- oder Parteimitgliedschaften, hilft die Gesellschaft vor Ort zu verstehen. 4

## **B** Verstehen, was läuft

Wir haben uns genau angeschaut, wer an unseren drei Standorten jeweils aktiv ist und wer sich mit Mobilität und Verkehr beschäftigt. Dies gab uns ein besseres Gefühl für das Umfeld unseres Projekts und für die Ideen vor Ort. Wir konnten besser einschätzen, wie sich neue Ideen einflechten lassen und mit wem darüber zu sprechen ist.

### Einige Punkte finden wir dabei besonders wichtig:

- Die Bestandsaufnahme nimmt Zeit in Anspruch und erfordert Recherchearbeit.
- Stakeholder sollten nicht zu voreilig aus der Betrachtung genommen werden.
- Es ist ein Balanceakt: Es kann einerseits schädlich sein, zu viele Akteur:innen einzubinden, andererseits kann es problematisch sein, einzelne zu übergehen. Die entscheidende Frage lautet: Wer mit welchen Kenntnissen wird zum jetzigen Zeitpunkt unbedingt benötigt, wer ist daher sofort zu informieren?
- Die Netzwerkkarte mit den Stakeholdern, das „Stakeholder-Mapping“, sollte im Projektverlauf immer wieder aktualisiert werden. Es ist wichtig, im Blick zu behalten, wie sich die Netzwerke im Umfeld des Projekts entwickeln.

## C Gezielt Verbündete finden

Ein „Stakeholder-Mapping“ ist einfach zu erstellen, braucht jedoch etwas Zeit. Am besten ziehst du dich mit deinen Mitstreiter:innen für einen Vormittag zurück und ihr macht in dieser Zeit nur das.

**Vorbereitend** könntet ihr euch mit Informationen versorgen. So könnte jede:r von euch einen Bereich übernehmen und möglichst viele Akteur:innen heraussuchen, die in eurem Gebiet tätig sind. Hier einige Hinweise, wie ihr euer Umfeld möglichst sorgfältig untersuchen könnt:

### ● Akteur:innen der Lokalpolitik

In den meisten Kommunen gibt es Informationsportale für Bürger:innen. Sie informieren über die Zusammensetzung des Stadt- oder Gemeinderates.

### ● Akteur:innen der Zivilgesellschaft

Ihr kennt bestimmt Menschen, die in eurer Stadt bekannt sind. Zum Beispiel, weil sie sich bereits für ein bestimmtes Anliegen einsetzen und daher bei bestimmten Veranstaltungen anzutreffen sind. Bezieht diese Personen in eure Liste ein, erst recht wenn sich eure Aktivitäten überschneiden könnten. Tragt hier auch Personen ein, die ihr in **Schritt 2** auf die Liste genommen, aber noch nicht kontaktiert habt oder die noch kein Interesse hatten.

### ● Vereine und Freizeiteinrichtungen

Sollte eure Stadt oder Gemeinde auf ihrer Webseite kein Vereinsregister anbieten, könnt ihr kostenlos über die Plattform „Gemeinsames Registerportal der Länder“ einen Auszug zu den in eurem PLZ-Gebiet registrierten Vereinen herunterladen.

### ● Gewerbe

Ein Auszug aus dem Handelsregister kostet Geld und ist daher nicht empfehlenswert. Eine Alternative kann ein digitales Informationssystem für Bürger:innen in eurer Kommune sein, falls es ein solches gibt. Eine freundliche E-Mail an eure:n kommunale:n Wirtschaftsbeauftragte:n kostet nichts und kann schnell Abhilfe schaffen. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, mittels eines Online-Kartendienstes zu recherchieren. Das kann zwar zeitintensiv sein, hat jedoch den Vorteil, dass ihr von Anfang an nur die Firmen aussucht, die innerhalb des von euch definierten Gebiets liegen.

### ● Religiöse Einrichtungen, Bildungseinrichtungen und Soziale Einrichtungen

Hier findet ihr die Infos am besten über einen Online-Kartendienst und die jeweilige Webseite der Einrichtungen.



## Gemeinsame Analyse

Nun ist es Zeit, eure Listen zusammenzuführen. Es bietet sich an, parallel visuell und mit einer Liste zu arbeiten. Wenn ihr einen Beamer zur Verfügung habt, könnt ihr kostenlose Online-Tools wie beispielsweise Miro nutzen, um die Stakeholder-Map anzufertigen. Parallel dazu solltet ihr eine Tabelle erstellen, in der ihr die Stakeholder und ihre „Einordnung“ notiert.

**Die Spalten der Tabelle könnten sein:**

**Stakeholder** → Um wen handelt es sich?

**Wo?** → Adresse der jeweiligen Gruppe / Person

**Sektor?** → Welchem Sektor würdet ihr ihn/sie zuordnen?

**Quartier, Stadtgesellschaft oder Projektentwicklung?** → Ist der Stakeholder in eurem Projektgebiet tätig oder eher im weiteren städtischen Umfeld? Ist er darüber hinaus essenziell für die Projektentwicklung?

**Thematische Nähe zum Projekt?** → Bezieht sich auf die Positionierung in den Kreisen der Stakeholder-Map. **1** = „innerer Kreis“: ist unbedingt einzubinden. **2** = „erweiterter Kreis“: ist mindestens zu informieren. **3** = „Projektumfeld: sollte über Fortschritte informiert werden, z. B. über E-Mail-Verteiler.

**Wofür?** → Wobei könnte die Gruppe / Person euch behilflich sein?

**Ansprechperson?** → Habt ihr schon eine Telefonnummer, eine E-Mail-Adresse o. Ä.?

**Wann einbinden?** → Wann solltet ihr die Gruppe / Person einbinden?

**Kontaktaufnahme?** → Ist jemand von euch prädestiniert für die Kontaktaufnahme, eventuell weil er oder sie den Kontakt bereits kennt? Alternativ kann die Kommunikation auch später nach Sektoren gebündelt werden. Hilfreich ist auch festzuhalten, wie informiert werden soll: Über einen Mailverteiler, persönlich, per Telefon, usw.

Nutzt die grafische Kartendarstellung, um jeden der potenziellen Stakeholder zu diskutieren und für jede:n sichtbar einzuordnen. Die Tabelle dient als Protokoll, um eure Zuordnungen festzuhalten. Nutzt für die Darstellung in der Stakeholder-Map auch die vorgeschlagenen Symbole (Kreis für Nachbarschaft, Quadrat für Stadtgesellschaft und Raute für Projektentwicklung) oder kreiert eigene Symbole. Solltet ihr keine technische Ausstattung zur Verfügung haben, könnt ihr auch einen großen Bogen Papier an die Wand hängen und mit „Namenskarten“ für die Stakeholder arbeiten.

Ihr werdet während der gemeinsamen Diskussion erleben, wie sich die Stakeholder-Map füllt und auch, wie neue Stakeholder, an die ihr in der Vorbereitung nicht gedacht hattet, auftauchen und ihren Platz auf der Liste finden. Denkt aber auch daran, dass ihr euch bei der ersten Betrachtung eurer Liste nicht zu lange mit Akteur:innen aufhalten solltet, deren Funktion ihr (noch) nicht einschätzen könnt. Es ist wichtig, einen stabilen Kern besonders aktiver Partner:innen zu haben und mit diesen zu arbeiten. Bedenkt auch, dass es Multiplikator:innen geben wird, die über euer Projekt berichten, sodass ihr nicht jede:n selbst informiert halten müsst.

Am Ende dieses Vormittags habt ihr ein Stakeholder-Mapping mit allen relevanten Akteur:innen erstellt, die für euer Projekt wichtig sind. Außerdem habt ihr eine Vorstellung darüber gewonnen, in welcher Reihenfolge diese in das Projekt zu integrieren sind. Die Akteur:innen im „inneren Kreis“ solltet ihr am besten direkt in die Ideenent-

wicklung einbinden (**Schritt 5**). Den erweiterten Projektkreis solltet ihr so berücksichtigen, wie es für euch am besten passt. Alle Stakeholder solltet ihr spätestens informieren, sobald ihr eure Lösungsidee einem größeren Publikum vorstellen wollt.

Trefft euch regelmäßig (z. B. drei Mal im Jahr), um euer Mapping zu aktualisieren. Ihr werdet sehen, dass sich über die Zeit der Projektarbeit der Bezug verschiedener Stakeholder zu eurem Projekt verändert. Hilfreich kann auch sein, die Verbindung zwischen verschiedenen Akteur:innen durch Linien hervorzuheben. Ihr könnt dann beobachten, wie sich um euer Projekt herum ein Netzwerk bildet. So bekommt ihr ein Gefühl dafür, wann ihr mit wem reden müsst.

### **Begriffserklärung**

#### **Multiplikator:in**

Das ist jemand, der Informationen oder Wissen an viele andere Menschen weitergibt. Stell dir vor, du lernst etwas Neues und erzählst es dann deinen Freunden und deiner Familie. Diese erzählen es dann wieder anderen. So verbreitet sich die Information immer weiter. Ein:e Multiplikator:in sorgt also dafür, dass viele Leute etwas erfahren, indem er oder sie es anderen erzählt. Das können sowohl gut vernetzte Bürger:innen sein, als auch die Lokalzeitung.

## D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde

Eine Stadt oder Gemeinde kann die Arbeit der zivilgesellschaftlichen Akteur:innen in zweierlei Hinsicht unterstützen. Einerseits sollten die Verantwortlichen innerhalb der Kommune auf Anfragen aus der Zivilgesellschaft stets antworten, auch wenn die zeitlichen Kapazitäten oft gering sind. Um personelle Kapazitäten zu schonen und trotzdem Anfragen der Bürger:innen zu beantworten, ist es wichtig, die Digitalisierung voranzutreiben. Damit verbessert sich sowohl die Erreichbarkeit für die Bürger:innen (E-Mail, Chat usw.) als auch die Verfügbarkeit digitaler Informationen.

Ganz im Sinne des E-Government-Gesetzes (EGovG), das zum Stand der Arbeit an diesem Buch (2023) bereits für Bundesbehörden gilt, sollten es Ziele der Kommune sein:

- ① Daten leicht verfügbar zu machen und einfach bereitzustellen,
- ② die innovative, gemeinwohlorientierte und verantwortungsvolle Datennutzung zu verbessern, also Daten auch proaktiv zur Verfügung zu stellen,
- ③ die Datenkompetenz und die Etablierung einer Datenkultur voranzutreiben, um die Qualität und Nutzbarkeit bereitgestellter Daten zu erhöhen.<sup>13</sup>

Hat eine Kommune eine sogenannte Open-Data-Strategie eingeführt und ein entsprechend umfassendes Informationssystem für ihre Bürger:innen aufgebaut, wird es auch für die Verwaltung einfacher, auf deren Anfragen zu reagieren.

Die Kommune wird sehr wahrscheinlich in den Stakeholder-Maps der Projekte auftauchen. Es bietet sich daher an, eine interne Strategie zu erarbeiten, wie die kommunale Verwaltung sich beteiligen könnte. Das kann zum Beispiel bedeuten, dass es eine Ansprechperson für Bürger:innenbeteiligung gibt, der oder die zunächst als Multiplikator:in in diesen Projekten auftritt. Er oder sie kann dabei unterstützen, das Projekt bereits in einer frühen Phase zu vernetzen und weitere Ansprechpartner:innen innerhalb der Verwaltung, aber auch in der Bürger:innenschaft zu vermitteln.

In Baden-Württemberg stellt zum Beispiel die Allianz für Beteiligung e. V. auf ihrer Internetseite ([allianz-fuer-beteiligung.de](http://allianz-fuer-beteiligung.de)) Förderlinien und Unterstützungsmaterial zur Verfügung. Außerdem gibt es Veranstaltungen zum Austausch, zur Vernetzung und zur Quartiersarbeit.



Gerade bei dem Thema Mobilität gibt es viele unterschiedliche Sichtweisen, die einbezogen werden sollten. Foto: Michaela Sämann



Nur gemeinsam kann ein Gesamtbild von den verschiedenen Akteur:innen vor Ort entstehen. Foto: Barbara Hefner

Es ist wichtig, nicht nur über Stakeholder zu reden, sondern sie einzubinden und mit ihnen zu diskutieren. Foto: Julian Bansen





Durch den engen Kontakt mit anderen Stakeholdern kann viel für die Weiterentwicklung des Vorhabens gelernt werden. Foto: Hui-Chiu Pan



Das Stakeholder-Mapping sollte regelmäßig aktualisiert werden, da sich die Beziehung verschiedener Stakeholder zum Projekt im Laufe der Zeit verändert. Foto: Michael Frisch

6 Experimente wagen

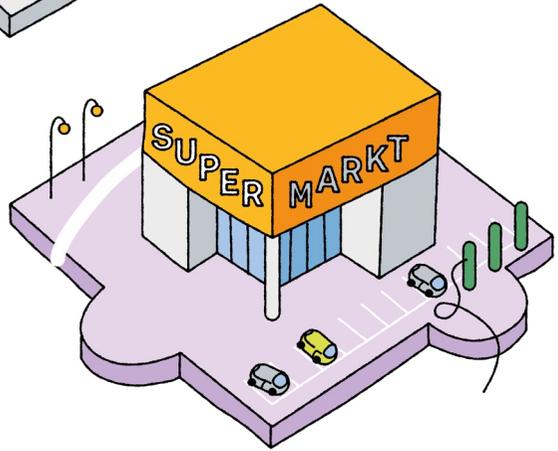
7 Bewerten + optimieren

8 Ergebnisse teilen

9 Erfolge feiern

10 Zukunft gestalten

69



# Ideen gemeinsam entwickeln

5

Nachdem die Chancen, Herausforderungen und Hindernisse der Mobilität am Standort gemeinsam analysiert wurden, geht es nun darum, kreativ zu sein und Lösungen zu finden, die für die Menschen in der Nachbarschaft passen. Vergleichbar mit einer Werkstatt, in der gehobelt, gefeilt und geschraubt wird, entstehen in einer Bürger:innenwerkstatt konkrete Ideen, wie sich die Mobilität vor Ort besser gestalten lässt. Das Werkstatt-Format ermöglicht es, ausgewählte Ideen zu diskutieren und umzusetzen.

## A Ideenschmiede der Mobilität

Die erste Werkstatt-Phase im Projekt MobiQ war zugleich der Startschuss für die gemeinsame Arbeit mit den Bürger:innen und Unterstützer:innen aus den drei Nachbarschaften. Damit alle die Chance hatten, an der Bürger:innenwerkstatt teilzunehmen und ihren Blick auf Mobilität einzubringen, haben wir offen eingeladen. Denn nachbarschaftliche Mobilitätskonzepte lassen sich nur dann anstoßen und umsetzen, wenn die Menschen vor Ort selbst aktiv werden.

Die vierstündigen Bürger:innenwerkstätten in Stuttgart-Rot, Geislingen und Waldburg wurden sorgsam vorbereitet, an die jeweiligen Rahmenbedingungen angepasst und von Moderator:innen begleitet. Wir starteten mit den bereits erstellten Personas aus **Schritt 2** und dem „Probleme erkennen“, damit sich alle Anwesenden ein Bild über die Problemlage verschaffen konnten. Je nach ihren Interessen bildeten die Teilnehmer:innen Gruppen, tauschten sich über das jeweilige Problem aus und passten die Definitionen bei Bedarf an. Zum Abschluss der Problemanalyse formulierten die Gruppen ihre Problemdefinition in eine Frage um: „Wie könnten wir ...?“

Anschließend präsentierten wir erfolgreich umgesetzte Beispielprojekte aus anderen Orten (**Schritt 3**). Dies diente dazu, die Teilnehmer:innen für das Thema zu begeistern und sie zu inspirieren. Als Nächstes erarbeiteten die Gruppen für ihre jeweilige Persona kreative und machbare Konzepte, wie die Mobilität anders und vor allem besser werden kann. Hilfreich waren dabei unterschiedliche kreative Methoden, die in **Schritt 5 B** vorgestellt werden. So entstanden in den Bürger:innenwerkstätten viele gute und tragfähige Ideen: Einkaufsshuttles, Bürger:innen- bzw. Rufbusse, Fahrgemeinschaften, Mobilitätsstationen und das Teilen privater Fahrzeuge. Die Teilnehmer:innen planten zudem, Nachbarschaftsstraßen einzurichten und Stadt-

möbel aufzubauen, die für mehr Lebensqualität im Quartier sorgen sollen. Ein weiterer Vorschlag war es, ein Aktionsbündnis zu gründen, um mehr Aufmerksamkeit für die Bedürfnisse der Menschen im Quartier zu erzeugen. Insgesamt kamen in den drei Workshops 30 Ideen zustande. Am Ende wählten die Teilnehmer:innen die Ideen aus, die sie am meisten interessierten und an denen sie gern weiterarbeiten wollten.

Nach der Bürger:innenwerkstatt stellte sich die Frage, wie sich die Ideen konkret umsetzen lassen. Es wurden Projekt-Arbeitskreise mit vielen Engagierten gebildet, um die besten Ideen aus der Auftaktveranstaltung Wirklichkeit werden zu lassen. In mehreren Treffen entwickelten die Gruppen die Ideen mit großer Freude weiter.

### **Wichtig waren dabei folgende Schritte:**

- Verbindlichkeit herstellen
- Umsetzungsschritte und Aufgaben konkretisieren
- Verantwortlichkeiten vergeben
- Ausmachen, an welchen Stellen Unterstützung nötig ist
- Weitere Akteur:innen für Mitwirkung gewinnen und Kooperationspartner:innen finden
- Öffentlichkeitsarbeit starten



Schon frühzeitig sollten die Aktiven in den Projektgruppen reflektieren, wie sich die Ideen in die Tat umsetzen lassen. Das Projektteam förderte die Aktivitäten in den Projektgruppen gezielt durch Vernetzung und Kommunikation. Durch Hintergrundrecherchen und die Vermittlung von Expert:innen oder Vertreter:innen vergleichbarer Projekte konnten wir die Gruppen ebenfalls unterstützen.

Nachdem die ersten Mobilitätsexperimente realisiert und erprobt worden waren, begann die Vorbereitung der zweiten Werkstatt-Phase. Ziel war es, die Konzepte weiter im Detail auszuarbeiten. Gemeinsam mit den Projektgruppen haben wir die Erfahrungen aus den umgesetzten Mobilitätsprojekten analysiert. Anschließend haben wir wieder Ideen gesammelt, wie wir die Projekte weiterentwickeln und verbessern können, um keine Eintagsfliegen, sondern etwas Langfristiges und Dauerhaftes zu schaffen. Außerdem überlegten die Teilnehmer:innen gemeinsam, welche ungenutzten Möglichkeiten es noch gibt. Die Werkstatt-Phase war also ein sich fortlaufend wiederholender Vorgang.

## B Träume und Visionen erlaubt

Nachdem in **Schritt 5 A** ein kurzer Einblick in die MobiQ-Werkstatt gegeben wurde, erfahrt ihr nun Tipps und Tricks für eure eigene Ideenschmiede. Eine Bürger:innenwerkstatt kann nur erfolgreich sein, wenn sie sorgfältig vorbereitet wird. Es ist wichtig, den Ort gut zu kennen, mit den beteiligten Akteur:innen vorab zu sprechen und die Veranstaltung gut zu planen. Wichtig für kreative Werkstätten ist es zudem, Vielfalt als große Chance zu sehen. Es ist gut, wenn sich Menschen mit unterschiedlichem Wissen, sozialem oder kulturellem Hintergrund und mit verschiedenen Sichtweisen und Meinungen beteiligen und ihre Fähigkeiten einbringen. Wenn verschiedene Denkweisen, Perspektiven und Erfahrungen zusammenkommen, können passende und vor allem originelle Lösungen entstehen.

Darüber hinaus ist es besonders wichtig, dass eine Stimmung herrscht, die unterstützt und ermutigt. Die Teilnehmer:innen sollen sich frei fühlen, ihre Gedanken ohne Angst vor Kritik zu teilen. Es muss Raum für ungeschliffene, zunächst unkommentierte Gedanken geben. Das ermutigt, offen zu sprechen und die eigene Kreativität frei zu entfalten. Eine Person, die moderiert, ist dabei unerlässlich. Sie sorgt dafür, dass gemeinsam vereinbarte Regeln eingehalten werden. Zudem ist so ein Workshop gut zu strukturieren. Eine gute Moderation fördert es, dass die Menschen miteinander ins Gespräch kommen, und leitet die Diskussionen. Gleichzeitig ist es wichtig, flexibel zu bleiben, um auf neue Entwicklungen und Ideen angemessen reagieren zu können.

Eine Bürger:innenwerkstatt zum Thema nachhaltige Mobilität soll von Anfang an begeistern. Es soll das Gefühl entstehen, dass man gemeinsam etwas gestalten kann. Einstiegsfragen wie „Was ist deine Motivation, heute hier dabei zu sein?“ und „Wie würdest du dich am liebsten in der Region bewegen?“ dienen dazu, individuelle Visionen, Träume und Ideen zur nachhaltigen Mobilität zu erkunden. Dies betrifft insbesondere Kinder, Jugendliche und mobilitätseingeschränkte Menschen. Engagement und Gemeinschaft werden wertgeschätzt, dies steht im Zentrum der Veranstaltung. Erkenntnisse aus vorangegangenen Interviews, Analysen und Recherchen fließen in die Diskussion ein. Es können verschiedene Hilfsmittel wie Stadtplan, Flipchart, Moderationswände, Notizkarten und Symbole verwendet werden, um das Gesagte zu dokumentieren.

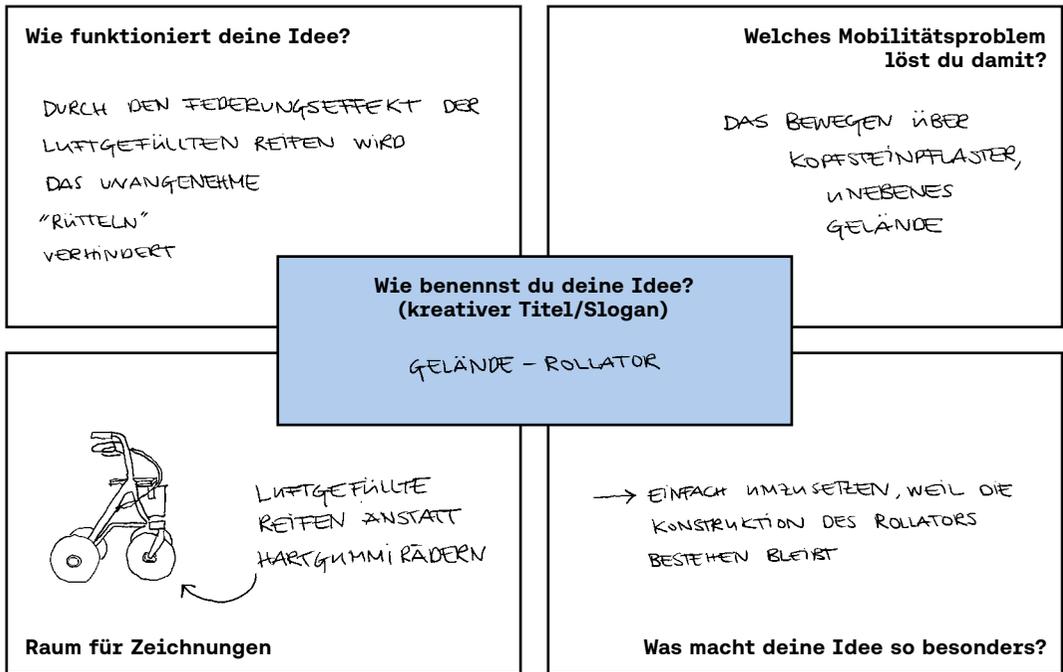


Die Problemdefinitionen und Personas (**Schritt 2**) helfen den Teilnehmer:innen, in das Thema einzusteigen und ein gemeinsames Problemverständnis zu erlangen. Jede:r Teilnehmer:in wählt ein Problemfeld aus, mit dem er oder sie sich identifizieren kann. So bilden sich Kleingruppen, die sich jeweils mit einem Problem beschäftigen. Die Problemdefinition wird bei Bedarf angepasst und gemeinsam exakt formuliert, z. B.: „Ältere Menschen, die in der Umgebung wohnen, können nicht in dem Umfang an Veranstaltungen teilnehmen, wie sie dies gerne möchten.“ Es ist wichtig, das Problem genau zu beschreiben. So verhindert man, dass das Fass immer wieder neu aufgemacht wird und wertvolle Energie und Gestaltungsfreude verloren geht.

Nun ist es Zeit, die Phase der Problemanalyse zu verlassen und in die Lösungsfindung überzugehen. Hier startet ihr am besten, indem ihr das Problem in eine Frage umformuliert, beispielsweise: „Was wäre, wenn ...?“ oder „Wie könnten wir ...?“ Danach könnt ihr eurer Kreativität freien Lauf lassen und die besten Ideen suchen.

Es ist wichtig, kreative Methoden und Werkzeuge einzusetzen, um Ideen erfolgreich zu entwickeln. Auf den folgenden Seiten werden einige Methoden näher erklärt, z. B. Design Thinking, Brainstorming und Arbeiten mit visuellen Hilfsmitteln wie LEGO®-Steinen. Solche oder ähnliche Methoden ermöglichen es, den Werkstatt-Prozess klar zu strukturieren und gleichzeitig Raum für spontane Überlegungen zu lassen. Dabei entstehen Ideen für gemeinschaftliche Mobilitätslösungen, die umsetzbar sind und zur weiteren Mitarbeit einladen.

Im Anschluss daran können die Ideen zusammengefasst werden, die inhaltlich zusammengehören. So könnt ihr am Ende Konzepte ausarbeiten, einen Titel für das Projekt finden und eine Skizze erstellen. Die Skizze hilft dabei darzustellen, wie das Projekt funktionieren kann.



**Abbildung:** Eine Gruppe Senior:innen entwickelte eine Ideenskizze für einen Gelände-Rollator im Rahmen der ersten Bürger:innenwerkstatt in Geislingen.

Auf einem Ideen-Marktplatz könnt ihr dann die Konzepte präsentieren. Anschließend entscheiden sich die Teilnehmer:innen bei einem Rundgang durch die Konzepte für die Ideen, die sie umsetzen wollen. Es wird nicht alles reibungslos laufen und die meisten Ideen werden nicht so umgesetzt, wie sie in der ersten Werkstatt angedacht wurden. Wichtig ist es aber, mit Hindernissen von vornherein konstruktiv umzugehen. Gute Ideen können Menschen begeistern und dazu motivieren, sich aktiv bei der Umsetzung einzubringen und trotz unvorhergesehener Rückschläge am Ball zu bleiben.

Ihr dürft auch nicht vergessen, die Veranstaltung gut nachzubereiten und zu dokumentieren. Stellt sicher, dass die Engagierten dabei unterstützt werden, ihre Ideen umzusetzen. Das ist anspruchsvoll und auch mit Arbeit verbunden. Der Kontakt zu den Menschen vor Ort muss aufrechterhalten werden. Das geht nicht ohne Zeit und Ansprechpersonen, die zur Verfügung stehen.

## **C** Erfindergeist à la Daniel Düsentrieb

Kreativitätstechniken werden gezielt eingesetzt, um Ideen, Visionen oder Lösungen zu entwickeln. Es handelt sich dabei aber nicht um eine komplizierte Raketenwissenschaft. Kreativitätstechniken sind Werkzeuge, die die Fantasie anregen und Schritt für Schritt lösungsorientiertes Denken fördern. Herzlich willkommen in der Welt der Kreativität! Im Folgenden erläutern wir kurz einige dieser Techniken.

### **Brainstorming**

Ziel des Brainstormings ist es, kreative Ideen zu fördern. Brainstorming eignet sich besonders gut für Gruppen von vier bis acht Personen. Die Teilnehmer:innen sammeln spontan Ideen zu einem bestimmten Thema. Wichtig ist, dass die Ideen nicht sofort kommentiert oder gar bewertet werden. So könnt ihr vermeiden, dass gute Ansätze zerredet werden und verloren gehen. In kurzer Zeit, üblicherweise rund 30 Minuten, entstehen viele unterschiedliche Geistesblitze und Ideen, die neue, auch ungewohnte Lösungen inspirieren können. Brainstorming ist dann besonders hilfreich, wenn es zu Beginn eines Projekts noch offene Fragen gibt, für deren Beantwortung viele unterschiedliche, auch „verrückte“ oder visionäre Ideen nötig sind.<sup>14,15</sup>

## Methode 635

Eine Kreativitätstechnik, die dem Brainstorming ähnelt, ist die Methode 635. Hier werden die Ideen jedoch überwiegend im Stillen entwickelt. Für diese Technik müsst ihr Gruppen von jeweils sechs Teilnehmer:innen bilden. Diese sechs Personen denken jeweils innerhalb von fünf Minuten über drei Ideen zu einem Thema nach. Jede Person notiert ihre Ideen auf einem Blatt Papier. Anschließend tauschen sie ihre Blätter aus und erweitern oder ergänzen die bereits vorhandenen Ideen nach dem gleichen Prinzip. Diese Abfolge wiederholt sich mehrmals, sodass in kurzer Zeit eine Vielzahl von Ideen zustande kommt.<sup>16</sup>

## LEGO® SERIOUS PLAY®

Mit Hilfe dieser Methode könnt ihr komplizierte Probleme und Herausforderungen räumlich darstellen. Teilnehmer:innen bauen Modelle mit LEGO®-Steinen, um komplexe Konzepte zu visualisieren und Ideen zu teilen. Es ist eine spielerische Herangehensweise, die ein gemeinsames Verständnis, Teamarbeit und innovative Lösungen fördert. Alle Teilnehmer:innen beteiligen sich aktiv. Sie können aus eingefahrenen Denkmustern ausbrechen, originelle Ideen werden angeregt. Gewohntes Denken wird durch innovative Ansätze und alternative Perspektiven weiterentwickelt.<sup>17</sup>

## Design Thinking

Im Zentrum von Design Thinking stehen die Teilnehmer:innen und zukünftigen Nutzer:innen einer Lösung. Es geht darum, Innovationen umzusetzen und abstrakte Ideen in konkrete und greifbare Produkte zu überführen.

Dieser Prozess besteht aus sechs Phasen:

- ① Verstehen,
- ② beobachten,
- ③ Standpunkt definieren,
- ④ Ideen generieren,
- ⑤ Prototypen entwickeln und
- ⑥ testen.

Die Werkzeuge können sehr flexibel angewendet werden. So lassen sich z. B. Wünsche, Realisierungsmöglichkeiten und Fragen der Finanzierung berücksichtigen. Ihr könnt Skizzen verwenden, um Ideen klarer auszudrücken und auf einen Blick sichtbar zu machen. Eine gute Darstellung erleichtert es, Ideen für den nächsten Schritt auszuwählen.<sup>18 19</sup>



## Ideen-Marktplatz

Auf dem Ideen-Marktplatz präsentieren Kleingruppen ihre Ergebnisse vor der Gesamtgruppe. Die Poster mit den Ideenskizzen werden aufgehängt. Anschließend wählt jeder Teilnehmer und jede Teilnehmerin mit Klebepunkten zwei Ideen aus, die er oder sie für besonders vielversprechend hält. Die Lösungsansätze mit den meisten Punkten werden dann weiterverfolgt. Dafür bildet ihr, je nach Interesse der Teilnehmer:innen, neue Arbeitsgruppen.



**Nicht im sterilen Raum Lösungen entwickeln und dann der Bevölkerung überstülpen, sondern versuchen, gemeinsam Lösungen weiterzuentwickeln und wirklich auf konkrete Probleme oder Herausforderungen zu reagieren, die im lokalen Kontext bestehen.“**

## **D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde**

Auch in diesem Schritt sind die lokalen Akteur:innen, einschließlich Politik und Verwaltung, wichtig. Ehrenamtliches Engagement ist kein Selbstläufer. Es ist, insbesondere auf kommunaler Ebene, aktiv zu unterstützen. Regelmäßige Bürger:innenwerkstätten zu verschiedenen Themen können das Engagement fördern. Der finanzielle Aufwand ist überschaubar, indem Getränke bereitgestellt und kommunale Räume, wie Bürger:innen- oder Mehrgenerationenhäuser, als Veranstaltungsorte genutzt werden. Allerdings sind die Räumlichkeiten auch entsprechend zu bewerben. Ansprechpersonen vor Ort können gezielt bei der Vernetzung und Organisation einer Veranstaltung unterstützen.

Häufig sind es Kommunen, die eine Bürger:innenwerkstatt durchführen, um Menschen zu beteiligen und zu aktivieren. Sie haben Erfahrung darin, Veranstaltungen vorzubereiten, durchzuführen und nachzubereiten. Abgesehen davon haben Kommunen oftmals das nötige Equipment für die kreative Ideenentwicklung (z. B. Moderationskoffer, Stadtpläne, Stellwände). Wenn Kommunen ihr Wissen und ihr Equipment zur Verfügung stellen, können sie die Veranstalter:innen maßgeblich unterstützen. Beratungs- und Förderungsmöglichkeiten für Städte und Gemeinden gibt es zum Beispiel von der Allianz für Beteiligung e. V. ([allianz-fuer-beteiligung.de](http://allianz-fuer-beteiligung.de)).

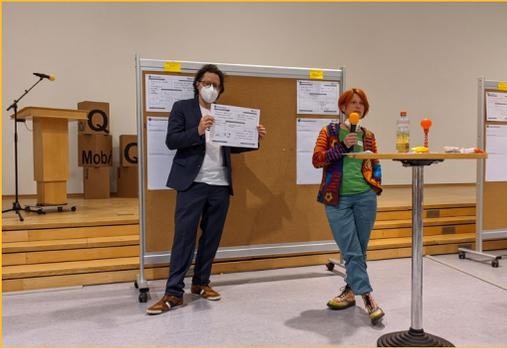


Die Waldburger:innen trafen sich im März 2022 zur ersten MobiQ-Bürger:innenwerkstatt in der Mehrzweckhalle. Foto: insertEFFECT GmbH

Im April 2022 fand in Stuttgart-Rot die erste MobiQ-Bürger:innenwerkstatt im Bürgerhaus Rot statt. Foto: insertEFFECT GmbH

Anhand eines Luftbildes wurden die Mobilitätsprobleme diskutiert und direkt verortet. Foto: insertEFFECT GmbH





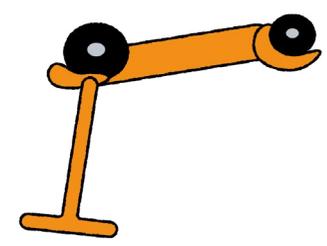
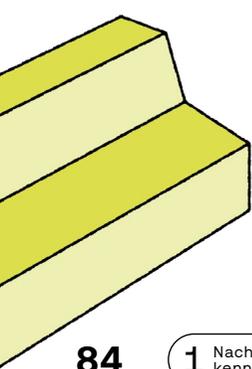
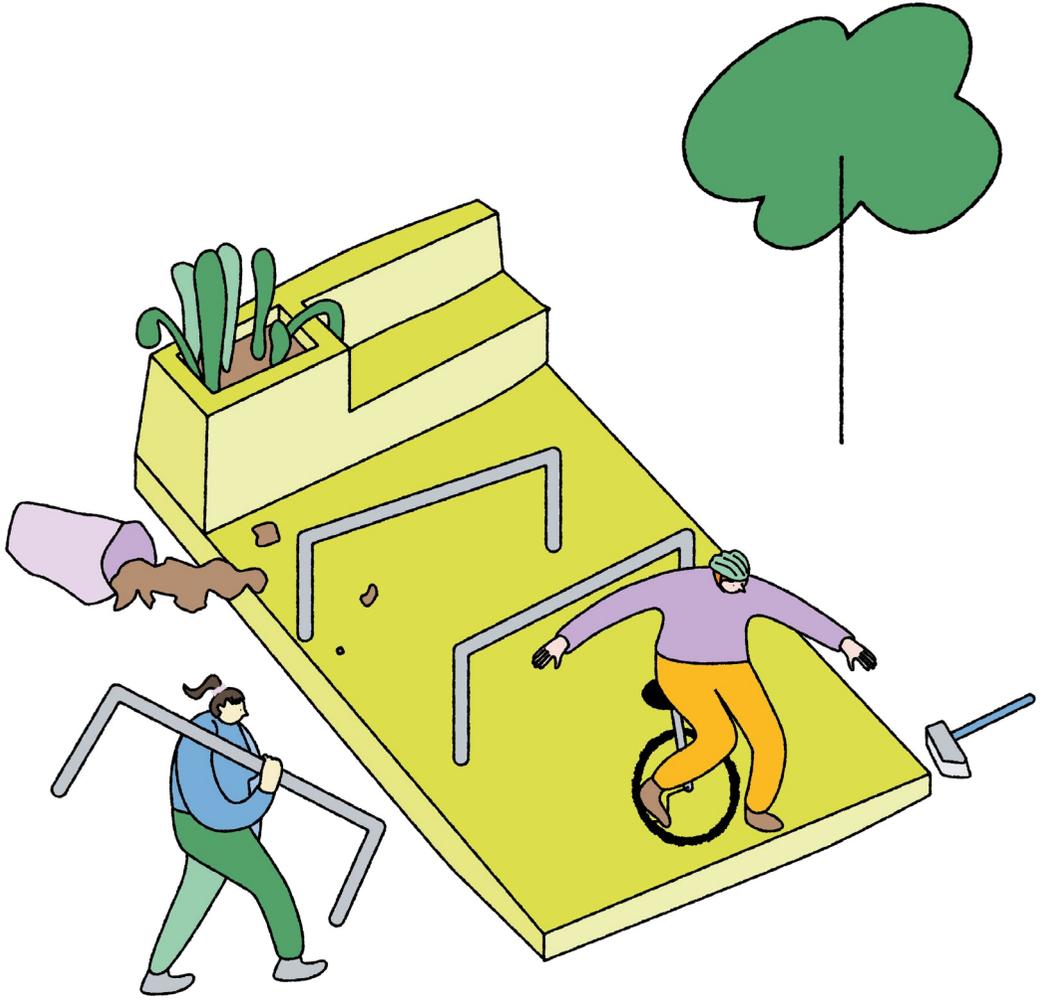
Nach der kreativen Phase erfolgte die Vorstellung der ersten Ideenskizze zur Nachbarschaftsstraße in Stuttgart-Rot. Foto: insertEFFECT GmbH



Am Ende der Bürger:innenwerkstatt entschieden sich die Teilnehmer:innen in Waldburg für die Ideen, die sie umsetzen möchten. Foto: insertEFFECT GmbH



Auch die Bürger:innenwerkstatt sollte regelmäßig wiederholt werden, wie hier in Geislingen Anfang 2023. Foto: insertEFFECT GmbH



# Experimente gemeinsam wagen

Ideen mit Leben zu füllen, ist der entscheidende Schritt zwischen Planung und Umsetzung. Gedanken und Ideen bilden die Grundlagen, die es für konkretes Handeln und Gestalten braucht. Visionen sind keine Spinnereien, sondern notwendig, um sie in greifbare Ergebnisse zu verwandeln. Visionen ermöglichen es, nicht in den gleichen Mustern zu verharren, sondern neue Wege zu beschreiten. Die Umsetzung der Ideen erfordert nicht nur, dass sich Menschen engagieren, sondern vor allem auch, dass sie zusammen und gemeinschaftlich handeln. In diesem Schritt beleuchten wir daher, was es braucht, um Ideen gemeinsam zu gestalten und zu verwirklichen.

## A Kreative Vielfalt

Auf die Phase der Ideenfindung folgten im Projekt MobiQ mehrere Treffen mit den Arbeitsgruppen, die die besten Ideen in die Tat umsetzen wollten. Von Anfang an haben wir dabei mitgedacht, dass die Projekte keine Eintagsfliegen sein sollten. Sie wurden so konzipiert, dass sie dauerhaft funktionieren und sich nach den Bedürfnissen vor Ort weiterentwickeln ließen. An allen drei Standorten entstanden so mehrere, ganz unterschiedliche Pilotprojekte:

### 110 Meter Fleiner Zukunft und 110 Meter Fleiner Zukunft '23 – Rot punktet

In Stuttgart-Rot dominiert das Auto den öffentlichen Raum. Um zu zeigen, dass dieser Raum für unterschiedliche Mobilitätsformen nutzbar ist, wurde ein 110 Meter langer Abschnitt der Fleiner Straße zeitweise für den Autoverkehr gesperrt. Diesen Straßenabschnitt hat die Projektgruppe im Rahmen der Stuttgarter Mobilitätswoche 2022 und des IBA'27-Festivals 2023 für mehrere Tage mit Aktionen zum Thema nachhaltige Mobilität und soziale Interaktion bespielt. Die Besucher:innen konnten aktive Mobilitätsangebote wie Laufräder, Pedalos und eine Fahrrad-Riksha testen. Hautnah konnten die Menschen erleben, wie es ist, wenn eine Straße autofrei und der öffentliche Raum neu verteilt wird, um Platz für soziales Leben zu schaffen. Nicht in der Theorie, sondern live vor Ort war so erfahrbar, was in einer lebendigen Gemeinschaft möglich ist, wenn Platz dafür geschaffen wird. Das Projekt wird im Rahmen der Quartiersentwicklung am Rotweg weiter ausgebaut und verstetigt.



Mehr Infos zu den Pilotprojekten findet ihr hier:  
[reallabor-mobiq.de/projekte](https://reallabor-mobiq.de/projekte)

## **Labor Experimenteller Stadtraum**

### **– Wem gehört die Straße?**

Im Sommersemester 2023 wurde an der Hochschule für Technik, Fakultät Architektur und Gestaltung, das interdisziplinäre Seminar „Labor Experimenteller Stadtraum – Wem gehört die Straße?“ durchgeführt. Die rund 20 Studierenden der Studiengänge Stadtplanung, Architektur und KlimaEngineering entwickelten gemeinsam mit lokalen Akteur:innen kreative Lösungen, wie sich der Straßenraum partizipativ „zurückerobern“ lässt. Die Ergebnisse (u. a. Parklets) stellten die Studierenden während der Aktion „110 Meter Fleiner Zukunft '23 – Rotpunktet“ vor.

## **LaufRadsharing**

Das Immanuel-Grözingler-Haus (IGH) ist ein Wohnheim in Stuttgart-Rot für allein-stehende Männer in sozial problematischen Lebensverhältnissen. Gemeinsam mit Mitarbeitenden und Bewohner:innen wurde ein LaufRadsharing für Erwachsene umgesetzt, sodass auch mobilitätseingeschränkte Personen die Möglichkeit zur individuellen Fortbewegung haben. Gleichzeitig wird mit dem LaufRad die Bewegungs- und Funktionsfähigkeit der Beine trainiert.

## **Begriffsklärung Parklet**

Das Wort Parklet kommt aus dem Englischen, wo es für „kleiner Park“ steht. Es handelt sich um mobile Stadtmöbel, die entweder vorübergehend oder dauerhaft auf Parkplätzen installiert werden. Diese meist aus Holz gefertigten Einrichtungen sind für alle zugänglich und bestehen oft aus Sitzgelegenheiten, Pflanzen, Beleuchtung, Regenschutz oder Fahrradabstellmöglichkeiten. Durch die Umnutzung von Flächen, die normalerweise für Fahrzeuge vorgesehen sind, bieten die Parklets Raum für verschiedene Aktivitäten wie Aufenthalt, Entspannung oder nachbarschaftliche Begegnungen und erhöhen dadurch die Qualität des öffentlichen Raumes.<sup>20</sup>



## **Mobilitätsnetzwerk Rotweg**

Im Zuge der Quartiersentwicklung am Rotweg, einem Leuchtturmprojekt der Internationalen Bauausstellung StadtRegion Stuttgart 2027, entstehen im Stadtteil Wohnungsangebote mit einem hohen städtebaulichen, sozialen und gemeinschaftsorientierten Anspruch. Hierbei spielt das Thema nachhaltige Mobilität eine zentrale Rolle. Gemeinsam mit den Wohnungsgenossenschaften und den lokalen Akteur:innen hat die Projektgruppe ein Mobilitätsnetzwerk aufgebaut, das die vielschichtigen Bedarfe des Stadtteils berücksichtigt und die vorhandenen Ressourcen bündelt.

### **Einkaufsshuttle**

In der Oberen Stadt in Geislingen fühlten sich viele, insbesondere ältere und mobilitätseingeschränkte Menschen beim Lebensmitteleinkauf abgehängt, denn seit 2017 gibt es im Quartier außer einem Biosupermarkt keine passenden Einkaufsmöglichkeiten mehr. Eine Gruppe von engagierten Bürger:innen hat daher einen ehrenamtlich betriebenen Einkaufsshuttle ins Leben gerufen, um Menschen aus der Oberen Stadt zu den Versorgungszentren zu bringen. Zudem kommen damit auch mehr Menschen in die Obere Stadt, was die Stadtteile besser vernetzt und die Attraktivität der Oberen Stadt steigert.

### **Mobil sein, mobil bleiben**

Im Quartier in Geislingen leben mehr als 1200 Bürger:innen, die über 60 Jahre alt sind. Das Projekt „Mobil sein, mobil bleiben“ widmet sich der Alltagsversorgung dieser Bürger:innen. Unter anderem machte eine Rallye für Rollatoren darauf aufmerksam, dass mobilitätseingeschränkte Personen mit großen Hindernissen wie Kopfsteinpflaster konfrontiert sind. Bei der Rallye wurden Interessierte mit Gewichten und Brillen ausgestattet, die das Blickfeld einschränken. Sie durften selbst erfahren, wie schwierig es ist, einen beladenen Rollator über einen kleinen Rundkurs zu steuern. Die Bewohner:innen entwickelten außerdem ein Sharingsystem, um einen elektrischen Rollator („Ello“) innerhalb der Gruppe zu teilen.

### **Fahrradkultur**

Mit dem Ziel, das Fahrradfahren in Geislingen zu fördern, wurde eine Critical-Mass-Demonstration durchgeführt. Critical Mass ist eine weltweite Bewegung, die auf den Radverkehr aufmerksam macht. Ein Parklet mit Abstellmöglichkeiten für Fahrräder wird regelmäßig im Stadtraum versetzt, um mögliche Fahrradabstellplätze zu testen.

## Pkw-Bürger:innenfahrdienst

Der Fahrdienst steht Menschen unabhängig vom Pflegegrad zur Verfügung. Ehrenamtliche, versicherte Fahrer:innen bringen mit dem privaten Pkw Menschen mit Mobilitätsbedarf in und um Waldburg an ihren Zielort.

## Freies Lastenradsharing

Ein Lastenrad erlaubt den umweltfreundlichen Transport von nahezu allen Dingen, die sich auch mit einem privaten Pkw befördern lassen. In der Anschaffung ist ein Lastenrad für eine Einzelperson jedoch recht teuer und daher bei nicht täglicher Nutzung unattraktiv. Mit einem geteilten, frei entlehbaren Lastenrad erhalten alle Menschen in und um Waldburg nun die Möglichkeit, ihre Mobilität zu erweitern.

## Mitfahrplattform „Pendla“

Die Mitfahrplattform „Pendla“, die sich vor allem an Berufs- und Ausbildungspendler:innen richtet, wurde in Waldburg und den umliegenden Gemeinden (Gemeindeverwaltungsverband Gullen) eingeführt. Neben den ansässigen Unternehmen beteiligen sich die Kommune und das Projektteam an der Erprobung. Die Projektgruppe im Waldburger Gewerbegebiet führte zudem auch Maßnahmen zur Förderung des Fahrradpendelns durch.

”

**Natürlich gab es rechtliche Bedenken, Zweifel an einer ausreichenden Nachfrage usw., aber wir haben das trotzdem ausprobiert – es wurde eine Erfolgsgeschichte!“**

## **B** Der letzte Schliff

Um eine Mobilitätsidee erfolgreich umzusetzen, sind konkrete Schritte und eine klare organisatorische Struktur notwendig. Zuerst ist es wichtig, die Idee weiterzuentwickeln und einen präzisen Plan aufzustellen. Ihr solltet verlässliche Zuständigkeiten definieren. Identifiziert Ressourcen, die ihr für die Umsetzung benötigt. Setzt euch einen Zeitrahmen mit Meilensteinen. Ein detaillierter Plan bietet Orientierungspunkte und erleichtert es, den Fortschritt während der Umsetzung zu überwachen.<sup>21</sup>

Von Anfang an sind regelmäßige Treffen innerhalb der Projektgruppen wichtig. Um die Zusammenarbeit zu verbessern, könnt ihr feste Runden einführen oder Steuerungsgremien bilden. Das fördert nicht nur das Gefühl, dass alle gemeinsam verantwortlich sind, sondern erlaubt es auch allen Beteiligten, bei wichtigen Entscheidungen mitzureden.<sup>22</sup> Offen zu reden und Aufgabebereiche klar zu definieren, unterstützt eine harmonische Gemeinschaft und schafft eine produktive Arbeitsatmosphäre. Das verbessert die Aussichten auf Erfolg.

Als Nächstes solltet ihr den Aufwand und die Kosten kalkulieren, wobei ihr auch notwendige Anschaffungen berücksichtigen müsst. Eine realistische Budgetplanung ist entscheidend, um finanzielle Ressourcen effizient zu nutzen. Gleichzeitig solltet ihr prüfen, wie euer Projekt finanziell und materiell unterstützt werden kann, z. B. durch öffentliche Fördermittel, Spenden oder Sponsorengelder.<sup>23</sup>

Eine wichtige Rolle bei der Vorbereitung spielt der rechtliche Rahmen. Ihr solltet mögliche gesetzliche Hürden so früh wie möglich identifizieren, Haftungsrisiken genau betrachten und Versicherungsfragen klären. Hierbei ist es hilfreich, sich über bestehende Regelungen (z. B. Experimentierklauseln oder Ausnahmegenehmigungen) zu informieren und entsprechende Anforderungen zu erfüllen. Es ist ratsam, dass ihr frühzeitig die notwendigen Anträge bei den zuständigen Ämtern einreicht und Genehmigungen einholt. Eng mit der Verwaltung eurer Stadt oder Gemeinde zusammenzuarbeiten, kann den Umsetzungsprozess erleichtern.<sup>24</sup>

Im Vorfeld solltet ihr sorgfältig darüber nachdenken, welchen Zeitraum, welche Dauer und welchen Standort ihr für das Mobilitätsexperiment wählt. Diese Entscheidungen hängen nicht nur von den Zielen eurer Projektgruppe und der Art des Vorhabens ab, sondern auch von externen

Faktoren wie Wetterbedingungen oder saisonalen Schwankungen. Die zeitliche Beschränkung kann auch damit einhergehen, dass eine spezifische Experimentierklausel verwendet wird, die Vorgaben, etwa zur maximalen Nutzungsdauer, enthält.<sup>25</sup> Mehr zum Thema Experimentierklauseln erfahrt ihr im nächsten **Schritt 6C**.

Öffentlichkeitsarbeit ist wichtig, um euer Angebot bekannt zu machen, die Reichweite zu steigern und weitere Unterstützung zu mobilisieren. Wie bereits in **Schritt 3A** beschrieben, sind folgende Faktoren zentral für den Erfolg: eine durchdachte Strategie für die Öffentlichkeitsarbeit und eine gezielte Kommunikation, digital sowie in gedruckter Form (lokale Presse, Webseiten der Kommune, örtlicher Vereine oder Institutionen, Social-Media-Kanäle, Flyer und Plakate). Wenn alle Faktoren berücksichtigt wurden und ein detaillierter Plan vorliegt, könnt ihr euer Testprojekt starten. Dies sollte jedoch nicht der konzeptionelle Endpunkt sein, sondern vielmehr der Beginn eines Projekts, in dem sich die Mobilitätslösung ständig verbessert und weiterentwickelt. Während des Testlaufs ist es wichtig, den Fortschritt zu überwachen, Meinungen sowie Verbesserungsvorschläge zu sammeln und gegebenenfalls Anpassungen vorzunehmen, um das Experiment auf Dauer erfolgreich umzusetzen.

# C Gemeinsam mehr erreichen

## Vorhandene Ressourcen ausschöpfen

Zentrale Ansprechpartner:innen für das Mobilitätsprojekt müssen sich nicht in jedem Bereich bis ins kleinste Detail auskennen und alle Vorbereitungen alleine stemmen. Ideen lassen sich besser zum Leben erwecken, wenn Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Perspektiven gemeinsam an der Umsetzung arbeiten. Vielfältige Ressourcen, sei es in Form von Fachkenntnissen, Netzwerken oder technischen Geräten, tragen dazu bei, euer Projekt vielseitig und effektiv zu gestalten. Wenn aktiv Mitwirkende über entsprechendes Vorwissen verfügen, kann dies den Aufwand und die Dauer der Vorbereitung deutlich reduzieren. Es ist also sinnvoll, das aufgebaute Netzwerk aus aktiven Menschen und Gruppen vor Ort dahingehend zu prüfen und Aufgaben nach den unterschiedlichen Kompetenzen aufzuteilen. Sollten manche Bereiche durch das Netzwerk trotzdem nicht abgedeckt sein, ist es ratsam, sich die externe Hilfe einer Fachperson (z. B. Jurist:in oder Versicherungsberater:in) zu holen. Wenn nur wenige Ressourcen zur Verfügung stehen, kann die Projektgruppe ggf. auch an bereits vorhandene Prozesse oder Projekte anknüpfen, um ihr Vorhaben zu realisieren.<sup>26</sup>

## Experimentierklauseln nutzen

Mobilitätsprojekte sind in Bezug auf Innovation, Ziele, beteiligte Akteur:innen sowie relevante Regeln und Vorschriften überaus vielfältig, dennoch sind sie oft mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert. Manchmal ist es notwendig, Ausnahmegenehmigungen oder Experimentierklauseln zu nutzen. Um eine solche Genehmigung oder Klausel verwenden zu können, muss euer Projekt jedoch bestimmte Tatbestandsmerkmale erfüllen. Dabei könnt ihr von bereits realisierten Projekten lernen, die von derartigen Ausnahmeregelungen profitiert haben. In **Schritt 3** haben wir euch gezeigt, wie ihr solche Beispielprojekte identifizieren könnt. Es gibt beispielsweise das „Netzwerk Reallabore“ und die „Reallabore-Strategie“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz.

Die Experimentierklausel benennt in vielen Fällen die zuständigen Behörden. Deren Mitarbeitende gehören zu den Kernakteur:innen bei der Umsetzung eines Mobilitätsprojekts. Sie sind erste Ansprechpartner:innen und informieren darüber, wie die Experimentierklausel anzuwenden ist. Der Umsetzungsprozess kann dennoch zeitaufwendig sein. Oft ist es erforderlich, zahlreiche Verwaltungseinheiten auf lokaler, regionaler und Landesebene einzubeziehen, da innerhalb der Behörden keine festen Abläufe für den Erprobungsgegenstand festgelegt sind. Es ist vorteilhaft, von Beginn an eng mit den zuständigen Ämtern und Behörden zusammenzuarbeiten und gemeinsam nach Lösungen zu suchen.

## D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde

Die Verwaltungsstellen spielen eine Schlüsselrolle, wenn es darum geht, einen rechtlichen Rahmen für Mobilitätsexperimente festzulegen. Experimentierklauseln geben der Verwaltung oft einen erheblichen Ermessensspielraum, insbesondere wenn es um die Erprobung neuartiger Mobilitätsinnovationen geht.<sup>27</sup> Es ist entscheidend, dass Genehmigungsbehörden die vorhandenen, aber möglicherweise noch wenig genutzten Spielräume in vollem Umfang ausschöpfen.<sup>28</sup> Dazu müssen die Kommunen über Expertise und Rechtssicherheit verfügen, so etwa zu der Frage: Wie sind die bestehenden oder geänderten rechtlichen Rahmenbedingungen? Und sie müssen wissen, wie sie Experimentierklauseln und Ausnahmeregelungen optimal nutzen können. Es ist gut, wenn die zuständige Behörde bereits Vorwissen zur Verwaltungspraxis im Genehmigungsfall hat. Diese Erfahrung kann dazu beitragen, euer Projekt effizient umzusetzen, und kommt auch zukünftigen Vorhaben zugute. Die Kompetenz im Umgang mit Experimenten kann den zeitlichen und personellen Aufwand der Behörden erheblich reduzieren.

Für die unterschiedlichen Mobilitätsthemen gibt es in Baden-Württemberg vielfältige Beratungs- und Unterstützungsangebote, wie beispielsweise:

- KEA Klimaschutz- und Energieagentur Baden-Württemberg GmbH
- Allianz für Beteiligung e. V.
- NVBW – Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH
- probürgerBus Baden-Württemberg e. V.
- Mitfahrverband e. V.
- Landesportal aktivmobil BW
- Kampagne NEUE MOBILITÄT bewegt nachhaltig



Eine Gruppe von engagierten Bürger:innen hat einen ehrenamtlich betriebenen Einkaufsshuttle ins Leben gerufen und dafür neue Haltestellen in Geislingen gestaltet. Foto: Michael Frisch

Eine Rollator-Rallye in Geislingen verdeutlichte, dass mobilitätseingeschränkte Personen auf große Herausforderungen in ihrem Alltag stoßen. Foto: Julian Bansen



Dank des gemeinsam genutzten Lastenrads LaWa haben nun alle Einwohner:innen von Waldburg die Gelegenheit, ihre Mobilität zu erweitern. Foto: Svenja Lampert





Etwa 20 Studierende der HFT arbeiteten zusammen mit lokalen Akteur:innen an innovativen Lösungen, wie die Fleiner Straße anders genutzt werden kann. Foto: HFT Labor Experimenteller Stadtraum Sommersemester 2023



Ein 110 Meter langer Abschnitt der Fleiner Straße in Stuttgart-Rot wurde vorübergehend für den Autoverkehr gesperrt und mit Aktivitäten rund um nachhaltige Mobilität und soziale Interaktion belebt. Foto: Barbara Hefner



Durch die temporäre Umgestaltung der Fleiner Straße konnte Platz für Spiel, Aufenthalt, Entspannen, Entdecken, Begegnen, Austauschen und zur Teilhabe geschaffen werden. Foto: Barbara Hefner



Die Besucher:innen der Veranstaltung „110 Meter Fleiner Zukunft“ konnten aktive Mobilitätsangebote wie Lastenräder, Laufräder und Pedalos testen. Foto: Barbara Hefner



Die Zuffka, eine von Ehrenamtlichen betriebene Fahrrad-Rikscha für Personen mit Mobilitätseinschränkungen, konnte ebenfalls ausprobiert werden. Foto: Barbara Hefner



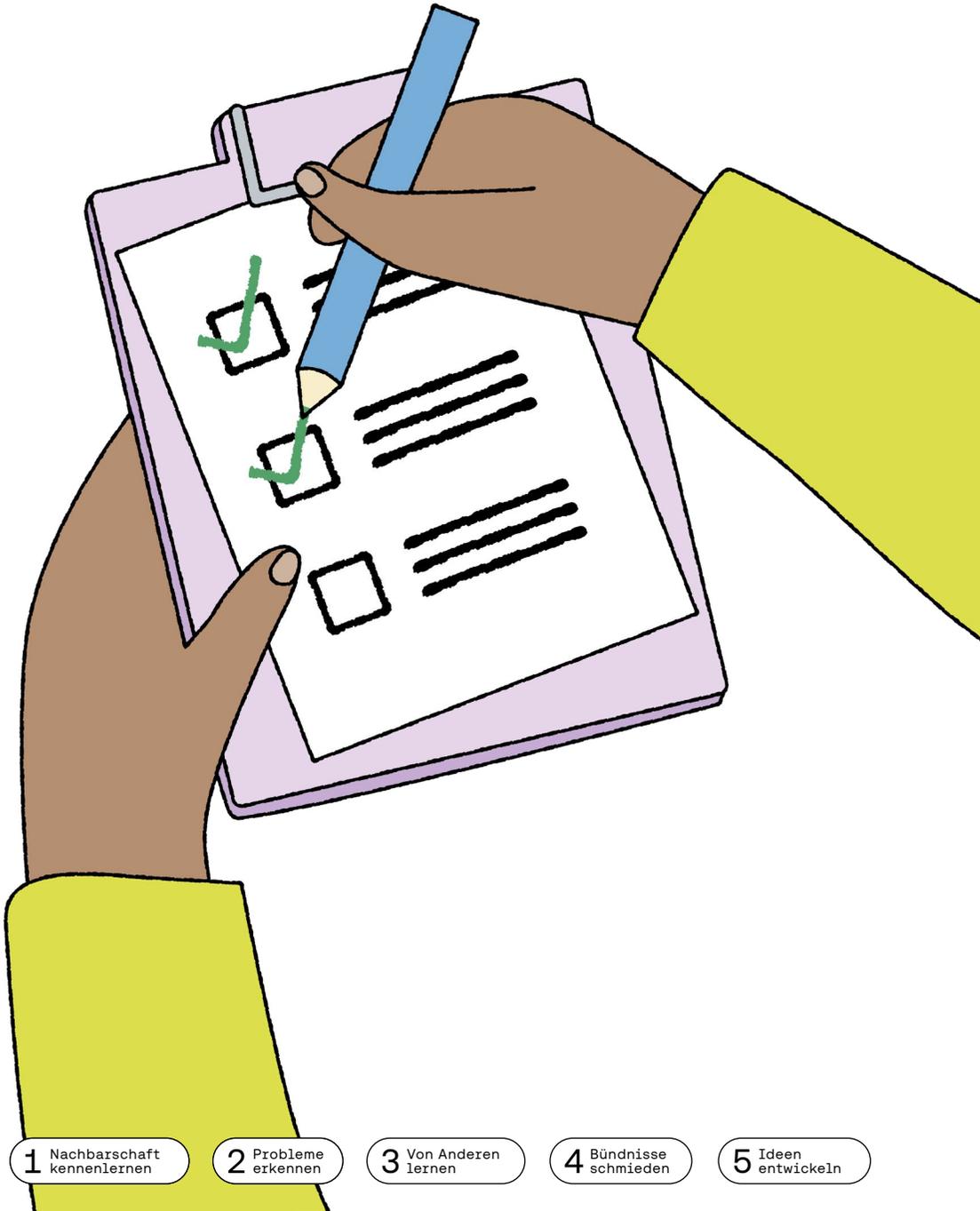
Gemeinsam mit Mitarbeitenden und Bewohnern des Immanuel-Grözingen-Hauses in Stuttgart-Rot wurde ein Laufradsharing für Erwachsene auf den Weg gebracht. Foto: Carola Pein



Mit dem Ziel, das Fahrradfahren in Geislingen zu fördern, wurde eine Critical-Mass-Demonstration durchgeführt. Foto: Sophie Urmetzer



Ein neues Parklet mit Fahrradabstellmöglichkeiten wird regelmäßig an unterschiedlichen Orten in Geislingen platziert, um potenzielle Fahrradstellplätze zu testen. Foto: Michael Frisch



# Projekte bewerten und verbessern

7

Mobilitätsprojekte zu entwickeln und umzusetzen, ist mit Arbeit verbunden. Dabei kommt oft die Frage zu kurz, ob das Projekt wirklich so funktioniert wie gedacht und wie es sich verbessern lässt. Dieser Schritt zeigt auf, wie du Projekte selbst bewerten kannst. So können sie noch erfolgreicher werden.

# A Projekte auf dem Prüfstand

In Geislingen, Waldburg und Stuttgart-Rot wurden sehr unterschiedliche neue Mobilitätslösungen umgesetzt (vgl. **Schritt 6 A**). Das Projektteam untersuchte dabei, wie die Entwicklung und die Umsetzung der Lösungen genau abliefen. Das nennt sich Prozess-evaluation. Bei der zusätzlichen Wirkungsevaluation prüften wir, welche Wirkungen die neuen Mobilitätslösungen erzielten. Dieses Vorgehen baut auf der Idee auf, dass sich in gemeinschaftlich gestalteten Mobilitätsprojekten vier Abschnitte unterscheiden lassen: Inputs, Outputs, Outcomes und Impact.

## Zwei zentrale Fragen waren für uns wichtig:

- ① Wie gestalten sich die Prozesse, die gemeinschaftliche Mobilitätslösungen hervorbringen?
- ② Welche Nachhaltigkeitswirkungen in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales lassen sich mit gemeinschaftlich gestalteten Mobilitätslösungen erzielen?

Um diese Fragen zu beantworten, hat das Projektteam unterschiedliche Themen und Indikatoren festgelegt, zu denen Informationen gesammelt wurden. Beim Prozess waren es die folgenden Themen: Betroffenheit, Motivation, Selbstwirksamkeit, soziale Interaktion, Engagement und externe Ressourcen der Engagierten. So konnten wir die Menschen besser kennenlernen, die sich in den Quartieren für MobiQ-Projekte enga-

gierten. Die Wirkungsindikatoren waren: Treibhausgas-Emissionen, Verkehrsmittelbestand, Verkehrsvermeidung und -verlagerung, Daseinsvorsorge, Akzeptanz, Bezahlbarkeit, Finanzierbarkeit und Verstetigung.



**Abbildung:** Prozess- und Wirkungsbewertung im Projekt MobiQ



Um den Prozess und die engagierten Menschen in MobiQ kennenzulernen, führten wir eine Reihe von Interviews durch. Vorab erstellten wir einen Leitfaden mit Fragen. Die Gespräche wurden als Audio-Aufnahmen dokumentiert und anschließend schriftlich festgehalten.

Um die Wirkungen der Mobilitätsprojekte in MobiQ erfassen zu können, nutzten wir unterschiedliche Methoden. Befragte aus den Nachbarschaften konnten beispielsweise online eine Rückmeldung geben, wie sie die neuen Angebote nutzen.



**Ich wusste gar nicht,  
dass auf der Straße so  
viel Platz ist!“**

Kombiniert mit weiteren Informationen entstand ein Wirkungsbild der Projekte, beispielhaft hier aufgezeigt am Mobilitätsprojekt „Lastenrad-Verleih“ in Waldburg:

- ① Bevor der Verleih des Lastenrads startete, wurden rund 40 Menschen aus Waldburg befragt: „Wie würden Sie ein Lastenrad nutzen?“
- ② In der Umsetzungsphase der Lastenrad-Verleihs wurden 11 Menschen befragt: „Wie nutzen Sie das Lastenrad?“, „Wie kann das Lastenrad finanziert werden?“
- ③ Im Anschluss wurden die Ergebnisse analysiert. Um die Lehren, die wir daraus gezogen haben, geht es im **Schritt 7 B**. Für das Lastenrad lässt sich sagen, dass es dazu beiträgt, Treibhausgas-Emissionen einzusparen, Verkehr zu verlagern und Alltagswege im Ort bewältigen zu können. Das Lastenrad ist beliebt, allerdings ist die Anschaffung teuer; auch Instandhaltung, Versicherung und die Buchungsplattform verursachen Kosten.

## B Auf Kurs bleiben

In MobiQ konnten wir noch während des Projekts dazulernen, weil wir die Prozess- und Wirkungsevaluation parallel durchgeführt haben.

So konnte beim Lastenrad festgestellt werden, dass es dazu beiträgt, Treibhausgas-Emissionen einzusparen, Autofahrten zu vermeiden und Alltagswege im Ort zu bewältigen. Das Lastenrad ist beliebt, allerdings ist die Anschaffung teuer. Auch Instandhaltung, Versicherung und die Buchungsplattform verursachen Kosten. Durch die Plattform „Pendla“ können mit geringen Kosten bzw. sogar monetären Einsparungen Treibhausgas-Emissionen eingespart werden. Es zeigt sich aber auch, dass die Zahl der in der Plattform dokumentierten Fahrgemeinschaften nicht so stark stieg wie die Zahl der Nutzenden. Daraus schlossen wir, dass das Angebot immer wieder durch Werbung ins Bewusstsein gerufen werden muss. Das Einkaufsshuttle hat sich als fast unverzichtbarer Teil des Alltags einer ansonsten wenig mobilen Bevölkerungsgruppe etabliert. Hier könnte allerdings eine bessere Auslastung bzw. ein anderer Fahrzeugantrieb die ökologische Bilanz verbessern.

Indem wir untersuchten, welche sozialen Strukturen und Vorgänge sich rundherum abgespielt haben, konnten wir verstehen, was es braucht, um die Mobilitätsangebote an den drei Standorten auf die Dauer zu erhalten. Aus Befragungsergebnissen konnten wir auch schon weitere Ideen sammeln, die zukünftig umgesetzt werden könnten.



Mehr Ergebnisse aus der Evaluation im Rahmen von MobiQ erfährt ihr hier: [oeko.de/fileadmin/oekodoc/WP-MobiQ-Reallaboren.pdf](https://oeko.de/fileadmin/oekodoc/WP-MobiQ-Reallaboren.pdf)

## C Projektcheck selbst gemacht

Um Mobilitätsprojekte selbst zu bewerten und daraus zu lernen, braucht es nicht viel. Etwas Equipment ist aber hilfreich. Praktisch sind zum Beispiel:

- Ein Computer, Smartphone oder Tablet mit einem Textprogramm wie Microsoft Word, Apple Pages oder LibreOffice Writer. Auch Online-Textverarbeitungsprogramme wie Google Docs sind nützlich
- Internetzugang
- Umfragesoftware, beliebte kostenfreie Lösungen sind z. B. Google Forms oder SurveyMonkey
- Drucker oder Copy Shop
- Audio-Aufnahme-App auf dem Smartphone oder ein Aufnahmegerät
- Klemmbrett
- Papier, Textmarker und Kugelschreiber

Je nachdem, wie euer Projekt strukturiert ist, bieten sich verschiedene Arten der Bewertung an. Wenn viele Personen das Projekt nutzen, könnte eine Umfrage sinnvoll sein, um die Wirkung zu bewerten. Ist die Gruppe von Nutzer:innen und Organisator:innen eher überschaubar, so könnt ihr vermutlich alles anhand persönlicher Interviews bewerten. Hier zeigen wir zwei Beispiele, wie ihr Prozesse und Wirkungen selbst bewerten könnt.

### Prozesse mit Interviews bewerten

Für die Bewertung von Prozessen bieten sich Interviews an. Dabei kannst du z. B. so vorgehen:

- ① **Untersuchungsgegenstand** festlegen – bestimmen, was genau untersucht werden soll, z. B.: „Wir wollen wissen, warum sich Menschen in unserem Projekt engagieren. Wie können wir diese Menschen dazu bewegen, sich langfristig in unser Projekt einzubringen?“
- ② **Zielgruppe** festlegen – überlegen, wer befragt werden soll, z. B. alle Menschen, die sich bisher in eurem Projekt engagiert haben, auch die, die nicht mehr dabei sind.
- ③ **Interviewleitfaden** entwickeln – alle Fragen an die Zielgruppe in einem übersichtlichen Dokument zusammenstellen und in eine sinnvolle Reihenfolge bringen

gen. Dabei solltet ihr die Fragen möglichst einfach und klar formulieren. Die Fragen sollten zudem offen (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten) und neutral (also nicht wertend), respektvoll und wohlwollend sein. Eine Frage sollte immer nur ein Thema betreffen, sodass klare Antworten möglich sind. Eine Frage, auf die direkt mit „Ja“ oder „Nein“ geantwortet werden kann, ohne viel zu erzählen, ist meist keine gute Interviewfrage.

- ④ **Einladen** – Menschen aus der Zielgruppe für die Teilnahme an Interviews gewinnen.
- ⑤ **Interviews** durchführen – mit den Menschen ins Gespräch kommen. Oft lohnt es sich, Interviews zu zweit zu führen. Eine Person führt das Gespräch und eine Person notiert die Antworten. Datenschutz ist wichtig, wenn die Gespräche aufgezeichnet oder die Ergebnisse veröffentlicht werden sollen. Die Personen müssen hiermit einverstanden sein und die Veröffentlichung freigeben.
- ⑥ **Auswertung** der Gespräche – die Frage aus dem Untersuchungsgegenstand beantworten. Die Dokumentation oder Notizen zu den Interviews bieten hierfür die Grundlage. Digital oder mit Textmarkern können Aussagen hervorgehoben und kommentiert werden. Anschließend werden die Erkenntnisse übersichtlich zusammengefasst.

## Wirkungen mit Fragebögen bewerten

Umfragen mit Fragebögen bieten sich an, um Wirkungen bewerten zu können. Ihr könnt beispielsweise so vorgehen:

- ① **Untersuchungsgegenstand** festlegen – bestimmen, was genau untersucht werden soll, z. B.: „Wir wollen wissen, warum sich Menschen in unserem Projekt engagieren. Wie können wir diese Menschen dazu bewegen, sich langfristig in unser Projekt einzubringen?“
- ② **Zielgruppe** festlegen – überlegen, wer befragt werden soll, z. B. alle Menschen, die das Lastenrad bisher ausgeliehen haben.
- ③ **Fragebogen** entwickeln – alle Fragen in einem übersichtlichen Dokument zusammenstellen und in eine Reihenfolge bringen. Dabei solltet ihr die Fragen einfach und klar formulieren. Sie sollten offen und neutral sein (also nicht wertend), respektvoll und wohlwollend. Eine Frage betrifft immer nur ein Thema, sodass klare Antworten möglich sind. Im Unterschied zu Interviews in der Prozessbewertung werden in Fragebögen meist Antwortoptionen vorgegeben. Dabei ist es wichtig, dass sich die Antwortkategorien inhaltlich nicht überschneiden. Befragte sollten immer ein Kreuzchen setzen können, das geht am besten, indem die Optionen „keine Meinung“ oder „Sonstiges“ mit hinzugenommen werden.



- ④ **Umfrage** erstellen – entweder den Fragebogen mit Ankreuzfeldern ausdrucken oder den Fragebogen digital programmieren (siehe Equipment).
- ⑤ **Einladen** – Menschen aus der Zielgruppe für die Teilnahme an der Umfrage gewinnen.
- ⑥ **Interviews** durchführen und mit **Fragebögen** Informationen sammeln – die Möglichkeiten sind vielfältig, z. B. Befragungen mit Klemmbrett, ein vor Ort ausgehändigter Fragebogen oder ein postalischer Einwurf.
- ⑦ **Auswertung der Gespräche** – die Frage aus dem Untersuchungsgegenstand beantworten. Für jede Frage wird eine Tabelle mit den Ergebnissen erstellt, z. B.:

**Wie hat dir deine letzte Fahrt mit dem Lastenrad gefallen?**

	Befragte	Prozent
 Gut	5	25%
Eher gut	10	50%
 Eher schlecht	2	10%
Schlecht	3	15%

Mögliche Fragetypen in Fragebögen:

- Offene Fragen (W-Fragen) – wenn die Befragten eine detaillierte Antwort geben sollen, z. B.: „Welche Verbesserungsvorschläge hast du für den Lastenrad-Verleih?“
- Geschlossene Fragen – wenn eine Übersicht hilfreich ist, es aber nur eine Antwort gibt, z. B.: „Welches Fahrzeug hättest du genutzt, wenn es das Lastenrad nicht gäbe?“ a) Auto, b) öffentliche Verkehrsmittel, c) Fahrrad, d) zu Fuß, e) sonstige Verkehrsmittel, d) ohne Lastenrad hätte ich den Weg nicht gemacht, f) weiß nicht.
- Listen-Fragen – wenn eine Übersicht hilfreich ist, es aber mehrere Antworten gibt, z. B.: „Welches Fahrzeug ist in deinem Haushalt verfügbar?“ a) Auto, b) Fahrrad, c) Motorrad, d) Motorroller, e) sonstige Verkehrsmittel, f) weiß nicht.
- Ranking-Fragen – wenn die Rangordnung wichtig ist, z. B.: „Ordne die folgenden Lastenrad-Merkmale in absteigender Wichtigkeit. Teile ihnen dazu die Zahlen 1-3 zu.“ Elektroantrieb (1), Kindersitz (2), Regenschutz (3).
- Rating-Fragen – wenn etwas bewertet werden soll, z. B.: „Wie hat dir deine letzte Fahrt mit dem Lastenrad gefallen?“ Gut, eher gut, eher schlecht, schlecht.
- Input-Fragen – wenn eine Zahl erfasst werden soll, z. B.: „Wie viele Kilometer hast du beim letzten Mal mit dem Lastenrad zurückgelegt?“ \_\_\_ km

# D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde

Städte und Gemeinden, Institutionen und Vereine haben oft mehr Personal und finanzielle Mittel als private Initiativen. Damit entstehen neue Möglichkeiten, Projekte zu bewerten. Die Evaluation von Prozessen und Wirkungen kann, je nach Ziel und Budget, intern durchgeführt oder ausgelagert werden. Unabhängig davon, für welche Lösung sich eine Kommune oder Institution entscheidet, kann es hilfreich sein, vorab folgende Checkliste durchzugehen.

Kategorie	Leitfragen	Frage diskutiert?
<b>Untersuchungsgegenstand</b>	Was soll warum untersucht werden? Wie müssen Ergebnisse der Evaluation aussehen, um verwendbar zu sein?	<input type="checkbox"/>
<b>Ressourcen</b>	Welche finanziellen und personellen Ressourcen für die Durchführung der Evaluation sind vorhanden?	<input type="checkbox"/>
<b>Zeitlicher Rahmen</b>	Bis wann sollen die Ergebnisse der Evaluation vorliegen?	<input type="checkbox"/>
<b>Zielgruppe und Daten</b>	Wer soll befragt werden? Woher kommen die Daten?	<input type="checkbox"/>
<b>Partizipation</b>	Wer sollte in der Entwicklung der Evaluation mit zu Wort kommen?	<input type="checkbox"/>
<b>Auswirkungen Umwelt</b>	Welche Umweltauswirkungen sollen bewertet werden?	<input type="checkbox"/>
<b>Auswirkungen Soziales</b>	Welche sozialen Auswirkungen sollen bewertet werden?	<input type="checkbox"/>
<b>Auswirkungen Ökonomie</b>	Welche ökonomischen Auswirkungen sollen bewertet werden?	<input type="checkbox"/>
<b>Ergebnisnutzung &amp; Öffentlichkeitsarbeit</b>	Was soll mit den Ergebnissen der Evaluation passieren?	<input type="checkbox"/>



Frage diskutiert?



Die Besucher:innen der Fleiner Straßenaktion waren sich bei der Umfrage vor Ort einig, dass die Straße zukünftig Fußgänger:innen und Fahrradfahrenden gehören sollte. Foto: Barbara Hefner

Bei der Veranstaltung „110 Meter Fleiner Zukunft“ hatten alle Besucher:innen die Möglichkeit, ihre Meinung zur Straßenaktion zu äußern und Ideen für eine dauerhafte Neugestaltung der Verkehrsflächen einzubringen. Foto: Barbara Hefner



Die Mobilitätsangebote in Geislingen wurden im Zuge mehrerer Projektgruppentreffen bewertet und verbessert. Foto: Michael Frisch



In Stuttgart-Rot versammelten sich die aktiven Akteur:innen wieder im Bürgerhaus, um das Projekt gemeinsam weiterzuentwickeln. Foto: insertEFFECT GmbH

Auch in Waldburg wurden Vorschläge gesammelt, wie sich die neuen Mobilitätsangebote zukünftig entwickeln sollten und welche Akteur:innen dafür erforderlich sind. Foto: Lukas Minnich

Mithilfe einer Pinnwand wurden sowohl die positiven Aspekte der Mobilitätsangebote als auch die Bereiche, die noch verbessert werden müssen, gesammelt. Foto: Lukas Minnich





# Ergebnisse in die Breite tragen

Dieser Schritt zeigt auf, wie ihr eure Ideen oder Projekte bekannt machen könnt, damit andere davon erfahren, insbesondere in eurer eigenen Stadt oder Gemeinde. Es geht darum, andere darüber zu informieren, wie ihr vorgegangen seid, welche Hemmnisse und Erfolgsfaktoren es gab. Ziel ist es, Menschen an anderen Standorten zum Nachahmen zu motivieren.

## **A** Sichtbar werden

Im Projekt MobiQ haben wir verschiedene Kommunikationskanäle genutzt, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. In einem Reallabor-Projekt ist das besonders wichtig, denn erfolgreiche Reallabore basieren auf einem starken sozialen Netzwerk, das sie trägt. Es ging beispielsweise darum, Vereine, Verbände, lokale Unternehmen und Aktive im Stadtteil oder in der Gemeinde anzusprechen. Wir nutzten dazu vielfältige analoge und digitale Kommunikationswege. So konnten wir die Menschen erreichen, mit denen wir in MobiQ zusammengearbeitet haben.

Für die wissenschaftliche Kommunikation wählten wir andere Wege. Wissenschaftliche Fragestellungen wurden mit Kolleg:innen aus der Reallabor-Forschung oder auf Konferenzen erörtert und in Fachkreisen veröffentlicht.

## Gestaltung

Sehr wichtig war es, ein MobiQ-Markenzeichen mit Wiedererkennungswert zu entwickeln. Die Startseite der Webseite ([reallabor-mobiq.de](http://reallabor-mobiq.de)) war dabei entscheidend. Sie diente von Anfang an als erster Anlauf- und Kontaktpunkt, informierte über die Ausgangslage, Ziele, Methoden und vor allem über Neuigkeiten aus den Projekten. Um das Q herum entwickelten wir eine klare Bildsprache, damit MobiQ schnell und eindeutig erkannt wird. Außerdem ist die Seite variabel aufgebaut und lässt sich jederzeit erweitern. Alle projektbezogenen Veröffentlichungen können hier abgerufen werden. Die MobiQ-Webseite ist eine Art „Arbeitsraum“, der die Offenheit des Projekts gewährleistet.

## Kommunikation

Unsere digitale Kommunikationsstrategie umfasste auch Social-Media-Kanäle. So war es einfach, uns zu erreichen. Facebook, Instagram und LinkedIn bespielten wir zu Beginn noch relativ unsystematisch mit individuellen Beiträgen. Da das recht aufwendig war, entwarfen wir später nur noch für Instagram Posts, die wir auch auf Facebook schalteten. Dadurch konnte die Reichweite zwar auf Facebook nie wirklich gesteigert werden, der Instagram-Kanal ist aber durchaus erfolgreich. LinkedIn nutzen wir für Nachrichten, die sich an ein professionelles Publikum wenden. Die Grafiksprache von MobiQ verwendeten wir auch für Flugblätter und Plakate. Wichtig war es uns, eng

mit Multiplikator:innen, also gut vernetzten Bürger:innen, zusammenzuarbeiten, um Neuigkeiten zu verbreiten. Auch Artikel in der Lokalzeitung und amtlichen Mitteilungsblättern waren Bestandteil unseres Kommunikationskonzepts.

## Präsenz

Das Q ist das zentrale Wiedererkennungsmerkmal von MobiQ. Es dient als Brücke zwischen der digitalen und analogen Präsenz. Als Blick- und Ideenfänger bauten wir den Buchstaben in großem Maßstab aus Holz und stellten ihn gut sichtbar im öffentlichen Raum auf, z. B. bei unserem „Pop-up-Stand“ oder im Rahmen der partizipativen Reallabor-Experimente vor Ort. Das Q zog die Blicke auf sich, weckte Interesse und eröffnete gleichzeitig den Dialog. Die Funktion des Ideenfängers als niederschwellige Möglichkeit zur Kontaktaufnahme hat sich bewährt. So können Menschen, die nicht diskutieren möchten, trotzdem Fragen beantworten, wie z. B.: „Wie möchte ich mich nachhaltig durch das Quartier bewegen?“



## Beispiele für Kommunikationsmittel

# MobiQ

Markenzeichen

Das Q ist ein spielerisches Element, das Neugier weckt. Es transportiert die Kernwerte der „Reallabormarke MobiQ“.



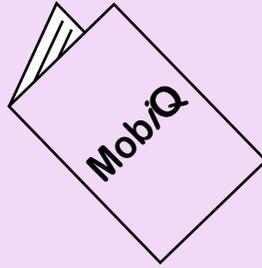
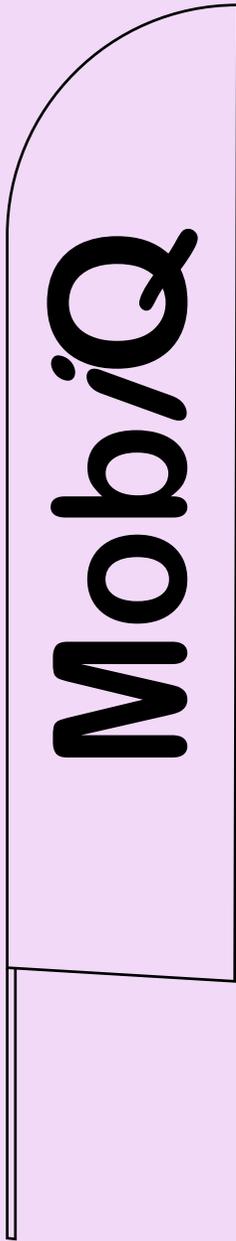
Webauftritt



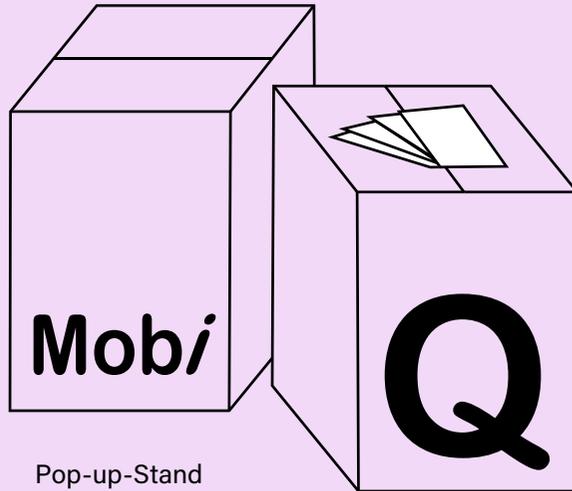
Social Media



[reallabor-mobiq.de](http://reallabor-mobiq.de)



Druckmedien



Pop-up-Stand

## **B** Wohlüberlegt vorgehen

Eine wichtige Erfahrung war, dass es an jedem Ort bewährte, funktionierende Kommunikationskanäle gibt. Das kann an einem Ort das kostenlos verteilte Amtsblatt sein, an anderen Orten die Lokalzeitung oder eine Person, die besonders breit vernetzt ist und dies auch nutzt.

Soziale Medien sind ebenfalls wichtig, um Aufmerksamkeit zu wecken. Hier sollte man jedoch selektiv vorgehen. Je nach Zielgruppe empfiehlt sich eine andere Plattform und es kommen kontinuierlich neue hinzu. Auch unterscheidet sich der redaktionelle Aufwand immens zwischen den verschiedenen Plattformen. So ist ein 140-Zeichen-Tweet auf X schneller gepostet, als ein Video für Youtube erstellt werden kann. Man sollte sich also gut überlegen, wen man erreichen kann und welchen Inhalt man realistischerweise posten sollte. Wer eine Mischung aus Bildern, kurzen Videos und Texten an ein Publikum vor Ort verbreiten möchte, kann dies relativ gezielt über Instagram und Facebook tun. Hier erreicht man am ehesten ein sehr gemischtes Publikum, während die Nutzer:innen von Apps wie TikTok und Snapchat eher jünger sind.<sup>29</sup>

Weniger gut funktionieren anonym verteilte Broschüren und Flugblätter. Diesen Kanal sollte man unbedingt mit einer persönlichen Präsenz verbinden. Flyer können beispielsweise als Handreichung an einem Informationsstand auf dem Marktplatz verteilt werden.

## C Projekte groß rausbringen

Um Interessierte auf dem Laufenden zu halten, solltet ihr euch frühzeitig Gedanken über ein Kommunikationskonzept machen. Das sollte im Idealfall nach der in **Schritt 4** beschriebenen Netzwerkbetrachtung erfolgen. Hier habt ihr eventuell bereits wichtige Akteur:innen identifiziert, die für die Kommunikation hilfreich sein können.

Ein Kommunikationskonzept zu skizzieren, ist nicht schwierig, ihr solltet aber die folgenden Punkte beachten:

### Planung

Ihr habt eine Initiative (Idee, Projekt) gegründet und ihr wisst genau, was ihr erreichen wollt. Aber die Ziele der Initiative und die Ziele der Kommunikation sind nicht unbedingt deckungsgleich.

### **Folgende Fragen sind zu klären:**

- Wer soll informiert werden?
- Worum soll überhaupt informiert werden?
- Was soll über die Kommunikation erreicht werden?

In **Schritt 4** habt ihr eine Karte der Akteur:innen vor Ort (Stakeholder-Map) erstellt. Hier habt ihr festgelegt, wen ihr einbinden und wen ihr informieren wollt. Personen, die informiert werden sollen, sind die Zielgruppen eurer Kommunikation. Versucht euch in diese Zielgruppen hineinzusetzen und überlegt, über welche Kanäle ihr diese Menschen erreichen könnt. Hilfreich könnte es sein, für die Zielgruppen Personas heranzuziehen (siehe **Schritt 2**). Haltet eure Gedanken zu den Zielgruppen und ihrem Informationsverhalten auf jeden Fall schriftlich fest.

Ihr wisst nun, über welche Kanäle ihr am besten kommuniziert. Jetzt könnt ihr entscheiden, ob ihr die jeweiligen Zielgruppen eher textbasiert (Lokalzeitungen, Amtsblätter) oder bildbasiert (soziale Medien) anspricht. Auf dieser Basis legt ihr anschließend eure Kernbotschaften fest. Hierfür solltet ihr einige (3–5) Kernbotschaften formulieren, die zu euren Projektzielen passen und die sich in verschiedenen Variationen verwenden lassen.

Die inhaltlichen Rahmenbedingungen stehen nun, ihr müsst aber auch die Zeitachse beachten. Stellt einen Plan auf, wann ihr was kommuniziert. Tragt in diesen Terminplan zuerst öffentliche Termine ein, die in eurem Projektgebiet stattfinden, und versucht eure Inhalte darauf abzustimmen. Öffentlichkeitsarbeit braucht Zeit. Achtet darauf, dass ihr gezielt verschiedene Kanäle bespielt, übertreibt es aber zu Beginn nicht. Ihr müsst nicht jede Woche auf jedem Kanal präsent sein. Überlegt auch, ob ihr bei man-



chen Veranstaltungen vor Ort sein solltet, und plant entsprechend.

Wichtig ist außerdem, Verantwortlichkeiten festzulegen. Wer schreibt welchen Beitrag? Wer ist dafür verantwortlich, Informationen nach außen weiterzugeben? Wer ist die Ansprechperson für Presseanfragen oder Rückmeldungen? Legt dies so früh wie möglich fest und dokumentiert es.

### **Abstimmung und Dokumentation**

Es ist entscheidend, die Außenkommunikation wiedererkennbar zu gestalten. Das heißt, jeder Post und jede Anzeige in der Lokalzeitung oder im Amtsblatt sollte ähnlich aufgebaut sein. Natürlich werdet ihr dies über die Zeit etwas verändern und das muss auch so sein. Achtet nur darauf, dass dies nicht zu radikal passiert. Erstellt am besten ein „Kommunikationstagebuch“, um „Brüche“ in der Art der Kommunikation zu vermeiden. Darin dokumentiert ihr, wer wann was veröffentlicht hat, sei es digital oder in gedruckter Form. Auch Zeitungsartikel, in denen über euch berichtet wird, solltet ihr sammeln und aufbewahren.

Außerdem solltet ihr euch mindestens einmal alle vier Monate treffen und das Vorgehen, wie oben beschrieben, absprechen. So könnt ihr auf aktuelle Geschehnisse und Veränderungen in eurer Stadt oder Gemeinde reagieren und die Kommunikationsstrategie anpassen.

### **Kommunikation und Nachverfolgung**

Stell dir vor, du liest etwas Interessantes über eine neue Bürger:inneninitiative und würdest gerne mehr darüber erfahren oder du möchtest dich sogar einbringen. Leider fehlt jedoch in der interessanten Anzeige im Amtsblatt oder auf Instagram der Hinweis, wo du dich melden kannst. Also legst du das Amtsblatt oder dein Smartphone zur Seite und tust nichts! Um das zu vermeiden, ist es wichtig, immer eine Kontaktmöglichkeit anzubieten. Am besten erstellt ihr dafür eine E-Mail-Adresse. Noch unkomplizierter ist es, eine Telefonnummer bereitzustellen. Verständlicherweise möchten aber nur die wenigsten Menschen ihre Privatnummer veröffentlichen. Abhilfe kann hier ein Prepaid-Tarif in Kombination mit einem Smartphone schaffen, wenn Geld dafür vorhanden ist. Prepaid-Karten gibt es bereits für unter 10 €/Monat bei allen Discountern.

Wichtig ist, dass ihr auch den Rücklauf dokumentiert: Wer hat sich wann auf Basis welches Kommunikationskanals bei euch gemeldet? Auf diese Weise lernt ihr mit der Zeit, welcher Kanal funktioniert und welcher eher nicht, und könnt euch die Zeit sparen, Inhalte zu kreieren, die nur wenig wahrgenommen werden. Außerdem erweitert sich so schrittweise euer Netzwerk um weitere Kontakte.

## **D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde**

Die Kommune kann euch über ihren Ehrenamtskoordinator oder ihre Ehrenamtskoordinatorin unterstützen. Die kommunale Verwaltung weiß zudem, welche Kanäle zur Kommunikation und Vernetzung innerhalb des Stadt- oder Gemeindegebiets am besten geeignet sind. Sie kann Bürger:inneninitiativen bei der Kommunikation beraten und unterstützen, wenn es darum geht, Flyer zu verteilen oder Plakate aufzuhängen. Oft gibt die Kommune ein Amtsblatt heraus. Darin kann sie Gruppen und Initiativen Platz für Veröffentlichungen einräumen, die kostenfrei sind.

Unterstützung bei der Kommunikation kann aber auch bedeuten, dass die Kommune aktiv bestimmte Projekte öffentlich befürwortet. Öffentlichkeitswirksame Persönlichkeiten aus der Verwaltung oder Stadtpolitik können sich positiv zu ausgewählten Projekten äußern. Bürgermeister:innen oder Marketingbeauftragte, die bestimmte Projekte öffentlich unterstützen, sind ein starkes Signal. Sie können Gruppen mit Potenzial sehr helfen, ohne dass damit eine finanzielle Verantwortung für die Kommune verbunden ist.



**Die eigentliche Baustelle ist die Kommunikation zum Mobilitätsbewusstsein, um Menschen dafür zu öffnen, ihren persönlichen Raum oder ihr Fahrzeug zu teilen.“**

Der Pop-up-Stand wurde modular konstruiert, um sich flexibel an verschiedene Einsatzorte anzupassen, wie hier bei der Bundesgartenschau in Mannheim 2023. Foto: Barbara Hefner

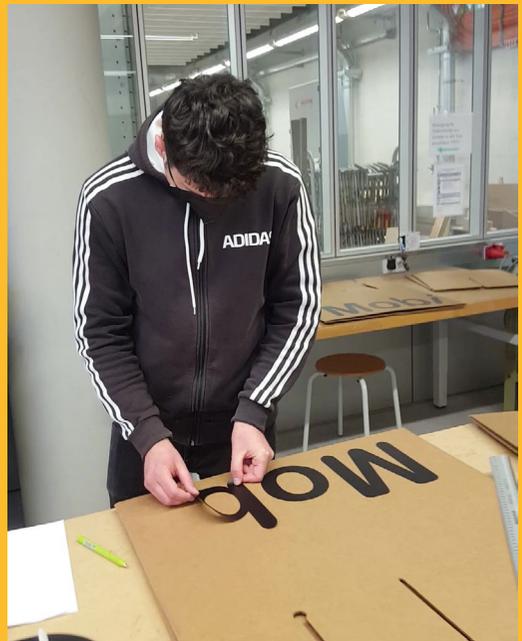


Unser Pop-up-Stand wurde erstmals in der Innenstadt von Geislingen präsentiert und erhielt viele positive Rückmeldungen. Foto: Julian Bansen

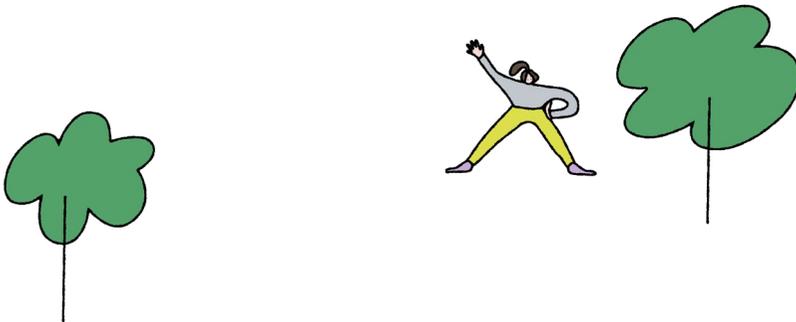
Auch beim Wochenmarkt auf dem Hans-Scharoun-Platz in Stuttgart-Rot kam der MobiQ-Stand zum Einsatz, um mit den Bürger:innen ins Gespräch zu kommen. Foto: Barbara Hefner



Das zentrale Erkennungszeichen von MobiQ ist das Q, das als großes Holzobjekt gebaut wurde. Das Q wurde gut sichtbar im öffentlichen Raum platziert, um Aufmerksamkeit zu erregen und Ideen zu sammeln. Fotos: Julian Bansen und Barbara Hefner



Für die Wiedererkennung wurden die Hocker aus Pappe mit dem MobiQ-Logo versehen, sie bieten vielseitige Einsatzmöglichkeiten als Sitzgelegenheit, Tisch oder Stand. Foto: Barbara Hefner



# Erfolge teilen und feiern

Euer Förderantrag hat grünes Licht erhalten? Die lokale Zeitung hat lobend über eure Initiative berichtet? Drei neue freiwillige Mitglieder sind hinzugekommen? Es ist nur halb so viel wert, Ziele im Projekt zu erreichen, wenn sie nicht gebührend gefeiert werden! Erfolge im Projekt zu teilen und zu würdigen, ist ein wichtiger Bestandteil. Es gibt euch das Gefühl, etwas Bedeutsames erreicht zu haben. Diese positive Erfahrung schafft nicht nur eine Atmosphäre der Wertschätzung, Motivation, Kreativität und des Teilens, sondern sie stärkt auch das Teamgefühl und den Zusammenhalt. Die gemeinsame Freude über erreichte Ziele gibt neue Energie und Motivation, um sich neuen Herausforderungen zu stellen.

## A Mobilitäts- gemeinschaft in Feierlaune

Wir haben im Projekt MobiQ Erfolge und Meilensteine auf vielfältige Weise gefeiert. Entspannte Quartierstreffen und Grillabende gaben Gelegenheit, uns auszutauschen und die Errungenschaften zu würdigen. Wir haben uns sowohl in gemütlichen Räumlichkeiten von beteiligten Akteur:innen als auch bei gutem Wetter im Freien getroffen. So konnten wir eine informelle, abwechslungsreiche und inspirierende Atmosphäre schaffen. Es ging auch darum, Ideen für die Zukunft zu teilen, uns gemeinsam über die nächsten Schritte zu beraten und neue Wege der Mobilität zu erkunden. Diese Treffen haben unsere Zusammenarbeit und das Wir-Gefühl sehr gestärkt.

Ein Höhepunkt war das Straßenfest in Stuttgart-Rot. Die Straße war mit bunten Lichtern und Dekorationen geschmückt. Köstliche Essensdüfte erfüllten die Luft. Wir organisierten gemeinsam mit allen Beteiligten ein vielfältiges Unterhaltungsprogramm, das für jede und jeden etwas bot, von Live-Musik und Tanzvorführungen bis hin zu spielerischen Wettbewerben und Aktivitäten für alle Altersklassen. Die Atmosphäre war ansteckend fröhlich und voller Begeisterung. Gemeinsam blickten wir stolz auf das Erreichte zurück. Wir nutzten die Gelegenheit, uns bei der Gemeinschaft für die Unterstützung zu bedanken, und zeigten unsere Wertschätzung für die Zusammenarbeit und den Zusammenhalt. Das Straßenfest war nicht nur ein Fest für Augen und Ohren, sondern auch ein Ausdruck der Freude und Dankbarkeit, die wir für die Erfolge unseres Projekts empfanden.

## B Innehalten und jubeln

Es ist wichtig, sich bewusst Zeit zu nehmen, um innezuhalten und gemeinsamen auf das Geschaffte zurückzublicken. Dieser Moment ermöglicht es, gemeisterte Herausforderungen zu würdigen. Er öffnet den Raum, um individuelle Erfahrungen und Ideen im Team zu teilen, und stärkt das Selbstvertrauen und den Zusammenhalt innerhalb der Gruppe. Ein Gefühl von Stolz, für persönliche Erfolge wie für die Leistungen der Teammitglieder, fördert ein positives Miteinander und motiviert zum Weitermachen. Das ermutigt die Projektgruppe, mit frischem Elan in die Zukunft zu blicken und neue Wege für kommende Vorhaben zu erkunden. Ladet auch Freunde und Bekannte ein. Dieser Austausch erweitert den Horizont und schafft eine breitere Unterstützungsbasis.



**Diese Aktion sollte einmal im Monat stattfinden und die Straße ist genau der richtige Ort, um die Fortschritte in unserem Projekt zu feiern!“**

## C Verbindende Momente

Informelle Veranstaltungen bieten zugleich die Chance, weitere Unterstützer:innen für das Projekt zu begeistern. Hier sind einige Ideen:

- **Foto- oder Filmabend**  
Bei einem Foto- oder Filmabend könnt ihr als Team zusammenkommen, um Erinnerungen an den Projektverlauf zu teilen. Alternativ könnt ihr Filme oder Bilder präsentieren, die thematisch mit dem Projekt verbunden sind, um Anregungen für zukünftige Vorhaben zu sammeln. Bei gutem Wetter bietet sich eine Veranstaltung unter freiem Himmel an, z. B. in Form eines Hauswandkinos. Vielleicht spricht ihr mit dieser Aktion Quartiersbewohner:innen an, die bislang nicht beteiligt waren, anschließend aber Lust haben, aktiv mitzuwirken.
- **Koch- oder Grillevent**  
Auch ein gemeinsames Koch- oder Grillevent schafft einen geeigneten Rahmen, um sich auszutauschen. Ihr könnt dafür ein bestimmtes Thema auswählen, das in eurem Projekt eine wichtige Rolle spielt.
- **Quartierstreffen**  
Im Projektverlauf sind nicht nur die großen Erfolge wichtig, auch kleinere Meilensteine sollten gewürdigt werden. Hierzu eignen sich regelmäßige Quartierstreffen. Ihr kommt an einem Ort zusammen, der für das Projekt eine besondere Bedeutung hat. Dies könnte beispielsweise der Ort sein, an dem das Projekt gestartet wurde oder wo bedeutende Ziele erreicht wurden.

Diese Treffen sind eine ideale Gelegenheit, um produktiv an den Projekten weiterzuarbeiten. Potenzielle neue Mitwirkende können inspiriert und motiviert werden, sich aktiv einzubringen. Ihr könnt Ideen austauschen, kreative Lösungsansätze entwickeln und gemeinsam neue Wege erkunden, um die Ziele des Projekts zu erreichen.

## **D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde**

Auch informelle Veranstaltungen müssen vorbereitet und finanziert werden. Kosten für Verpflegung, Raumreservierungen oder eventuelle Materialien sind unvermeidlich. Die Kommune kann auch in dieser Phase Mobilitätsinitiativen unterstützen. Sie kann Projekterfolge und Veranstaltungseinladungen in ihrem Netzwerk streuen, ob im persönlichen Gespräch beim nächsten Netzwerktreffen, über ihre Social-Media-Kanäle, im monatlichen Newsletter oder in einer Pressemitteilung. Je mehr Menschen von den Erfolgen erfahren, desto höher ist die Motivation, sich anzuschließen und mitzumachen.

Bei ehrenamtlichen Initiativen ist der Finanzrahmen oftmals schnell ausgeschöpft. Die Kommune kann die Projekte unterstützen, indem sie finanzielle Mittel bereitstellt. So wird es leichter, Veranstaltungen zu organisieren und durchzuführen. Die Stadt oder Gemeinde hat in der Regel auch geeignete Räumlichkeiten, um Treffen, Veranstaltungen und Feiern abzuhalten. Sie kann diese Räume kostenfrei zur Verfügung stellen und so den Geldbeutel der Veranstalter:innen entlasten.

Indem die Kommune öffentliche Veranstaltungen wie beispielsweise Quartiersfeste organisiert, fördert sie nicht nur das soziale Miteinander und stärkt die Gemeinschaft. Sie bietet auch Projektgruppen eine ideale Plattform, um ihre Mobilitätsprojekte zu präsentieren und damit einen Beitrag zum Gemeinschaftsleben zu leisten.



Gemeinsames Kochen stärkte das Teamgefühl, den Zusammenhalt und das Interesse neuer Quartiersbewohner:innen, aktiv mitzuwirken. Foto: Barbara Hefner

Beim Straßenfest in Rot sorgten Live-Musik und ein vielseitiges Unterhaltungsprogramm mit Tanzeinlagen für eine lebhaft Atmosphäre. Foto: Barbara Hefner





Lockere Nachbarschaftstreffen bei herrlichem Sommerwetter in Stuttgart-Rot boten die Möglichkeit zum Austausch und zur Wertschätzung der Projekt-Fortschritte. Foto: Felix Rall



Feierliche Eröffnung der 2. Phase von MobiQ im Straßenbahnmuseum Stuttgart Bad-Cannstatt. Foto: Hui-Chiu Pan

6 Experimente wagen

7 Bewerten + optimieren

8 Ergebnisse teilen

9 Erfolge feiern

10 Zukunft gestalten

129



# Wachsen und die Zukunft weiter gestalten

10

In den vorherigen Schritten haben wir gezeigt, wie sich Lösungen für eine bessere Mobilität im Quartier erfolgreich in die Tat umsetzen lassen.

Worauf kommt es nun an, wenn die neuen Mobilitätsangebote dauerhaft bleiben sollen? Wie schaffen es die Projektgruppen, gemeinsam weiterzuarbeiten? Wie entwickeln sie die Projekte fort? Wie setzen sie neue Ideen um? Wie überzeugen sie andere, mitzumachen oder das Angebot andernorts in ähnlicher Weise umzusetzen?

## A Fortschritt im Blick

In der letzten Phase des Projekts MobiQ beschäftigten wir uns damit, wie die geschaffenen Mobilitätslösungen dauerhaft gesichert und ausgebaut werden können. Der Erfolg der Projekte lässt sich heute noch nicht abschließend einschätzen. Wie in **Schritt 3** dargelegt, konnten wir aber auch bei dieser Frage von anderen Beispielen lernen. Von Anfang an war es das Ziel, Angebote zu schaffen, die ohne dauerhafte Unterstützung von außen fortgeführt werden können. Das bedeutet zunächst einmal, dass eine ausreichend große Gruppe von Menschen sie vor Ort mitträgt. Initiator:innen aus der Wissenschaft oder aus dem Quartier sollten nicht versuchen, ihre eigenen bevorzugten Lösungen „durchzudrücken“.

Wir haben uns als Projektteam in manchen Phasen bewusst etwas zurückgenommen. Die Menschen vor Ort übernahmen Mitverantwortung und eigneten sich das nötige Wissen an, das sie zum dauerhaften Weiterbetrieb benötigen. Wir versuchten aber, die geschaffenen Mobilitätsangebote so zu beeinflussen, dass sie tragfähig wurden. Dabei half uns das Wissen über Fallbeispiele, die andernorts erfolgreich umgesetzt wurden. Wichtig ist es, frühzeitig zu beurteilen, ob die Nachbarschaft bzw. die Stadt oder Gemeinde auf Dauer ein geeigneter Raum für die Umsetzung einer Idee ist. Manchmal hilft es, andere Ebenen einzubeziehen, z. B. den Landkreis, den ÖPNV-Verbund oder die Landesregierung. So entscheiden beispielsweise über die Gestaltung des ÖPNV-Netztes und die ÖPNV-Haltestellen die Landkreise bzw. die kreisfreien Städte. Wenn ihr den Radverkehr fördern wollt, solltet ihr beachten, dass das übergeordnete Wegenetz auf der Landesebene definiert wird, dort aber auch viele Förderprogramme angesiedelt sind.

Wir unterstützten Bestrebungen, die Mobilitätsangebote auszuweiten. So wurde noch in der Projektlaufzeit die Plattform „Pendla“ von Waldburg aus auf den ganzen Landkreis Ravensburg ausgedehnt. Und es gibt weitere Ideen, Konzepte räumlich zu erweitern, etwa den Einkaufsshuttle Geislingen und das Lastenradsharing Waldburg.

Grundsätzlich eignen sich die in MobiQ erprobten Mobilitätsangebote auch als Vorbild für andere Nachbarschaften. An ihrer Entwicklung waren viele Menschen aus den Quartieren beteiligt. Daher sollten sie einfacher übertragbar sein als Mobilitätsangebote, die als sehr spezielle Konstrukte in eher geschlossenen Gruppen (z. B. Wohnprojekten) entwickelt wurden.<sup>30</sup> Trotzdem solltet ihr, wenn ihr die in MobiQ geschaffenen Angebote auf andere Standorte übertragen wollt, beachten, welche Besonderheiten von Waldburg, Geislingen bzw. Stuttgart-Rot eine Rolle bei der Ausgestaltung gespielt haben.



**Wenn ich mal irgendwo dabei bin, dann ziehe ich es auch durch!“**

## B In guten Händen

Spätestens wenn das neue Mobilitätsangebot an deinem Ort stabil funktioniert, stellt sich die Frage: Wer ist der oder die Richtige, um es weiterzubetreiben? Wie viel Aufwand braucht es dauerhaft dafür? Es kommt darauf an, wie man an diesen Beispielen sieht:

- Ein ehrenamtlicher Senior:innenfahrdienst wurde bewusst als soziales Angebot ins Leben gerufen. Hier geht es um eine einfache Nutzung und um Begegnungen. Dies funktioniert am besten mit ehrenamtlichem Engagement. Eine digitale Buchung oder Einbindung in den regulären ÖPNV könnte abschreckend wirken. Die Gemeindeverwaltung kann aber zum Beispiel dabei unterstützen, Fördermittel einzuwerben, und ein bestehender Verein könnte die Trägerschaft übernehmen.
- Ein Experiment zur Verkehrsberuhigung einer Straße war erfolgreich und soll durch einen Umbau verstetigt werden. Dies liegt klar in der Verantwortung der Stadt oder der Gemeinde. Die Bewohner:innen können aber Impulse geben und den Prozess immer wieder anstoßen. Dies kann beispielsweise durch kleine Interventionen und temporäre Nutzungen (z. B. Parklets) erfolgen.
- Eine Mitfahrplattform für Beschäftigte hat sich in einem Gewerbegebiet etabliert. Für einen dauerhaften Erfolg ist es wichtig, dass sie auch neuen Mitarbeitenden in den Unternehmen bekannt gemacht und etwa durch Hinweise auf dem Parkplatz im Gedächtnis gehalten wird. Die Plattform sollte also in die betrieblichen Routinen integriert sein und mit wenig Zeit- und Geldaufwand nebenherlaufen.

Manchmal ist es aber auch kein „Entweder-oder“, sondern es geht eher darum, eine auf die Dauer sinnvolle Aufgabenteilung zwischen Ehrenamtlichen, Verwaltung und oft auch der Immobilienwirtschaft oder anderen Unternehmen festzulegen.

## C Gemeinsam für morgen

Schon früh in der Entwicklung und Umsetzung sollten du und deine Mitstreiter:innen sich fragen, wie eure Mobilitätsidee dauerhaft funktionieren kann. Spätestens nach einigen Monaten solltet ihr eine erste Bilanz ziehen und die sechs Fragen aus **Schritt 3** beantworten, zum Beispiel: Hat sich die Umgebung verändert? Bietet das Angebot noch einen Mehrwert? Sind die Schlüsselpersonen (Fachleute, ehrenamtliche Macher:innen, wichtige Verbündete) noch an Bord? Sind sie mit der Art, wie sie sich engagieren, dauerhaft zufrieden?

Für die Einführung eines neuen Mobilitätsangebots braucht es Geduld. Spätestens nach etwa zwei Jahren sollte sich aber zumindest eine Tendenz abzeichnen: Kann das Mobilitätsangebot zu einem „Selbstläufer“ werden? Kann es dauerhaft und ohne viel Zutun von außen erfolgreich ein Mobilitätsproblem in der Nachbarschaft lösen? Gibt es einen Trend bei den Nutzungszahlen? Gibt es Kontakt zu den Nutzer:innen, sodass deren Bedürfnisse bekannt sind?

Falls dadurch Probleme erkannt werden, blättere in diesem Handbuch nochmals zurück, vor allem zu den **Schritten 2** bis **5**. Hole dir erneut Expertise von außen. Eine weitere öffentliche Bürger:innenwerkstatt könnte sinnvoll sein, um das Angebot neu zu beleben oder zu verändern. Du solltest aus den früheren Projektphasen Ideen haben, welches Format sich dafür anbietet. Vielleicht kann ein Anreizsystem oder ein Wettbewerb neuen Schwung geben?

Auch wenn das Angebot gut angenommen wird, sollten alle Beteiligten jede Gelegenheit nutzen, um dafür zu werben. Sprecht darüber! Nutzt Veranstaltungen im Quartier für Flyer, Plakate und Sonderaktionen. Bespielt die sozialen Medien. Werft Flyer in die Briefkästen oder lasst sie in der Bäckerei auslegen.

Ein besonderes Augenmerk sollte darauf liegen, nicht in der eigenen „Blase“ zu bleiben. Es ist schön, wenn die Engagierten und an Nachhaltigkeit Interessierten mitmachen: Menschen, die vor Einführung des Mitfahrdienstes schon private Fahrgemeinschaften hatten, die sowieso ehrenamtlich aktiv sind, die auch vorher schon Fahrrad oder Bus gefahren sind. Aber spricht gezielt auch Personen an, die noch nicht mitmachen, wie kürzlich zugezogene Menschen, die sich sprachlich nicht sicher genug fühlen, um sich für Veränderungen einzusetzen. Oder die beruflich stark eingespannten Auto-Pendler:innen, die nicht ehrenamtlich engagiert oder vernetzt sind. Hier liegt das größere Potenzial, wenn das Angebot wachsen und Probleme lösen soll. Versetzt euch



in diese Personen hinein und macht sie auf andere Weise auf eure Aktivitäten und die neuen Mobilitätsangebote aufmerksam. Stellt zum Beispiel dort ein Banner auf, wo sich morgens der Autoverkehr staut.

Zur Bestandsaufnahme gehört auch, dass ihr die Finanzen ehrlich betrachtet. Kosten für die Wartung und den Ersatz von Fahrzeugen, Lizenzen für Ausleih- und Organisationstools sowie Aufwandsentschädigungen für Beteiligte müssen dauerhaft gedeckt sein. Dies könnte der Moment sein, Sponsoren aus der Wirtschaft anzufragen oder gemeinsam mit der Gemeindeverwaltung nach Fördermitteln Ausschau zu halten. Vielleicht kommt auch infrage, das Angebot zu „professionalisieren“, indem es in den regulären ÖPNV oder in eine größere Plattform eingebunden wird.

Es braucht eine kritische Masse an Menschen, die Zeit investieren können, um das Projekt aufrechtzuerhalten. Ein Mobilitätsangebot sollte nicht dauerhaft von einzelnen Personen abhängen. Oft wird berichtet, dass Menschen zwar gerne niederschwellig ehrenamtlich mitarbeiten, z. B. als Fahrer:in oder in der Werkstatt, dass es aber schwierig ist, Menschen zu finden, die Verantwortung übernehmen und Konzepte weiterentwickeln. Beantworte dir ehrlich die Frage: „Was ist, wenn ich (oder eine andere Person) mal ausfalle, läuft es dann weiter?“ Sprich andere in der Gruppe, Nutzer:innen und auch die Gemeindeverwaltung an, damit ihr die Arbeit auf mehr Schultern verteilt. Trefft euch regelmäßig, um aktuelle Themen zu besprechen. Auch eine Vereinsgründung kann organisatorische Stabilität geben.

Wenn ein Angebot erfolgreich ist, stellt sich oft automatisch die Frage nach der Erweiterung. Oder ihr stellt fest, dass das Angebot erst richtig „komplett“ ist und besser funktionieren wird, wenn ihr den Einzugsbereich vergrößert oder weitere Zielgruppen anspricht. Menschen legen beispielsweise täglich viele Kilometer auf dem Weg zur Arbeits- oder Ausbildungsstätte zurück. Ein Angebot, das sich an Pendler:innen richtet, sollte daher räumlich und zeitlich nicht zu eng begrenzt sein. Eine Erweiterung ist aber nicht immer ohne Weiteres möglich und sinnvoll. Wenn man das Konzept unüberlegt oder beliebig erweitert, kann dies seinen Charakter zu sehr verändern und damit die dauerhafte Existenz infrage stellen. Wenn es beispielsweise bei einem Fahrdienst für das Vertrauen unverzichtbar ist, dass die Mitfahrer:innen ihre Fahrer:innen persönlich kennen, sollte eine Erweiterung gut überlegt werden. Außerdem solltet ihr auch genügend personelle und finanzielle Ressourcen haben. Führt die Bewertung (siehe **Schritt 7**) weiter. Vielleicht lässt sich der Erfolg eures Mobilitätsangebots auch besser dadurch ausbauen, dass es auf andere Standorte übertragen und dort an die örtlichen Gegebenheiten angepasst wird. Auch hier hilft ein Blick auf andere Fallbeispiele.<sup>31</sup> Nutzt euer Netzwerk (siehe **Schritt 4**), um Lösungen in die Breite zu tragen.

## D Die Rolle der Stadt oder Gemeinde

Wie im vorigen Abschnitt erwähnt, lassen sich Menschen oft einfacher für eine „hand-feste“ Mitarbeit gewinnen als für organisatorische Tätigkeiten. Bei ehrenamtlich getragenen Mobilitätsangeboten kann es somit eine wichtige Rolle der Gemeinde sein, sich um organisatorische Tätigkeiten zu kümmern. So übernimmt sie Verantwortung und ermöglicht gleichzeitig den engagierten Bürger:innen eine sinnstiftende Arbeit. Wenn es etwa darum geht, die Angebote dauerhaft zu sichern und ggf. zu erweitern, kann dies zum Beispiel bedeuten, dass Eigentum, Wartungsverträge und die Versicherung von Fahrzeugen oder auch Buchungsportale an die Gemeinde übergehen. Diese kann auch finanziell unterstützen, oftmals aus bestehenden Budgets zur Ehrenamts-, Mobilitäts- oder Klimaschutzförderung.

Die Stadt oder Gemeinde kann zudem die Mobilitätsangebote weiterhin bewerben und in Erinnerung rufen. Wenn man beispielsweise die Bürgermeisterin mit dem geteilten Lastenrad auf der Straße trifft oder in der Einladung zum Neujahrsempfang auf den ehrenamtlichen Fahrdienst hingewiesen wird, ist dies vielleicht die beste Werbung. Oder wenn empfohlene Fahrradstrecken aus der Pendler:innen-Community auch auf der Webseite und den Social-Media-Kanälen der Stadt oder Gemeinde eingestellt werden, gibt dies dem Angebot mehr Reichweite und einen „offiziellen Anstrich“.

Eine zentrale Rolle übernimmt die Stadt oder Gemeinde auch beim Austausch mit Nachbargemeinden, dem Landkreis oder dem ÖPNV-Aufgabenträger. Sie kann dazu anregen, Angebote auf Nachbargemeinden zu übertragen oder das Bedienungsgebiet entsprechend zu erweitern. Wenn die nachbarschaftlichen Mobilitätskonzepte auf bestimmten Strecken besonders rege genutzt werden, könnte sich dort die Einführung oder Erweiterung eines regulären ÖPNV-Angebots, z. B. einer Buslinie, lohnen.



Das erfolgreiche Experiment zur Verkehrsberuhigung der Fleiner Straße hat den Weg für eine langfristige Umsetzung geebnet und wird gemeinsam mit der Projektgruppe weiterverfolgt. Foto: Barbara Hefner



Die Fertigstellung des Parklets in Geislingen motivierte die Projektgruppe, mit neuer Entschlossenheit in die Zukunft zu blicken und Pläne für die Weiterentwicklung des Angebots zu schmieden. Foto: Stefan Tiesch

Damit ein Mobilitätsangebot nachhaltig funktionieren kann, ist eine ausreichende Anzahl von engagierten Personen erforderlich, wie es beim Lastenrad in Waldburg der Fall ist. Foto: Lukas Minnich



# Zum Schluss

Herzlichen Glückwunsch, du hast es geschafft und die zehn Schritte gemeistert. Jetzt stehst du hier, am Ende dieses Buchs, bereit, aktiv zu werden, andere zu begeistern und die Straßen mit neuen Mobilitätslösungen zu erobern. Oder du hast es bereits getan?

Aber Moment mal, lass uns kurz innehalten und einen Blick zurückwerfen. Erinnerst du dich an den Anfang, als du dir die Frage gestellt hast, was ein:e Mobilitätsgestalter:in überhaupt ist?

Nun weißt du es. Ein:e Mobilitätsgestalter:in schwimmt nicht einfach nur mit dem Strom, sondern sucht aktiv nach Lösungen, um Mobilität gemeinsam umweltfreundlicher, sozial gerechter und effizienter zu gestalten. Er oder sie ergreift die Initiative, schlägt neue Wege ein, treibt Ideen voran und inspiriert andere dazu, es ihm oder ihr gleichzutun. Du bist genau diese:r Mobilitätsgestalter:in!

Vielleicht möchtest du eine Fahrrad-sharing-Initiative ins Leben rufen oder

träumst davon, einen ehrenamtlichen Fahrservice aufzubauen. Was auch immer deine Vision ist, lass dich nicht von Zweifeln oder Hindernissen abhalten. Erinnerung dich daran, dass selbst die größten Abenteuer mit dem ersten Schritt beginnen und in deinem Fall mit dem ersten Schritt aus der Haustür und auf die Straße der Veränderung. Sei mutig, kreativ und unerschrocken! Denke daran, dass du nicht allein bist auf diesem Weg. Viele andere Mobilitätsgestalter:innen sind bereits aktiv und gestalten die Zukunft der Mobilität mit. Vernetze dich, tausche dich aus. Gemeinsam können wir noch viel mehr bewegen.

Wir hoffen, dass dich dieses Buch inspiriert und ermutigt hat, selbst aktiv zu werden und deine eigene Mobilität sowie die Mobilität in deiner Nachbarschaft nachhaltig zu verbessern. Die Ideen und Methoden, die wir präsentiert haben, sind nur ein Anfang. Es liegt nun an dir, sie anzupassen, zu erweitern und mit Leben zu füllen.

# Danke

Am Ende dieses Buches möchten wir uns bei allen bedanken, die zum Erfolg dieses Projekts beigetragen haben.

Wir danken zuallererst den zahlreichen **aktiv Mitwirkenden in Geislingen, Stuttgart-Rot und Waldburg**, die mit ihren Ideen, ihrer Teilnahme und ihrem unermüdlichen Engagement dazu beigetragen haben, nachhaltige Mobilität in ihren Gemeinden und Stadtteilen zu fördern.

Ein herzliches Dankeschön geht an das **Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg** für die finanzielle Unterstützung, die dieses Projekt erst möglich gemacht hat.

Ein großes Dankeschön geht an die **Studierenden der Hochschule für Technik Stuttgart sowie Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen** für die tatkräftige Unterstützung dieses Projekts und ihre innovativen Perspektiven.

Wir möchten außerdem unserem **Projektbeirat** für die wertvollen Beiträge und den Einsatz für eine nachhaltige Mobilitäts-gestaltung danken.

Ein spezieller Dank gebührt dem Team von **studio\_upstruct** für seine kreative Unterstützung bei der Gestaltung dieses Handbuchs.

Nicht zuletzt möchten wir dem **Deutschen Lektorenbüro** für die sorgfältige Prüfung und Bearbeitung des Textes danken, die zur Qualität dieses Handbuchs beigetragen haben.

Danke an **alle Beteiligten** für ihre wertvollen Beiträge und ihren Einsatz für eine nachhaltige Mobilitäts-gestaltung.

Auch **dir** möchten wir danken. Durch dein Interesse und die Bereitschaft, dich mit dem Thema nachhaltige Mobilität auseinanderzusetzen, trägst du bereits dazu bei, positive Veränderungen in unserer Gesellschaft zu bewirken.

# Quellen- und Literaturverzeichnis

☒ 1 Nach Allianz pro Schiene (2021): Schiene spart Fläche und lässt Natur ihren Raum. Straße beansprucht über zwölfmal so viel Platz pro beförderte Person. Online verfügbar unter <https://www.allianz-pro-schiene.de/presse/pressemitteilungen/schiene-spart-flaeche-und-laesst-natur-ihren-raum/>, zuletzt geprüft am 11.06.2024.

☒ 2 Nach Agora Verkehrswende (2023): Mobilitätsarmut in Deutschland. Annäherung an ein unterschätztes Problem mit Lösungsperspektiven für mehr soziale Teilhabe und Klimaschutz. S. 8.

<sup>1</sup> Beck, Ulrich (1996): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in die Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 48.

## Schritt 1

<sup>2</sup> Reicher, Christa (2017): Städtebauliches Entwerfen. 5. Auflage. Wiesbaden, Heidelberg: Springer Vieweg (Lehrbuch). S. 163ff.

<sup>3</sup> Delleman, Christof; Delleman, Karin; Delleman, Peter; Günter, Marianne; Günter, Roland; Notdurft, Werner et al. (2002): BURANO – Eine Stadtbeobachtungsmethode zur Beurteilung der Lebensqualität. In: Marlo Riege (Hg.): Sozialraumanalyse. Grundlagen - Methoden - Praxis. Opladen: Leske + Budrich, S. 85-101.

<sup>4</sup> Gehl, Jan; Svarre, Birgitte; Falkeis, Anton (2016): Leben in Städten. Wie man den öffentlichen Raum untersucht. Basel: Birkhäuser (Edition Angewandte). S. 26.

<sup>5</sup> Fugmann, Friederike; Karow-Kluge, Daniela Anna; Selle, Klaus (2017): Öffentliche Räume in stadtgeseellschaftlich vielfältigen Quartieren: Nutzung, Wahrnehmung und Bedeutung: RWTH Aachen University. S. 14.

<sup>6</sup> Gehl, Jan; Svarre, Birgitte; Falkeis, Anton (2016): Leben in Städten. Wie man den öffentlichen Raum untersucht. Basel: Birkhäuser (Edition Angewandte). S. 24ff.

## Schritt 2

<sup>7</sup> Hagen, Tobias (2023): Parkdruck – eine Definition von Tobias Hagen. Online verfügbar unter <https://blog.frankfurt-holm.de/beitrag/parkdruck>, zuletzt geprüft am 17.05.2024.

<sup>8</sup> Herz, Andreas (2012): Ego-zentrierte Netzwerkanalysen zur Erforschung von Sozialräumen. In: sozialraum.de 2012 (2). Online verfügbar unter <https://www.sozialraum.de/ego-zentrierte-netzwerkanalysen-zur-erforschung-von-sozialraeumen.php>, zuletzt geprüft am 17.05.2024.

<sup>9</sup> Kesselring, Sven (2006): Topographien mobiler Möglichkeitsräume. Zur sozio-materiellen Netzwerkanalyse von Mobilitätspionieren.

In: Betina Hollstein und Florian Straus (Hg.): Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 333–358. S. 340f.

<sup>10</sup> Nanz, Patrizia; Leggewie, Claus (2018). Die Konsultative: Mehr Demokratie durch Bürgerbeteiligung (4. Auflage). Berlin: Verlag Klaus Wagenbach, S. 9ff.

## Schritt 3

<sup>11</sup> Kasten, Peter; Minnich, Lukas; Weber, Manuela; Kesselring, Sven; Bansen, Julian; Simon-Philipp, Christina; Hefner, Barbara (2022): Gemeinschaftlich organisierte Mobilität in Quartieren – Erfolgsfaktoren und Hemmnisse für die Umsetzung. Online verfügbar unter [https://www.reallabor-mobiq.de/wp-content/uploads/2022/09/MobiQ\\_API-Papier\\_final.pdf](https://www.reallabor-mobiq.de/wp-content/uploads/2022/09/MobiQ_API-Papier_final.pdf), zuletzt geprüft am 17.05.2024.

## Schritt 4

<sup>12</sup> Seebacher, Andreas; Alcántara, Sophia; Quint, Alexandra (2018): Akteure in Reallaboren – Reallabore als Akteure. In: Rico Defila und Antonietta Di Giulio (Hg.): Transdisziplinär und transformativ forschen. Eine Methodensammlung. 1. Auflage 2018. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 155–159.

<sup>13</sup> Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR); Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (BMI) (Hg.) (2021): Datenstrategien für die gemeinwohlorientierte Stadtentwicklung. Nationale Dialogplattform Smart Cities. Bonn. Online verfügbar <https://www.smart-city-dialog.de/system/files/media/496/1692024069/datenstrategien-gemeinwohl-stadtentwicklung-dl-1.pdf>, zuletzt geprüft am 17.05.2024. S. 6ff.

 <sup>3</sup> MobiQ nach: Hochschule für Technik Stuttgart; Simon-Philipp, Christina; Lahode, Carolin; Sutter, Sarah Ann (Hg.) (2020): Labor Böckinger. Lehrforschungsprojekt Wintersemester 2019/20. Online verfügbar unter [https://transfer.hft-stuttgart.de/partizipation/images/boeckingerStrasse/Broschuere\\_LABOR\\_Boeckingerstrasse.pdf](https://transfer.hft-stuttgart.de/partizipation/images/boeckingerStrasse/Broschuere_LABOR_Boeckingerstrasse.pdf), zuletzt geprüft am 12.06.2024. S. 32f.

 <sup>4</sup> MobiQ nach: Seebacher, Andreas; Alcántara, Sophia; Quint, Alexandra (2018): Akteure in Reallaboren – Reallabore als Akteure. In: Rico Defila und Antonietta Di Giulio (Hg.): Transdisziplinär und transformativ forschen. Eine Methodensammlung. 1. Auflage 2018. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 155f.

## Schritt 5

<sup>14</sup> Nöllke, Matthias (2020): Kreativitätstechniken. 8. Auflage. Freiburg: Haufe (Taschenguide, 9). S. 50ff.

<sup>15</sup> Rustler, Florian (2020): Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation. Das kleine Handbuch der Innovationsmethoden. 11. Auflage. St. Gallen, Zürich: Midas Management Verlag AG. S. 168ff.

<sup>16</sup> Nöllke, Matthias (2020): Kreativitätstechniken. 8. Auflage. Freiburg: Haufe (Taschenguide, 9). S. 58f.

<sup>17</sup> Seidl, Tobias (o. J.): LEGO® in Higher Education. Die LEGO® Serious Play® Methode. Online verfügbar unter <https://legoinhe.de/die-lego-serious-play-methode/>, zuletzt geprüft am 17.05.2024.

<sup>18</sup> Kerguenne, Annie; Schaefer, Hedi; Taherivand, Abraham (2022): Design Thinking. Die agile Innovations-Strategie. 2. Auflage. Freiburg: Haufe (Taschenguide Plus, 255).

<sup>19</sup> Lewrick, Michael; Link, Patrick; Leifer, Larry (Hg.) (2019): Das Design Thinking Toolbook. Die besten Werkzeuge & Methoden. 1. Aufl. München: Franz Vahlen.

## Schritt 6

<sup>20</sup> Nies, Martina (2022): Freiräume der Transformation im Quartier gestalten. Ein Handbuch für die Praxis. Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, S. 33.

<sup>21</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2019): Freiräume für Innovationen. Das Handbuch für Reallabore. Online verfügbar unter [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?__blob=publicationFile), zuletzt geprüft am 17.05.2024. S. 31.

<sup>22</sup> Engels, Anita; Walz, Kerstin (2018): Dealing with Multi-Perspectivity in Real-World Laboratories. Experiences from the Transdisciplinary Research Project Urban Transformation Laboratories. In: GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society (27), S. 39–45. S. 44.

<sup>23</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2019): Freiräume für Innovationen. Das Handbuch für Reallabore. Online verfügbar unter [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?__blob=publicationFile), zuletzt geprüft am 17.05.2024. S. 33ff.

<sup>24</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2019): Freiräume für Innovationen. Das Handbuch für Reallabore. Online verfügbar unter [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?__blob=publicationFile), zuletzt geprüft am 17.05.2024. S. 36ff.

<sup>25</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2019): Freiräume für Innovationen. Das Handbuch für Reallabore. Online verfügbar unter <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?blob=publicationFile>, zuletzt geprüft am 17.05.2024. S. 50f.

<sup>26</sup> Rose, Michael; Wanner, Matthias; Hilger, Annaliesa (2019): Das Reallabor als Forschungsprozess und -infrastruktur für nachhaltige Entwicklung. Konzepte, Herausforderungen und Empfehlungen. Hg. v. Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH. Wuppertal (Wuppertal Paper, 196). Online verfügbar unter <https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/7433/file/WP196.pdf>, zuletzt geprüft am 18.05.2024. S. 25.

<sup>27</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2019): Freiräume für Innovationen. Das Handbuch für Reallabore. Online verfügbar unter <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?blob=publicationFile>, zuletzt geprüft am 17.05.2024. S. 66.

<sup>28</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hg.) (2019): Freiräume für Innovationen. Das Handbuch für Reallabore. Online verfügbar unter <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?blob=publicationFile>, zuletzt geprüft am 17.05.2024. S. 77.

## Schritt 8

<sup>29</sup> Koch, Wolfgang (2023): Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023. Soziale Medien werden 30 Minuten am Tag genutzt – Instagram ist die Plattform Nummer eins (Media Perspektiven, 26/2023). Online verfügbar unter [https://www.ard-media.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP\\_26\\_2023\\_Onlinestudie\\_2023\\_Social\\_Media.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP_26_2023_Onlinestudie_2023_Social_Media.pdf), zuletzt geprüft am 22.05.2024.

## Schritt 10

<sup>30</sup> Kasten, Peter; Minnich, Lukas; Weber, Manuela; Kesselring, Sven; Bansen, Julian; Simon-Philipp, Christina; Hefner, Barbara (2022): Gemeinschaftlich organisierte Mobilität in Quartieren – Erfolgsfaktoren und Hemmnisse für die Umsetzung. Online verfügbar unter [https://www.reallabor-mobiq.de/wp-content/uploads/2022/09/MobiQ\\_AP1-Papier\\_final.pdf](https://www.reallabor-mobiq.de/wp-content/uploads/2022/09/MobiQ_AP1-Papier_final.pdf), zuletzt geprüft am 17.05.2024.

<sup>31</sup> Kasten, Peter; Minnich, Lukas; Weber, Manuela; Kesselring, Sven; Bansen, Julian; Si-mon-Philipp, Christina; Hefner, Barbara (2022): Gemeinschaftlich organisierte Mobilität in Quartieren – Erfolgsfaktoren und Hemmnisse für die Umsetzung. Online verfügbar unter [https://www.reallabor-mobiq.de/wp-content/uploads/2022/09/MobiQ\\_AP1-Papier\\_final.pdf](https://www.reallabor-mobiq.de/wp-content/uploads/2022/09/MobiQ_AP1-Papier_final.pdf), zuletzt geprüft am 17.05.2024.



























# Impressum

## Herausgeber

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen (HFU)  
Neckarsteige 6-10  
72622 Nürtingen

## Hochschule für Technik Stuttgart (HFT)

Schellingstraße 24  
70174 Stuttgart

## Öko-Institut e. V.

Rheinstraße 95  
64295 Darmstadt  
Borkumstraße 2  
13189 Berlin

## Autor:innen

Barbara Hefner, Julian Bansen, Jonathan Schreiber,  
Christina Simon-Philipp, Sven Kesselring, Lukas  
Minnich

## Titel

Mobilität gemeinsam gestalten – In 10 Schritten

**Erscheinungsjahr:** 2024

**Auflage** 1

## Erscheinungsort

Geislingen an der Steige, Stuttgart, Darmstadt, Berlin

## Lektorat

Deutsches Lektorenbüro,  
Ursula Ruppert, Rudolf Langer

## Gestaltungskonzept, Layout und Illustration

studio\_upstruct | [upstruct.com](http://upstruct.com)

## Druck

Offizin Scheufele Druck und Medien GmbH + Co.KG  
Tränkestrasse 17, 70597 Stuttgart, [scheufele.de](http://scheufele.de)

## Online verfügbar unter

[www.reallabor-mobiq.de](http://www.reallabor-mobiq.de)

## Zitationsempfehlung

Hefner, Barbara; Bansen, Julian; Schreiber, Jonathan;  
Simon-Philipp, Christina, Kesselring, Sven; Minnich,  
Lukas (2024): Mobilität gemeinsam gestalten. In 10  
Schritten. Geislingen an der Steige, Stuttgart, Darm-  
stadt, Berlin.

## Gefördert von

Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst  
Baden-Württemberg (MWK)

## Copyright

Das Copyright für die Texte liegt bei den Autor:innen.  
Das Copyright für die Abbildungen liegt bei den Foto-  
graf:innen bzw. den Inhaber:innen der Bildrechte.

## Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese  
Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet  
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

# Projektteam



## **Sven Kesselring**

ist Soziologe und Professor für Nachhaltige Mobilität an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Sein Forschungsschwerpunkt liegt in der sozialwissenschaftlichen Mobilitäts- und Nachhaltigkeitsforschung.



## **Julian Bansen**

arbeitet als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Im Rahmen seiner Forschung zur Mobilitätswende untersucht er die Rolle sozialer Netzwerke bei der Entwicklung neuer Mobilitätskonzepte.



## **Christina Simon-Philipp**

ist Architektin, Stadtplanerin und Professorin an der Hochschule für Technik Stuttgart. Ihr Augenmerk liegt auf der Erforschung nachhaltiger Quartiersentwicklung unter besonderer Betrachtung der Mobilität und des Klimaschutzes.



## **Barbara Hefner**

ist Akademische Mitarbeiterin am Zentrum für Nachhaltige Stadtentwicklung der Hochschule für Technik Stuttgart. Mit ihrer Expertise in Landschaftsarchitektur und Urbanistik betrachtet sie in ihrer Forschung Mobilität als Teil des öffentlichen Raums.



**Lukas Minnich**

forscht als Senior Researcher am Öko-Institut e.V. in Darmstadt. Mit seinem Fachwissen in Nachhaltigkeits- und Wirkungsbewertung untersucht er die Wechselwirkungen zwischen Technologie und menschlichem Verhalten im Bereich der Mobilität.



**Jonathan Schreiber**

arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Öko-Institut e.V. in Berlin. Alternative nachhaltige Mobilitätskonzepte und deren Akzeptanz in der Gesellschaft bilden die Schwerpunkte seiner Forschungstätigkeit.

**Unterstützung von**

Elena Glaser, Felix Rall, Frederik Bischler, Hugo Polauke, Juliette Le Corguillé, Lea Hausner, Linus Kaufmann, Manuela Weber, Mareike Reiche, Michael Frisch, Pauline Philipp, Richard Forster, Vanessa Meyer

Das Projekt wurde gefördert von:



**Baden-Württemberg**

MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KUNST

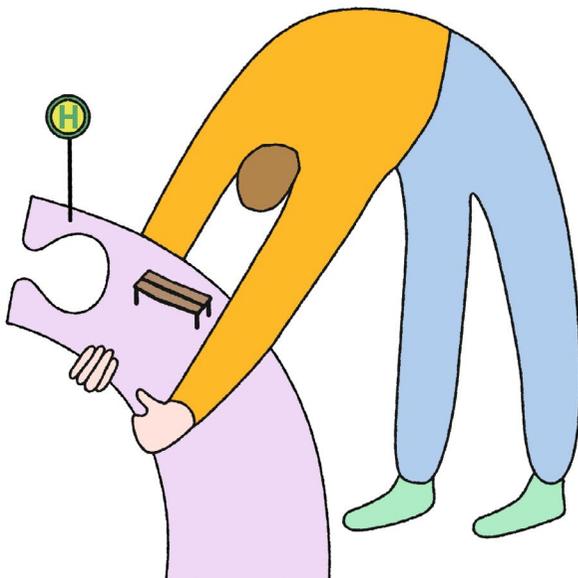
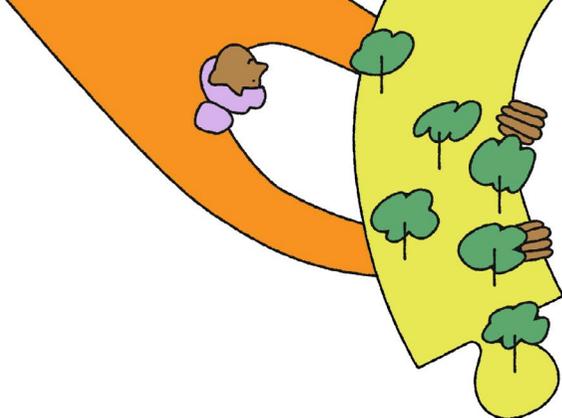
MobiQ – Nachhaltige Mobilität durch  
Sharing im Quartier:

**MobiQ**

Hochschule  
für Technik  
Stuttgart

 Hochschule  
für Wirtschaft und Umwelt  
Nürtingen-Geislingen

 **Öko-Institut e.V.**  
Institut für angewandte Ökologie  
Institute for Applied Ecology



Mobilität beeinflusst unser Leben und unseren Alltag maßgeblich. Zugleich ist sie eine der größten Herausforderungen für eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft. Wir alle stehen vor der Aufgabe, neue Wege zu finden, damit Mobilität nicht nur unsere Bedürfnisse erfüllt, sondern auch die unserer Umwelt und der kommenden Generationen.

Dieses Buch zeigt solche neuen Wege auf. Vorgestellt werden Erkenntnisse aus drei Jahren Arbeit im Reallabor „MobiQ – Nachhaltige Mobilität durch Sharing im Quartier“. Wir möchten mit diesem Buch dazu anregen, dass an vielen Orten in Baden-Württemberg und darüber hinaus innovative Mobilitätsprojekte angestoßen und umgesetzt werden.

Im Fokus stehen vor allem die Menschen und Initiativen, die sich in ihrem direkten Umfeld, ihrer Nachbarschaft oder ihrem Quartier dafür einsetzen möchten, Mobilität zu ermöglichen und zukunftsweisend zu gestalten. Als „Werkzeugkasten“ für nachhaltige Mobilitätsprojekte führt es in zehn Schritten durch den Prozess gemeinschaftlicher Entwicklung. Dieses Buch ist nicht nur dazu gedacht, gelesen zu werden. Es soll vor allem aktiv genutzt werden.

**Werde ein:e Mobilitätsgestalter:in!**

