

# Erstellung eines integrierten Mobilitätskonzepts für die Region Allgäu

Los 1: Digitales Parkraummanagement & Besucherlenkung

Los 2: Ansätze zur nachhaltigen Mobilitätsförderung



# Ein gemeinsames Verständnis nachhaltiger Mobilität im Allgäu

1. Nachhaltige Mobilitätsförderung heißt, einen Beitrag zur Reduzierung von CO<sub>2</sub> (Klimawandel) sowie einer Stärkung umweltfreundlicher Verkehrsträger (Pkw-Reduktion, Verlagerung und Optimierung) zu leisten.
2. Die Förderung nachhaltiger Mobilitätsangebote, -Infrastrukturen und Maßnahmen zur Reduzierung des Pkw-Verkehrs sind wichtige **Strategien der Klimafolgenanpassung**.
3. **Alternative Mobilitätslösungen** können nur erfolgreich sein, sofern diese mit dem **Pkw konkurrieren** können. Sie müssen **attraktiv gestaltet (u.a. multimodal verknüpft)** und **bekannt** sein.
4. Mobilität ist ein Teil von Tourismus! Die Förderung nachhaltiger Mobilität ist ein wesentlicher Hebel und eine Stellschraube der **nachhaltigen Destinationsentwicklung**.
5. Zukunftsfähiges Destinationsmanagement heißt **Lebensraummanagement**! Lebensraummanagement bedeutet, die Balance zwischen den Bedarfen der Bewohner:innen und Gästen gleichermaßen zu berücksichtigen.

6. **Ausblick?** Die Förderung nachhaltiger Mobilität sollte Leitbild einer **nachhaltigen Regionalentwicklung** im Allgäu sein. Langfristig sollte dies mit der Region und der Marke Allgäu sowohl von Bewohner:innen als auch Gästen assoziiert werden.

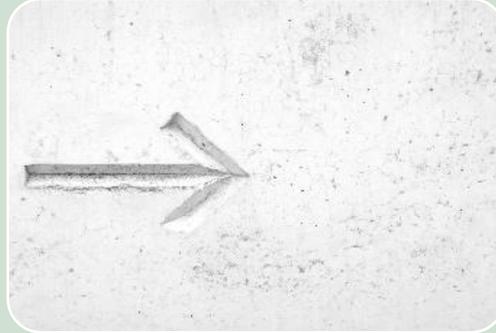
7. **Mobilitätswende geht nur gemeinsam!** Austauschstrukturen und Zusammenarbeit mit allen Akteuren ist eine zentrale Aufgabe.

8. Die **Komplexität** in der **Steuerung** der Mobilitätswende zwingt **kommunale Akteure ihre Rolle neu zu justieren**.

9. **Mobilitäts-** und **Verkehrswende** sind ein **kultureller Transformationsprozess**. Technologien sind ein unterstützendes Instrument um die Mobilitätswende zu erreichen, jedoch kein Selbstzweck.

Das Mobilitätskonzept als **Empowerment der Stakeholder auf regionaler Ebene!**

# Mobilitätsmanagement



**Optimierung  
Mobilitäts-  
angebote u.  
-regulationen**

Strukturen  
verändern

**Aufbau  
Netzwerk/  
Kooperations-  
strukturen**

Gemeinsam mit  
Partnern Synergien  
schaffen

**Zielgruppen-  
spezifische  
Kommunikation**

Organisationen,  
Mitarbeitende,  
Schüler:innen &  
Eltern, touristische  
Akteure erreichen

# Aus dem Prozess abgeleitete Handlungsfelder des Mobilitätskonzepts...



## Querschnittsmaßnahmen

(Multi-/Intermodalität, Förderungen, Kommunikation & Kooperationsstrukturen)



## Mobilitätsmanagement

(Multiplikatoren: Schulen, Unternehmen, Kommunen, Tourismusakteure)

## MIV

(Privater Pkw Verkehr inkl. Parken; Besucherlenkung)



## ÖPNV klassisch

(inkl. SPNV)



## Flexible & alternative Angebotsergänzungen

(u.a. On-Demand, Sharing, Shuttle/Zubringer)



## Radverkehrsinfrastrukturen



# Sechs Handlungsfelder

## Querschnitts- maßnahmen

(Multi-/Intermodalität, Förderungen,  
Kommunikation &  
Kooperationsstrukturen)

## Mobilitätsmanagement

(Multiplikatoren:  
Schulen, Unternehmen, Kommunen,  
Tourismusakteure)

## MIV

(Privater Pkw Verkehr inkl.  
Parken;  
Besucherlenkung)

## ÖPNV klassisch

(inkl. SPNV)

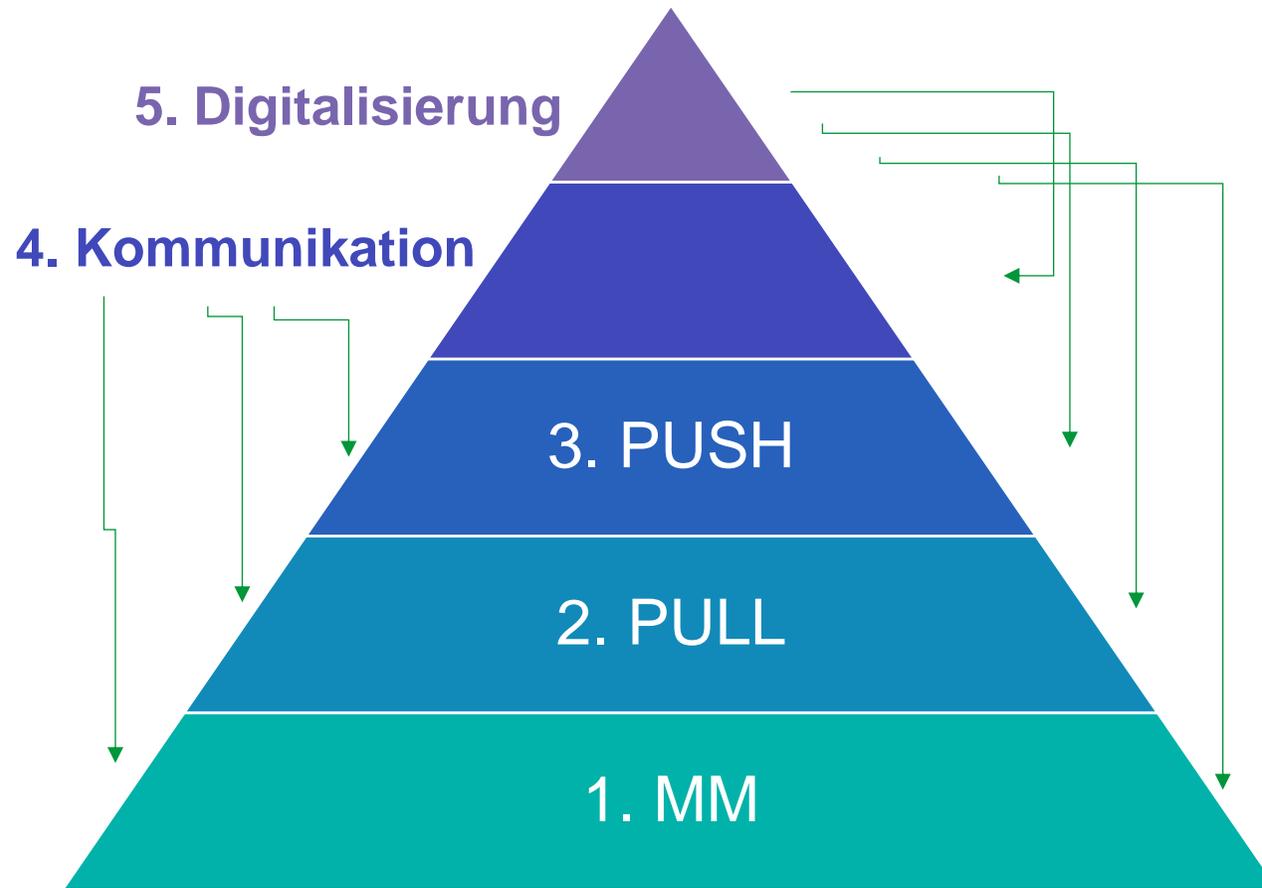
## Flexible & alternative Angebots- ergänzungen

(u.a. On-Demand &  
Sharing,  
Shuttle/Zubringer)

## Radverkehrs- Infrastrukturen

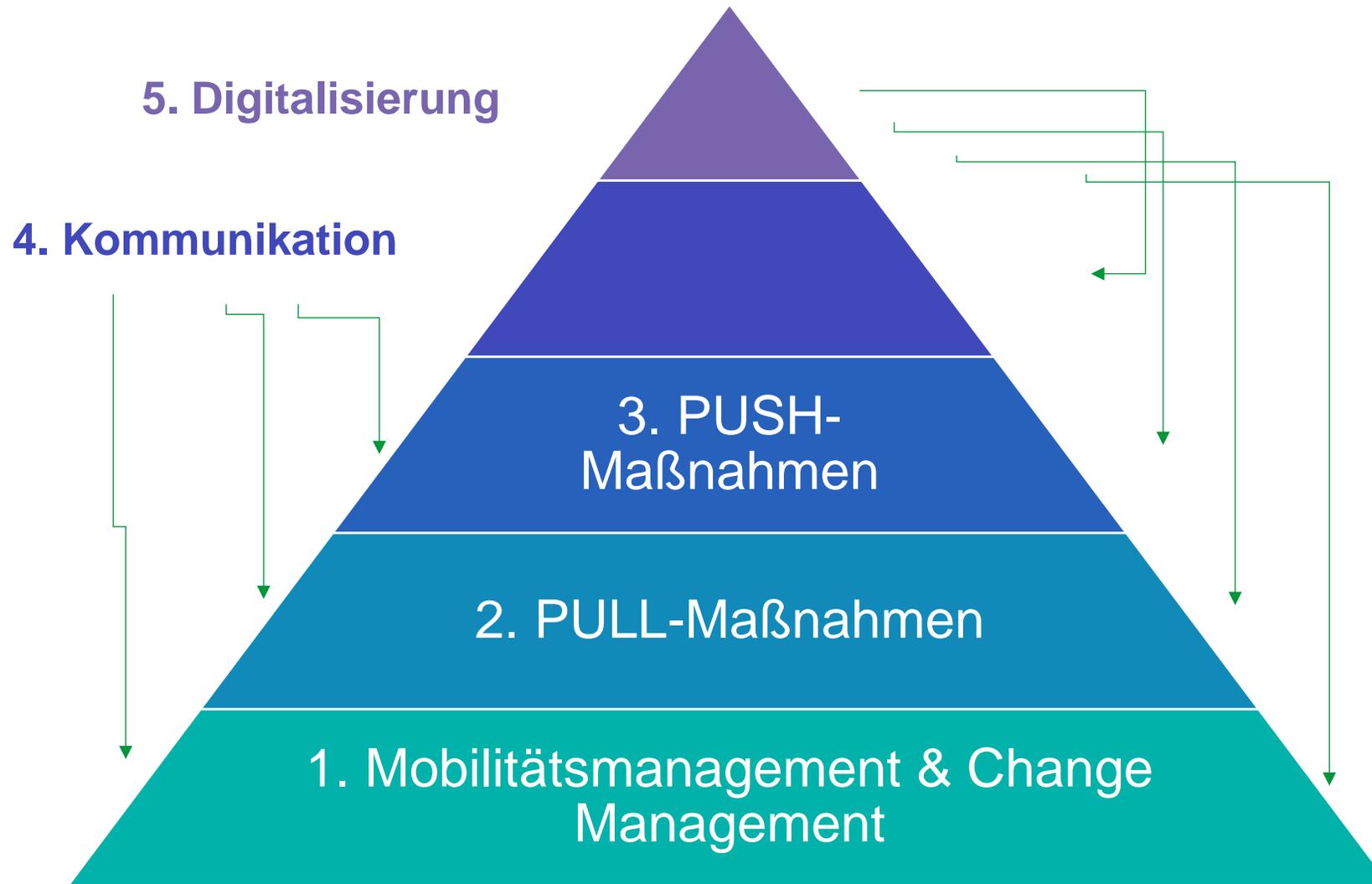
# Fokus des Prozesses zur Entwicklung eines REGIONALEN Mobilitätskonzepts





## Transformationspyramide

- 5. Digitalisierungsmaßnahmen** zur Besucherlenkung / als Instrument um alle anderen Maßnahmen noch weiter zu optimieren
- 4. Kommunikation & Information** aller Möglichkeiten gegenüber den Endverbrauchern / zielgruppenspezifische Aufbereitung! (u.a. für Gäste Customer Journey)
- 3. PUSH-Maßnahmen:** Restriktionen MIV
- 2. PULL-Maßnahmen:** Schaffung und Attraktivierung von Alternativer Mobilitätsangebote zum MIV (Infrastrukturen, Incentivierungen)
- 1. Mobilitätsmanagement & Change Management** im Sinne von Strukturen zur Förderung, Verantwortlichkeiten, Integration verschiedener Akteursgruppen, Gremien, Capacity Building / Wissensaufbau



## Transformationspyramide

# Entscheidungsprozess Urlaub/ Ausflug & Verkehrsmittelwahl Kommunikation im Rahmen der Customer Journey

