

Zusammenfassung

Die innerstädtische Mobilität erlebt aktuell durch die Digitalisierung einen Wandel. Das Statussymbol des eigenen Autos wird mehr und mehr durch die flexiblen neuen Verkehrsangebote wie Carsharing, Ridesharing und Bikesharing abgelöst. In Kombination mit dem klassischen öffentlichen Nahverkehr bilden sie die Zukunft der Mobilität. Das ist zumindest die Absicht einiger Verkehrsplaner zur Minimierung des Straßenverkehrs in Ballungsräumen. Zusätzliche Parkräume sollen geschaffen werden, die Emissionswerte sollen sinken und der Straßenverkehr zu den Stoßzeiten entlastet werden. Ein Konzept, das zu diesen Maßnahmen beitragen soll, lautet „mobility as a service“. Kurz dargestellt, werden bei diesem Konzept die Anwendungen digitaler Technologien für die Umsetzung eines kundenorientierteren Verkehrsangebotes genutzt. Im Vordergrund steht die Darstellung der Angebotsvielfalt der Mobilität auf mobilen Endgeräten. Im Rahmen der „Smart City“-Kampagnen der Städte werden zur Förderung des öffentlichen Verkehrs diverse neue Mobilitäts-Apps veröffentlicht. Auch in Düsseldorf wurde im November 2018 mit der Applikation(App) „Mobil in Düsseldorf“ ein neues Verkehrsprojekt umgesetzt. Eine multimodale Mobilitäts-Anwendung, die das Angebot von neuen Verkehrsmitteln, wie den Sharing-Fahrzeugen, mit den traditionellen Angeboten des öffentlichen Verkehrs, den Bussen und Bahnen, verbindet. In Zusammenarbeit mit dem Nahverkehrsunternehmen Rheinbahn AG wird auf dem Smartphone der Kunden das Düsseldorfer Verkehrsangebot gebündelt bereitgestellt. Den Teilnehmern des öffentlichen Verkehrs in Düsseldorf wird durch die App ein einfacheres Buchungs- und Vergleichsportal geboten.

Neue Impulse bewirken oft Veränderungen im Verkehrssektor. Die innovative Angebotsform bedeutet für die Verkehrsunternehmen die Möglichkeit, Kunden zu einer häufigeren Nutzung zu bewegen und Kunden zu gewinnen, aber auch die Gefahr Kunden zu einer geringeren Nutzung des eigenen Angebots zu verleiten und zu verlieren. Die neu gewonnene Angebotsvielfalt und die technologischen Fortschritte im öffentlichen Verkehr können zu einem Umdenken der Verkehrsteilnehmer führen und das Mobilitätsverhalten beeinflussen. Aus diesem Grund wurde im Rahmen einer Online-Befragung die Verkehrsmittelwahl der Rheinbahn Kunden analysiert und mögliche Verhaltensänderungen nach der Veröffentlichung der multimodalen Mobilitäts-App erforscht. Da neben dem öffentlichen Verkehr auch der Besitz eines eigenen PKWs bei den Kunden des Düsseldorfer Nahverkehrsunternehmens verbreitet ist und dadurch das Mobilitätsverhalten der Kundschaft widerspiegelt, wurde auch der Einfluss der „Mobil in Düsseldorf“ App auf den zukünftigen Besitz von PKWs der Kunden untersucht. Um unter diesem Aspekt und der neuen Angebotsvielfalt durch die neuen Verkehrsdienstleister das Potenzial der App darzustellen, wurden die Chancen und Risiken für die Rheinbahn auf der Grundlage der Befragungsergebnisse bewertet und die möglichen Szenarien zusammengefasst.

Die Befragung ergab, dass die Mobil in Düsseldorf App bislang keine großen Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten der Rheinbahn Kunden hat. Die meisten Kunden, die die multimodale Mobilitäts-App regelmäßig verwenden, haben ihr Nutzungsverhalten bei der Mobilitätsgestaltung nicht verändert. Trotzdem zeigt die durchgeführte Umfrage, dass für die Rheinbahn AG die Chance besteht neue Kunden durch die „Mobil in Düsseldorf“ App zu gewinnen.

Abstract

Urban mobility is currently undergoing a change because of digitalization. The status symbol of own your own car is increasingly being replaced by flexible new transport services such as car sharing, ride sharing and bike sharing. In combination with classic public transport, they form the future of mobility. This is at least the intention of some traffic planners to minimise road traffic in conurbations. Additional parking spaces are to be created, emission levels reduced and road traffic relieved at peak times. One concept that should contribute to these measures is "mobility as a service". In brief, this concept uses the applications of digital technologies to implement a more customer-oriented transport service. The focus is on presenting the diversity of mobility services on mobile devices. As part of the cities' Smart City campaigns, various new mobility apps will be published to promote public transport. In November 2018, a new transport project was also implemented in Düsseldorf with the "Mobil in Düsseldorf" app. A multimodal mobility application that combines the offer of new means of transport, such as sharing vehicles, with the traditional offers of public transport, buses and trains. In cooperation with the local transport company Rheinbahn AG, the Düsseldorf transport services are bundled on the customers' smartphones. The app offers participants in public transport in Düsseldorf a simpler booking and comparison portal.

New impulses often bring changes in the transport sector. The innovative form of offering means the possibility of persuading customers to use it more frequently and winning customers, but also the danger of tempting and losing customers to use their own offering less. The newly gained variety of offers and the technological advances in public transport can lead to a rethinking of road users and influence mobility behaviour. For this reason, an online survey was conducted to analyse Rheinbahn customers' choice of transport mode and to investigate possible changes in behaviour following the publication of the multimodal mobility app. Since, in addition to public transport, the customers of the Düsseldorf public transport company also have a car of their own and reflect the mobility behaviour of their customers, the influence of the "Mobil in Düsseldorf" app on the future ownership of customers' cars was investigated. The opportunities and risks for the Rheinbahn were assessed based on the survey results and the possible scenarios summarised under the aspect of presenting the potential of the app.

The survey showed that the Mobil in Düsseldorf App has so far no major impact on the mobility behaviour of Rheinbahn customers. Most of the customers who regularly use the multimodal mobility app have not changed their usage patterns in terms of mobility design. Nevertheless, the survey shows that Rheinbahn AG has the opportunity to win new customers with the "Mobil in Düsseldorf" app.