

# Jahresbericht Deutschland mobil 2030

Kampagnen-Zeitraum 06/2018 – 05/2019

DEUTSCHLAND MOBIL 2030  
Zeit für neues Denken und Handeln.



**Vorwort**

Umweltschonende Mobilität  
kommt nicht von allein! ..... Seite 03

**Die Initiative**

Die Verkehrswende auf den Weg bringen ..... Seite 04  
Die Initiative „Deutschland mobil 2030“

Zeit für neues Denken und Handeln ..... Seite 06  
Eine klare Agenda für mehr Effizienz  
und Nachhaltigkeit

Unsere Leitlinien für eine  
zukunftsfähige Mobilität ..... Seite 07

Eine starke Allianz ..... Seite 10  
Die Partner

**Rückblick**

Aufmerksamkeit bei Akteuren  
und Entscheidern erreichen ..... Seite 12  
Medienpartnerschaft mit der F.A.Z.

Die Botschaften ins politische Berlin tragen ..... Seite 14  
F.A.Z.-Mobilitätsgipfel

Politisches Agendasetting betreiben ..... Seite 18  
Advertorials in der F.A.Z.

Die Berichterstattung ins Netz verlängern ..... Seite 19  
Content Hub der F.A.Z.

Erfolge messbar machen ..... Seite 20  
Ergebnisse der Medienkooperation

Über alle Kanäle kommunizieren ..... Seite 22  
Unsere Bausteine für die Mobilität von morgen

Eine Heimat im Netz schaffen ..... Seite 23  
Website und Blog

**Programm**

Das Engagement verstetigen ..... Seite 25  
Die kommenden Aktivitäten

Debatten auslösen und mitgestalten ..... Seite 26  
Digitales Bannmeilen-Campaigning

Pendlerverkehre besser  
und nachhaltiger gestalten ..... Seite 27  
Business Mobility Brunch

Innovationen den Weg bereiten ..... Seite 28  
Wettbewerb Start-up-Mobility

Städtische Mobilität neu denken ..... Seite 29  
Metropolenkonferenzen

Das Momentum nutzen ..... Seite 30

## Umweltschonende Mobilität kommt nicht von allein!



Klimaschutz, Verkehrswende, Deutschland-Takt: Diese Schlagwörter sind in Politik und Medien weithin zum Allgemeinut geworden. Das sollte aber nicht den Blick dafür verschließen, dass umweltschonende Mobilität auf der Basis des öffentlichen Personenverkehrs und des Schienengüterverkehrs sowie der Vernetzungen öffentlicher und individueller Verkehrsangebote noch entfernt ist und auch nicht von allein kommen wird. Zwar wurden ambitionierte Zielsetzungen politisch verkündet – die praktische Umsetzung steht aber noch an.

Es bedarf erheblicher Anstrengungen für die Verkehrswende – vom bedarfsgerechten Ausbau der Angebote und Kapazitäten bis hin zur Finanzierung, die insbesondere im kommunalen Umfeld nicht immer leicht fallen. Und es ist in hohem Maße Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit notwendig, um die neue Mobilität nicht nur attraktiv zu gestalten, sondern sie den Menschen als notwendige und lebenswerte Alternative zu empfehlen. Das gilt für die Entscheider, die die Weichen stellen müssen, und ebenso für die Bürgerinnen und Bürger, denen der sukzessive Abschied von einer überwiegenden Auto-Mobilität nahegebracht werden muss. Das ist Ausgangssituation und Umfeld für die Allianz „Deutschland

mobil 2030“, die Partnerschaft von Verkehrsunternehmen, Bauindustrie, kommunalen Spitzenverbänden und den Automobilclubs ADAC und ACE. Seit Herbst vergangenen Jahres ist die Initiative mit einer gemeinsamen Stimme auf dem Weg, die Bedürfnisse und das Bewusstsein für die Vorzüge der leistungsfähigen, individuell nutzbaren und klimaneutralen Mobilität zu wecken – in Veranstaltungen wie dem in dieser Form einzigartigen Mobilitätsgipfel in Berlin oder dem prominent besetzten Round Table bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (F.A.Z.) sowie in einer redaktionellen Serie, verschiedenen Publikationen oder dem elektronischen Newsletter der Initiative. Die Bedeutung unserer Allianz wird auch durch die Beteiligung der F.A.Z. als Medienpartner und Multiplikator unterstrichen.

Dieser Jahresbericht dokumentiert die ersten erfolgreichen Schritte von „Deutschland mobil 2030“. Was die Initiative im ersten Jahr an Aufmerksamkeit und positivem Zuspruch von Politik und Meinungsbildnern auf Bundesebene erfahren hat, wäre ohne die inhaltliche und finanzielle Unterstützung unserer Partner nicht zu realisieren gewesen. Herzlichen Dank dafür, dass Sie die Arbeit der Initiative fördern. Die Dokumentation der gemeinsamen Aktivitäten untermauert hoffentlich auch bei Ihnen die Überzeugung, dass für die nachhaltige Mobilität von morgen weiter überzeugend und kraftvoll gekämpft werden muss.



**Ingo Wortmann**

Präsident des Verbandes Deutscher  
Verkehrsunternehmen



# Die Verkehrswende auf den Weg bringen

Die Initiative „Deutschland mobil 2030“

Deutschland braucht die Verkehrswende. Wenn industriepolitische Chancen genutzt, Klimaschutzziele erreicht, Fahrverbote vermieden und die steigenden Mobilitätsbedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger bewältigt werden sollen, muss Verkehr in Zukunft effizienter werden. Eine Szenarienanalyse, die der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) im Frühjahr 2018 veröffentlicht hat, belegt anschaulich, dass die Umstellung auf eine moderne, bezahlbare und klimaschonende Mobilität in Deutschland gelingen kann. Mit der Gründung der Initiative „Deutschland mobil 2030“ hat der VDV gemeinsam mit Partnern aus der Verkehrsbranche, den kommunalen Spitzenverbänden und der Bauindustrie den Startschuss gegeben, auf dieses Ziel hinzuarbeiten.

Die von den Beratungsunternehmen PwC und Intraplan im Auftrag des VDV erstellte Studie „Deutschland mobil 2030“ veranschaulicht mit den Szenarien „Verkehrswende“ und „Konsequent Schiene“, wie der Verkehr der Zukunft bei einem klaren Vorrang für Effizienz aussieht. Danach kann der Öffentliche Personenverkehr (ÖVP) im Szenario „Verkehrswende“ seinen Anteil am Modal Split bis 2030 um 30 Prozent ausbauen und damit die Fahrgastrekorde der Vorjahre sowie die Prognosen des Bundesverkehrswegeplans (BVWP) übertreffen. Auch im Schienengüterverkehr (SGV), der schon heute den Transport großer Mengen ermöglicht, ist im Szenario „Konsequent Schiene“ bis 2030 ein Zuwachs um rund 25 Prozent möglich.

**Hohe Zuwächse** im Öffentlichen Verkehr möglich

**Gemeinsam und zielorientiert handeln**  
Damit die in der Studie definierten Ziele erreicht werden, Personen und Waren ans Ziel kommen, die Lebensqualität erhalten und Mobilitätseinschränkungen vermieden werden, müssen die Akteure aus Politik, Kommunen und Mobilitätsbranche jetzt schnell, gemeinsam und zielorientiert handeln. Die Initiative „Deutschland mobil 2030“ will das aktiv unterstützen

und hat dazu eine bundesweite Kommunikationskampagne gestartet. Diese Kampagne rückt dazu die dringend gesuchten Konzepte für die Mobilität der Zukunft in den Fokus, zunächst auf Bundesebene, in einem nächsten Schritt in den Ländern, Regionen und Städten. Als starker Zusammenschluss von Partnern aus dem Verkehrs- und Bausektor sowie aus dem kommunalen Bereich will sie eine gesamtgesellschaftliche Debatte über die Frage führen, wie Mobilität in Deutschland effizienter und umweltverträglicher gestaltet werden kann. Und sie will diese Debatte zu konkreten Lösungen führen – damit Deutschland auch im Jahr 2030 mobil bleibt.

## Breit aufgestelltes Bündnis

Das Bündnis, das operativ von der neu gegründeten Gesellschaft Deutschland mobil 2030 GmbH gesteuert wird, knüpft an die erfolgreiche Arbeit der Initiative „Damit Deutschland vorne bleibt“ an, rückt angesichts der vielfältigen Verkehrs- und klimapolitischen Herausforderungen statt der Fokussierung auf die Infrastruktur jetzt die Mobilität insgesamt in den Mittelpunkt. Um „Deutschland mobil 2030“ die notwendige Schlagkraft zu ver-

**Bundesweite Kampagne** zur Mobilität der Zukunft



leihen und möglichst viel Expertenwissen zu vereinen, stellt sich die Initiative bewusst breit auf. Dabei erfolgte zunächst die Ansprache in den eigenen Reihen mit dem Ziel, möglichst viele Mitgliedsunternehmen des VDV als Partner zu gewinnen und so eine solide Basis zu schaffen. In einem nächsten Schritt holte die Initiative die Mobilitätsclubs ADAC und ACE, den Deutschen Städtetag, den Deutschen Städte- und Gemeindebund sowie den Hauptverband der Deutschen Bauindustrie ins Boot und schuf so die Grundlage für eine breite öffentliche Wahrnehmung.

## Gemeinsam und zielorientiert handeln

Gemeinsam initialisieren die Partner eine Political-Engineering-Kampagne, die sich an die politischen Entscheider im Bund, in den Ländern sowie den Kommunen richtet. Angesprochen werden darüber hinaus Stakeholder aus der Mobilitätsbranche, Verbänden und der Wirtschaft. Dahinter steckt die Erkenntnis, dass die Verkehrswende nur im Schulterschluss aller Beteiligten gelingen kann. Die Politik muss auf allen staatlichen Ebenen die Weichen stellen und die entsprechenden Rahmenbedingungen schaffen. Zugleich braucht es einen gesellschaftlichen Konsens für einen modernen, bezahlbaren, effizienten und umweltfreundlichen Verkehr in Deutschland.

## Die Initiative will ...



... einen breiten gesellschaftlichen Diskurs über eine **zukunftsfähige Mobilität und die Verkehrswende** in Deutschland anstoßen.



... ihren Teil dazu beitragen, Mobilität **attraktiv, modern, leistungsfähig und klimaschonend** zu gestalten.



... **ein Drittel** mehr ÖPV und **ein Viertel** mehr Schienengüterverkehr bis 2030 schaffen.



... dafür eintreten, dass die politischen Entscheider auf allen staatlichen Ebenen **langfristig bedarfsgerechte und planbare Rahmenbedingungen** für die notwendige Entwicklung der Mobilitätsangebote schaffen – von der Planung über die Finanzierung bis zur Umsetzung, von der Infrastruktur bis hin zu neuen Geschäftsmodellen und Mobilitätskonzepten.



## Zeit für neues Denken und Handeln

Eine klare Agenda für mehr Effizienz und Nachhaltigkeit

Deutschland steht vor großen verkehrs- und klimapolitischen Herausforderungen. Das Verkehrsaufkommen im Personen- und Güterverkehr wächst stetig und übersteigt vielerorts die Grenzen der Infrastruktur. Dabei konzentriert sich ein wesentlicher Teil der dadurch entstehenden Belastungen auf die Ballungsräume. Eine zunehmende CO<sub>2</sub>-, Stickoxid- und Feinstaubbelastung sowie mehr Verkehrslärm sind die schwerwiegenden Folgen. Aber auch im ländlichen Raum braucht es Lösungen, um den Auswirkungen der zunehmenden Pendlerverkehre zu begegnen und kunden- und nachfragegerechte Angebote im Sinne einer Gleichwertigkeit von Lebensverhältnissen zu schaffen. Um die nationalen und internationalen Klimaschutzziele zu erreichen und die Luftqualität in den Städten zu verbessern, müssen die Emissionen dringend gesenkt werden – dem Klimaschutzplan der Bundesregierung zufolge allein im Verkehrssektor um 40 bis 42 Prozent bis 2030 (gegenüber dem Vergleichswert von 1990).

Senkung der **Emissionen** dringend erforderlich

Wenn wir industriepolitische Chancen nutzen, Klimaschutzziele erreichen, Fahrverbote vermeiden und die weiter steigenden Mobilitätsbedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger bewältigen wollen, muss Verkehr in Zukunft neu gedacht und effizienter organisiert werden.

Die Initiative „Deutschland mobil 2030“ rückt die dringend gesuchten Lösungen für die Mobilität der Zukunft in den Fokus ihrer Arbeit. Als starker Zusammenschluss von Partnern aus den Sektoren Mobilität und Infrastruktur und mit Unterstützung der kommunalen Spitzenverbände wollen wir eine gesellschaftliche Debatte darüber führen, wie Mobilität in Deutschland ab sofort effizient, ökonomisch sowie menschen- und umweltverträglich gestaltet werden kann. Und wir wollen diese Debatte in konkrete Lösungen überführen.

Die ausführlichen Leitlinien finden sich unter [www.deutschland-mobil-2030.de/leitlinien](http://www.deutschland-mobil-2030.de/leitlinien).

Steigender Bedarf an **Mobilität**

## Unsere Leitlinien für eine zukunftsfähige Mobilität

Wir wollen die Öffentlichen **Personenverkehre** ausbauen.

01



Wir machen uns für einen wettbewerbsfähigen **Schiengüterverkehr** stark.

02



Wir fordern die Politik auf, für **faire** Rahmenbedingungen und eine verlässliche **Finanzierung** des öffentlichen Verkehrs zu sorgen.

03



Wir brauchen eine **kohärente** Verkehrspolitik über alle Ebenen hinweg – dabei müssen die kommunalen Gestaltungsmöglichkeiten bei der Umsetzung einer Verkehrswende stärker in den Blick genommen werden.

04



Wir sind überzeugt, dass eine konsequente **Kundenorientierung** der direkte Weg zu mehr **Marktanteilen** für den Öffentlichen Personenverkehr ist.

05



Wir machen den Öffentlichen **Personenverkehr** individueller.

06



Wir wollen die Möglichkeit der **Digitalisierung** besser für den Betrieb nutzen.

07



Wir setzen auf den verstärkten Einsatz von Fahrzeugen mit **umweltfreundlichem** Antrieb.

08



Wir sehen in der **Qualifizierung** unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die notwendige Basis für die Organisation der **Verkehrswende**.

09





# Eine starke Allianz

## Die Partner

Das Zukunftsthema Mobilität geht Verkehrsunternehmen und -verbände, Verbände, Politik, Wirtschaft und Bürger gleichermaßen an. Die Initiative „Deutschland mobil 2030“ hat sich daher breit aufgestellt und bringt Akteure aus unterschiedlichsten Branchen zusammen. Zu den Partnern gehören Unternehmen aus dem Verkehrssektor, die kommunalen Spitzenverbände und die Bauindustrie.



### Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV)

Branchenverband von mehr als 600 Unternehmen des Öffentlichen Personennverkehrs und des Schienengüterverkehrs in Deutschland



### Auto Club Europa (ACE)

Deutschlands zweitgrößter Mobilitätsclub mit 630.000 Mitgliedern und Mobilitätsbegleiter moderner, mobiler Menschen



### Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (ADAC)

Größter Automobilclub in Deutschland und eine der größten Mitgliederorganisationen der Welt mit 20 Millionen Mitgliedern mit vielfältigen Mobilitätsdienstleistungen



### Deutscher Städtetag

Kommunaler Spitzenverband der kreisfreien sowie der meisten kreisangehörigen Städte in Deutschland mit rund 3.400 zusammengeschlossenen Städten und Gemeinden



### Deutscher Städte- und Gemeindebund (DStGB)

Interessenvertretung von 11.000 großen, mittleren und kleineren Kommunen auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene



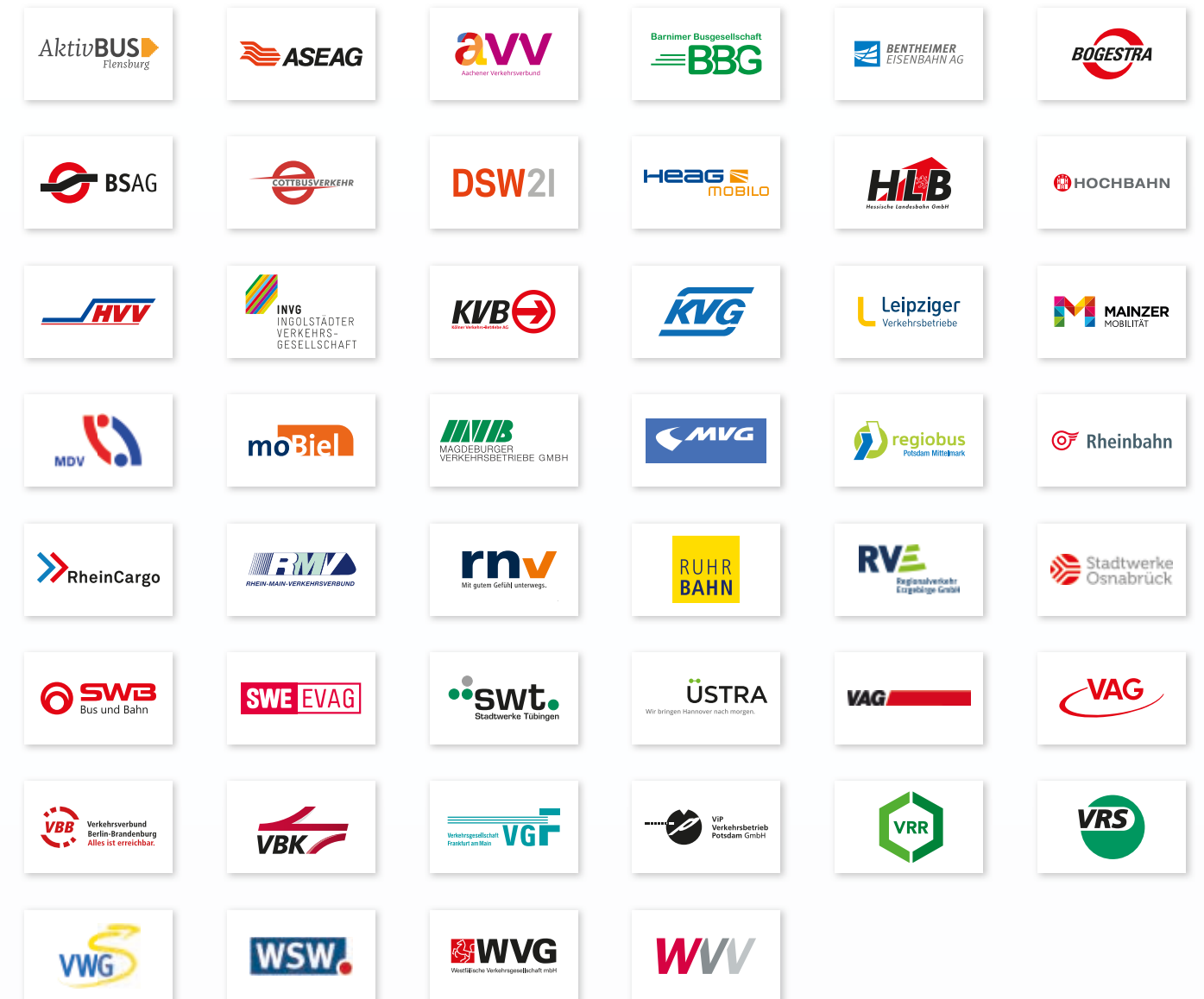
### Hauptverband der Deutschen Bauindustrie

Interessenvertretung von 2.000 großen und mittelständischen Bauunternehmen gegenüber Gesetzgeber, Regierung und Verwaltung auf nationaler und europäischer Ebene

#### Gebündelte Kompetenz/Der Beirat

Unterstützt wird die Arbeit von „Deutschland mobil 2030“ durch einen Beirat, der mit Akteuren aus allen in der Initiative vertretenen Sektoren besetzt ist. Die Mitglieder des Beirats haben eine beratende Funktion und bringen sich in die strategische Steuerung der Kampagne ein.

## Weitere Partner



# Aufmerksamkeit bei Akteuren und Entscheidern erreichen

Medienpartnerschaft mit der F.A.Z.

Mit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (F.A.Z.) hat „Deutschland mobil 2030“ einen starken Medienpartner als Verstärker für die eigenen Botschaften gewonnen. Als Leitmedium von Politik, Wirtschaft und wichtigen Multiplikatoren verfügt die F.A.Z. über bundesweite Strahlkraft.

Die F.A.Z. gehört in Deutschland zu den führenden meinungsbildenden Medien und genießt aufgrund ihrer journalistischen Kompetenz ein hohes Ansehen. Sie wird von den für die Initiative relevanten Zielgruppen intensiv wahrgenommen und ist als „politische Stimme“ bestens geeignet, die wesentlichen Botschaften zu platzieren und die gewünschte gesellschaftspolitische Debatte

über eine Verkehrswende anzustoßen. Im Rahmen der Zusammenarbeit begleitet die F.A.Z. die Initiative in vielfältiger Weise: journalistisch über redaktionelle Serien und eine Online-Verlängerung auf faz.net, kommunikativ über gemeinsame Sonderveröffentlichungen sowie im direkten Dialog durch maßgeschneiderte Veranstaltungsformate.

Anstöße für eine gesellschaftliche **Debatte**

## Redaktionelle Serie

Den Auftakt der Berichterstattung bildete die 13-teilige Serie „Stadt ohne Stau: Wie wir künftig mobil bleiben“ der F.A.Z. Im Rahmen der Serie hat die Wirtschaftsredaktion über den Sommer und Herbst 2018 viele Facetten aus der Szenariestudie aufgegriffen und an konkreten Beispielen aus der Praxis erläutert.

Im ersten Teil der Serie stand die ausführliche Berichterstattung über die Studie „Deutschland mobil 2030“ im Mittelpunkt. Die folgenden Veröffentlichungen beleuchteten zentrale The-

men wie Digitalisierung, On-demand-Angebote, Elektromobilität und Kapazitätsengpässe. Best Practices stellten erfolgreiche Konzepte aus der Schweiz, Brüssel und Shanghai vor.

Die **Studie** im Mittelpunkt



## Round Table „Mobilität findet Stadt“

Zukunftsthemen in der **Diskussion**

Als Ergänzung zur redaktionellen Berichterstattung organisierte die F.A.Z. im April 2019 einen Round Table in Frankfurt. Dabei sprachen Vertreter der Initiative über den Handlungsbedarf und mögliche Lösungen zur Gestaltung einer effizienten, klimafreundlichen und bezahlbaren Mobilität in den Städten. Die prominent besetzte und von Johannes Pennekamp als Ressortleiter

Wirtschaftsberichterstattung moderierte Runde ging der Frage nach, wie Verkehrs- und Mobilitätswende finanziert werden können. Darüber hinaus diskutierten die Teilnehmer über die Chancen der Digitalisierung, ergänzender On-demand-Angebote und neuer Ansätze bei der Stadtentwicklung für einen nachhaltigen Mobilitätswandel.

**Digitale Chancen** nutzen





## Die Botschaften ins politische Berlin tragen

F.A.Z.-Mobilitätsgipfel

Mit einer Auftaktveranstaltung in der Berliner Repräsentanz des Medienpartners Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.) startete die Initiative im November 2018 ihre Aktivitäten. „Mobilität in Deutschland – Zeit für neues Denken und Handeln“ war das Motto des politischen Forums, an dem Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer und Florian Pronold, Staatssekretär aus dem Bundesumweltministerium, als Gastredner die hohe Relevanz des Themas Mobilität unterstrichen.

Politiker aus Bund und Ländern, Vertreter der Verkehrswirtschaft und -wissenschaft bewerteten engagiert aus ihrer jeweiligen Position heraus die aktuelle Mobilitätssituation in Deutschland. Auch wenn die Diskussion um die Verkehrswende seinerzeit stark unter dem Eindruck der aktuellen Dieselpolitik geführt wurde, machte die Veranstaltung deutlich, dass der Weg hin zur klimaneutralen Mobilität mit einem innovativen, optimierten öffentlichen Verkehr als Rückgrat keine Alternative hat. Stichwort Elektromobilität: Minis-

ter Scheuer kritisierte, dass die Autoindustrie trotz staatlicher Förderung beim Elektroauto nur langsam vorankomme. So müssten die kommunalen Verkehrsunternehmen immer noch auf serienreife Elektrobusse aus deutscher Fertigung warten. Zudem vermisste der Minister das Engagement der Industrie „bei der Verbindung mobil und digital“. Sharing-Modelle seien geeignet, „mehr Mobilität mit weniger Verkehr“ zu schaffen, doch es gebe zu wenig Projekte. Staatssekretär Pronold stellte die Frage, ob Deutschland innovative Technolo-

Serienreife Elektrobusse noch **Mangelware**

Öffentlicher Verkehr als **Rückgrat** einer klimaneutralen Mobilität



gien für Klimaschutz und zur Senkung der Schadstoffemissionen nur noch importiere. „Es gibt viele Lösungsansätze, doch sie liegen zu lange auf dem Tisch.“

### Ein politischer Kraftakt

Infrastrukturen, die bis zur Obergrenze ausgelastet sind, ein hoher Nachholbedarf bei der Sanierung, kaum Ingenieurkapazitäten für die Planung – zwangsläufig kamen in den Diskussionsrunden immer wieder die aktuellen Probleme auf den Tisch. „Mobilität

ist mehr als nur Verkehr, Mobilität ist ein Strukturproblem, und wir müssen aufhören, das Problem an einem einzigen Verkehrsmittel festzumachen“, empfahl beispielsweise Katrin Schneider, Ministerin für Infrastruktur und Landesplanung des Landes Brandenburg. Man solle bei der Stadtplanung und bei der Siedlungspolitik anfangen. „Wir wachsen entlang der Schienenstränge.“ Dafür bedürfe es eines „politischen Kraftaktes“, betonte Ingo Wortmann, VDV-Präsident und Chef der Münchner Verkehrsgesellschaft – beim Ausbau

**Umdenken** bei der Stadtplanung

**Infrastrukturen** sind ausgelastet







und Erhalt der Infrastruktur ebenso wie bei der Kapazitätsausweitung im Fahrzeugsektor. Auch außerhalb der Ballungsgebiete: Bahnlinien stärken oder reaktivieren, vertaktete Bussysteme in Regionen ohne Schienenanbindung, Angebotslücken füllen mit Sharing-Modellen oder autonomen Fahrtangeboten. Busverkehre anpassen, „damit wir auch im letzten Winkel ankommen“, das ist, so der rheinland-pfälzische Verkehrsminister Volker Wissing, „eine Herkulesaufgabe“.

Mit digitaler Leit- und Sicherungstechnik lassen sich auf Schienen die Kapazitäten ohne Streckenausbau um bis zu 30 Prozent erhöhen. Damit ließen sich Fahrzeuge besser nutzen und Taktfre-

quenzen erhöhen. Darauf wies Hendrik Schulte, Staatssekretär im Verkehrsministerium von Nordrhein-Westfalen hin. Zum Thema Ingenieurmangel empfahl Peter Hübner, Präsident des Hauptverbandes der Bauindustrie, seine Branche: Sie könne im Wege des „partnerschaftlichen Bauens“ Planungsaufgaben übernehmen. Ein Blick nach Wien zeigte, wie neues Denken und Handeln Lebensqualität schaffen können. In einem „radikalen“ Stadtentwicklungsprozess, so der Wiener Planungschef Thomas Madreiter in seinem Vortrag auf dem Berliner Gipfel, wurde neue Mobilität geschaffen – mit gebremstem City-Zugang für den Individualverkehr und dem Ausbau des ÖPNV mit einem dichten U-Bahn-Netz. Das machte dann die Jahreskarte für

„Mobilität ist ein Strukturproblem.“  
**Infrastrukturministerin**  
**Katrin Schneider**

Mit guter **Vernetzung** zu mehr Mobilität



365 Euro möglich. Nun könnten sich die Menschen „jederzeit in der Stadt bewegen, ohne ein Auto zu haben“.

**Umfassende Berichterstattung**

Begleitet wurde der Mobilitätsgipfel von einer umfassenden medialen Berichterstattung. Im Nachgang zur Veranstaltung beleuchtete ein redaktioneller Beitrag der F.A.Z. die Inhalte der Diskussion. Ergänzend gab es eine ganzseitige Sonderveröffentlichung. Neben einem ausführlichen Nachbericht zu den Inhalten der Debatte stellte das Advertorial die zentralen Aussagen der Podiumsteilnehmer heraus und veröffentlichte ein Interview mit VDV-Präsident Ingo Wortmann. Das Advertorial erschien am 24. November 2018 in der

F.A.Z. und am 25. November 2018 in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung (F.A.S.). Spannende Impulse für die Diskussion über die Mobilität der Zukunft lieferte im Vorfeld des Gipfels eine vierseitige Sonderveröffentlichung am 14. November 2018. Die Beilage wurde im Rahmen eines gesonderten Mailings zudem an alle Abgeordneten des Bundestages verschickt.

Das erfolgreiche Format wird 2019 fortgeführt: Im November ist ein zweiter Mobilitätsgipfel geplant, der zentrale verkehrspolitische Entwicklungen auf Bundesebene in den Fokus rückt.

„Es gibt viele Lösungsansätze, doch sie liegen zu lange auf dem Tisch.“  
**Staatssekretär**  
**Florian Pronold**

Spannende **Impulse** für die Diskussion



## Politisches Agendasetting betreiben

Advertorials in der F.A.Z.

Mit Advertorials in der F.A.Z. setzt die Initiative eigene inhaltliche Schwerpunkte. Berichte, Interviews und Infokästen rücken spezielle Mobilitätsthemen in den Fokus und lassen Partner zu Wort kommen.

Das erste Advertorial vom 13. Dezember 2018 stellte im Vorfeld der Weltklimakonferenz den enormen Handlungsbedarf bei der Umstellung auf eine nachhaltige Mobilität heraus. Der Blick auf vier kommunale Verkehrsunternehmen zeigte, vor welchen Herausforderungen die ÖPNV-Branche steht und was die Unternehmen für ein sauberes und attraktives Angebot tun. Die Best Practice Wien verdeutlichte, was deutsche Städte von der österreichischen Hauptstadt in Sachen nachhaltiger Mobilität lernen können.

Schon heute bilden die Straßen-, Stadt- und U-Bahnen in vielen deutschen Städten das Rückgrat für eine effiziente, attraktive und umweltfreundliche Mobilität. Wie das Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz (GVFG) dazu beigetragen hat und warum es wichtig ist, die Fördergrundlage auch für Ersatzin-

vestitionen zu öffnen, erläuterte das zweite Advertorial, das am 28. Februar 2019 erschienen ist. Es stellte Erfolgsgeschichten aus verschiedenen Städten vor und erklärte, warum Ausbau und Erneuerung der städtischen Schienensysteme von zentraler Bedeutung sind.

Immer mehr Nahverkehrsunternehmen erproben On-demand-Angebote, bei denen sich Fahrgäste mit ähnlichem Ziel einen Kleinbus teilen. Welchen Beitrag die innovativen Konzepte für eine individuellere und flexiblere Mobilität leisten, zeigte das dritte Advertorial vom 28. März anhand verschiedener Beispiele auf. Es verdeutlichte zugleich aber auch die Risiken, die mit der unkontrollierten Zulassung solcher Services verbunden sind.

Der Schienengüterverkehr bildete den Schwerpunkt des vierten Advertorials,

**Innovative Konzepte**  
im Fokus

Der **ÖPNV** als Basis einer attraktiven Mobilität



das am 4. Juni 2019 veröffentlicht wurde. Es verdeutlichte, welche Rahmenbedingungen für eine stärkere Verlagerung auf die Schiene erfüllt werden müssen, und stellte die vom VDV sowie mehr als 30 weiteren Verbänden und Interessenvertretungen veröffentlichte Gleisanschluss-Charta vor, die Handlungsemp-

fehlungen gibt. Best Practices zeigten auf, wie verschiedene Unternehmen ihre Abläufe und damit auch ihre Wettbewerbsposition durch einen Gleisanschluss verbessert haben.

## Die Berichterstattung ins Netz verlängern

Content Hub der F.A.Z.

Online hat ein Content Hub das Thema „Mobilität der Zukunft“ seit November 2018 mit einer Reihe von Berichten auf faz.net transportiert. Die begleitende Vermarktung erfolgte über Wochenplatzierungen im Politikressort sowie Content-Teaser auf der Website und in der App der F.A.Z. So konnten knapp 30.000 Zugriffe auf die Inhalte erzielt werden.





# Erfolge messbar machen

Ergebnisse der Medienkooperation

Die Medienpartnerschaft mit der F.A.Z. hat ein gutes Fundament gelegt, um bundesweite Aufmerksamkeit für die Initiative „Deutschland mobil 2030“ und ihre Ziele zu schaffen. Durch die Zusammenarbeit wurden wichtige Multiplikatoren aus Politik, Wirtschaft und Verbänden erreicht. Den Erfolg der Medienkooperation unterstreicht auch ein Blick auf die Zahlen.

**5.192.000**  
Kontakte

**Advertorials**



**922.000**  
Kontakte

**Verlagsbeilage**



**1.708.000**  
Kontakte

**Round Table**



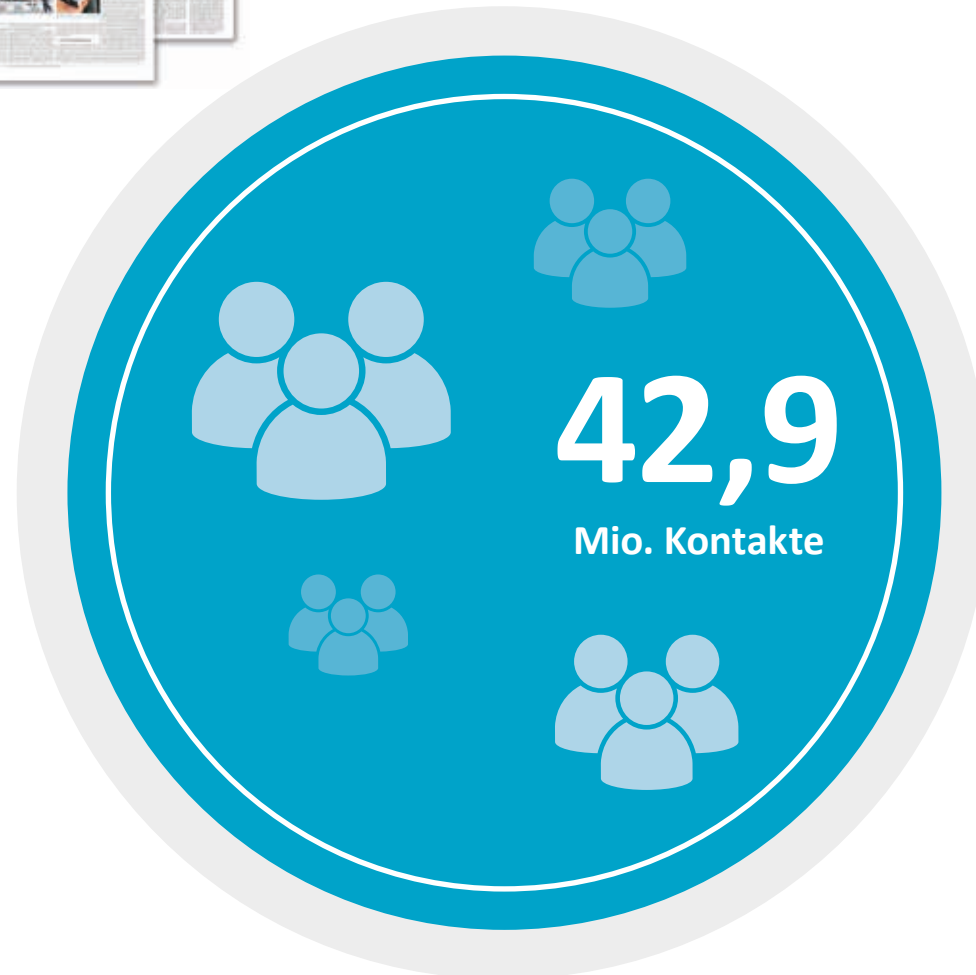
**11.986.000**  
Kontakte

**Redaktionelle Serie**



**20.300.000**  
Kontakte

**Content Hub**



**2.747.000**  
Kontakte

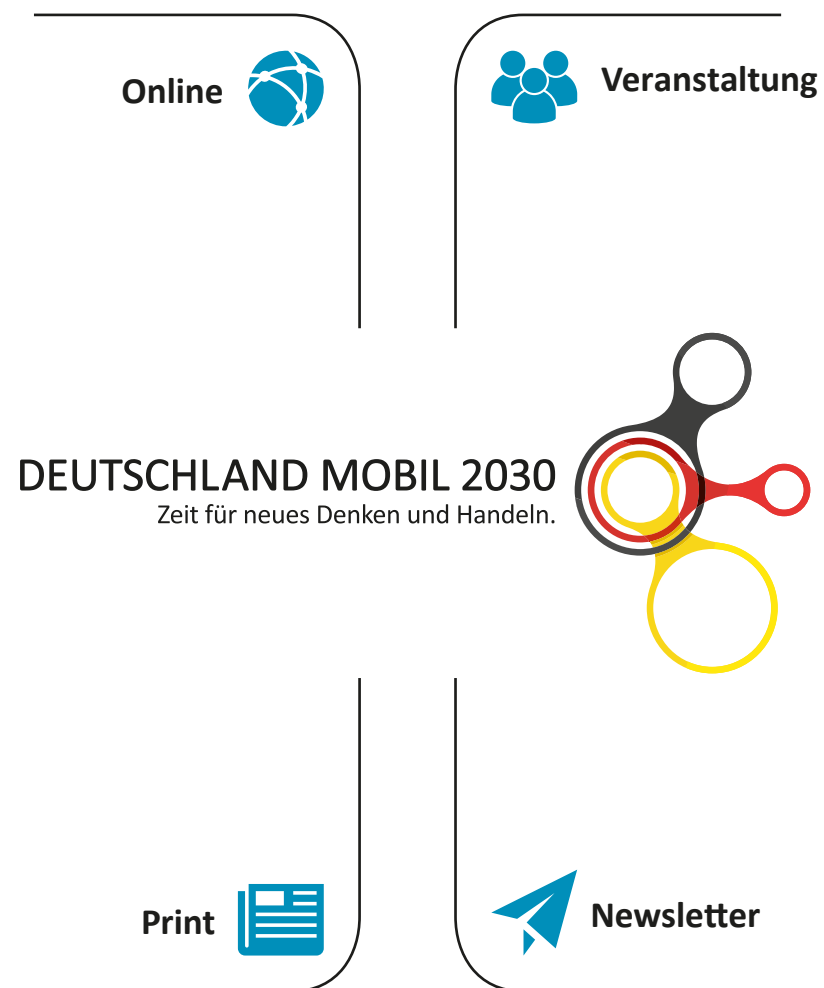
**F.A.Z.-Gipfel**



## Über alle Kanäle kommunizieren

Unsere Bausteine für die Mobilität von morgen

Die Bedeutung von Mobilität für die Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft ist in der Politik und ebenso bei den Menschen angekommen. Die Political-Engineering-Kampagne der Initiative stellt die Diskussion über aktuelle und künftige Herausforderungen sowie mögliche Lösungsansätze in den Mittelpunkt. Sie setzt dazu auf verschiedene Bausteine: die Kommunikation über die eigenen Onlinekanäle sowie den Medienpartner F.A.Z., maßgeschneiderte Veranstaltungsformate sowie innovative Austauschplattformen.



## Eine Heimat im Netz schaffen

Website und Blog

Mit der neu aufgesetzten Website deutschland-mobil-2030.de hat die Initiative eine Heimat im Netz gefunden. Ein Blog und ein Newsletter ergänzen die Onlineaktivitäten.

Die Website enthält alle Basisinformationen zur Initiative sowie zu ihren Zielen und Partnern. Flankierend wurde ein moderner Blog aufgesetzt und mit der Website verknüpft, der aktuelle Themen in den Fokus rückt und so Impulse für die politischen Entscheider und Multiplikatoren bietet. News zur Initiative, Positionen von Partnern sowie weiteren Akteuren und Berichte über Trends beleuchten die unterschiedlichen Facetten einer zukunftsfähigen Mobilität. Der Newsletter teasert aktuelle Inhalte aus dem VDV-Newsroom, dem Blog und dem Content Hub der F.A.Z. an.

Engagiert in den  
**sozialen  
Netzwerken**

### Social Media im Fokus

Das Engagement im Onlinebereich wird in den nächsten Monaten weiter intensiviert. Die Initiative wird dann auch in den Social-Media-Kanälen aktiv,

die längst zu einer Plattform für gesellschaftliche und verkehrspolitische Debatten geworden sind. Dazu erhält die Initiative ein eigenes Facebook-Profil. Mehrere wöchentliche Postings mit eigenen Themen und Content der Partner sowie ein aktives Community Management sollen einen intensiven Dialog im Netz anstoßen.

### Begleitendes Content Marketing

Gute Inhalte finden das richtige Publikum nicht von allein, sie müssen von einem effizienten Content Marketing begleitet werden. Geplant ist daher eine Bewerbung der Inhalte über Facebook Ads und Google Ads sowie weitere Maßnahmen. Ein detailliertes Targeting soll dabei für eine zielgruppengerechte Aussteuerung und hohe Kontaktqualität sorgen.

**Intensiver  
Dialog**  
im Netz







## Das Engagement verstetigen

Die kommenden Aktivitäten

Der Blick auf ein Jahr „Deutschland mobil 2030“ zeigt: Die Arbeit der ersten Monate trägt Früchte. Mit ihrer Political-Engineering-Kampagne hat die Initiative engagierte Partner gewonnen und bundesweite Aufmerksamkeit erzielt. Dieses Engagement wird in den kommenden Monaten fortgeführt und von der Bundesebene verstärkt in Länder, Regionen und Kommunen verlagert. Hinzu kommt eine verstärkte Kommunikation über Social-Media-Kanäle, um die im Netz bereits heute stattfindende gesellschafts- und verkehrspolitische Debatte zur Verkehrswende aktiv zu begleiten. Einen zentralen Baustein bildet auch künftig die bundesweite Medienkooperation mit der Frankfurter Allgemeinen (F.A.Z.), die aufgrund der großen Resonanz fortgeführt wird. Dazu zählt unter anderem ein zweiter F.A.Z.-Mobilitätsgipfel im November 2019 in Berlin ebenso wie die redaktionelle Berichterstattung im Rahmen von Sonderseiten und Advertorials. Insgesamt reicht die Bandbreite hier von klassischer Berichterstattung bis hin zu verschiedenen Veranstaltungsformaten.

## Debatten auslösen und mitgestalten

Digitales Bannmeilen-Campaigning

Die politische Debatte verändert sich, sie verlagert sich zunehmend aus der analogen in die digitale Welt. Die Initiative trägt dieser Entwicklung Rechnung und transformiert auch ihre Kommunikation. Dazu wird ein innovatives Konzept für digitales Bannmeilen-Campaigning erarbeitet.

Ziel der Initiative ist es, über das digitale Bannmeilen-Campaigning alle relevanten Stakeholder – also etwa Abgeordnete, Parteipolitiker, Mitarbeiter in Ministerien, Verbände, Experten und Medien – auch über alle relevanten digitalen „Touchpoints“ anzusprechen. Im Bund, in den Ländern und in den Kommunen. Stand hier bisher eher die Pressearbeit und die Direktansprache im Vordergrund, so kommen nun die sozialen Netzwerke als wesentliche Dialogplattformen hinzu.

### Emotionale Bildsprache und starke Botschaften

Für die Initiative bietet sich die Möglichkeit größtmöglicher Wirkmacht insbesondere auf Twitter und Facebook. Twitter ist die Kommunikationsplattform, auf der Politiker und Journalisten

aufeinandertreffen. Facebook wiederum ist der relevanteste Ort, wenn es darum geht, auch die Bevölkerung zu erreichen. Ziel ist, sich dort mutig, herausfordernd, aber immer faktenbasiert in Debatten einzumischen und diese auch selbst auszulösen. Direkte Ansprache via #- und @-Campaigning wird ein wesentlicher Hebel sein, um dieses Ziel zu erreichen. Mittels emotionaler Bildsprache und haltungsstarker Botschaften soll die Zielgruppe adressiert und überzeugt werden.

Herausforderung und Chance dieser digitalen Kommunikation zugleich ist die Echtzeit-Kommunikation. Gelingt es, tagesaktuelle Agilität zu gewährleisten, können Debatten so unmittelbar und zeitnah beeinflusst und geprägt werden, wie es in der analogen Welt bislang kaum möglich war. Gerade in den Bundesländern und auf kommunaler Ebene ist hierbei die enge Zusammenarbeit der Initiative mit ihren Partnern und deren Mitgliedsunternehmen ein zentraler Faktor für den gemeinsamen Erfolg. Diese Zusammenarbeit wird im Mittelpunkt der Aktivitäten auch im digitalen Raum stehen.

Die Verbände als  
**Treiber**



Die **direkte Ansprache** im Vordergrund

## Pendlerverkehre besser und nachhaltiger gestalten

Business Mobility Brunch

Bei der Suche nach Lösungen für die Mobilität der Zukunft kommt den Pendlerverkehren eine große Bedeutung zu. Wie sie effizienter und umweltverträglicher gestaltet werden können, soll ein neues Dialogformat unter dem Titel „Business Mobility Brunch“ aufzeigen.



Ein zunehmend flexibilisierter Arbeitsmarkt und immer größere Distanzen belasten Verkehrswege und Arbeitnehmer. Gerade in den Metropolen und Ballungszentren des Landes gibt es eine große Zahl an Ein- und Auspendlern. Der ausgeprägte Berufsverkehr führt zu immer mehr Staus und sorgt in den Stoßzeiten auch in vielen Zügen und Stadtbahnen für Kapazitätsengpässe. Zur Verbesserung der Situation organisiert die Initiative zusammen mit den Landesgruppen des VDV und den Regionalgruppen des Auto Clubs Europa (ACE) in verschiedenen Bundesländern einen Business Mobility Brunch.

### Konkrete Lösungen erarbeiten

Die Veranstaltungen sollen aufzeigen, wie Verkehrsunternehmen, -verbände und neue Mobilitätsanbieter ein besseres Angebot für Pendler bereitstellen, welchen Beitrag Arbeitnehmer selbst für eine nachhaltige Gestaltung ihres Arbeitsweges leisten und welche Anreize Arbeitgeber setzen können. Ziel ist es, einen langfristigen Dialogprozess anzustoßen, der beispielsweise über runde

Tische weitergeführt wird und in konkreten Maßnahmen münden soll. Darüber hinaus werden zentrale Erkenntnisse aus dem Dialog auf Länderebene in einem Pendleratlas zusammengefasst werden, der dem Bundesverkehrsminister zum Abschluss der Veranstaltungsreihe in Berlin übergeben wird. Begleitet wird der Business Mobility Brunch jeweils von einem reichweitenstarken Medienpartner aus der Region, der in einer redaktionellen Serie im Vorfeld über zentrale Themen berichtet, Akteure zu Wort kommen lässt und einen Nachbericht zu den Ergebnissen veröffentlicht.

### Nordrhein-Westfalen macht den Auftakt

Der Auftakt des neuen Formats hat am 4. Juli 2019 in Düsseldorf stattgefunden. Im Mittelpunkt stand dabei die verkehrlich stark belastete Rhein-Ruhr-Region. Gemeinsam haben NRW-Verkehrsminister Hendrik Wüst, Oliver Wolff als Hauptgeschäftsführer des VDV, Stefan Heimlich als Vorsitzender des ACE sowie weitere namhafte Akteure aus Verkehrsbranche und Wirtschaft darüber diskutiert, wie sich die Pendlermobilität verbessern lässt. Dazu sind in verschiedenen Panels Best Practices vorgestellt und mögliche Lösungen erarbeitet worden. Weitere Veranstaltungen in anderen Regionen Deutschlands sind bereits in Planung. Der nächste Business Mobility Brunch findet im November 2019 in Leipzig statt.

Einbindung eines starken medialen  
**Partners**

Start eines langfristigen  
**Dialogs**



## Innovationen den Weg bereiten

Wettbewerb Start-up-Mobility

Die Innovationskraft und -geschwindigkeit der Mobilitätsanbieter ist ein zentraler Erfolgsfaktor für das Erreichen der ehrgeizigen Ziele der Initiative, den Personenverkehr in Deutschland bis 2030 um gut ein Drittel und den Güterverkehr auf der Schiene um ein Viertel zu steigern. Der Wettbewerb Start-up-Mobility soll Unternehmen mit innovativen Geschäftsideen mit führenden Köpfen aus der Verkehrsbranche zusammenbringen mit dem Ziel, gemeinsam neue Konzepte und Ideen zu realisieren.

Im Rahmen des Wettbewerbs wird das „Mobility-Start-up des Jahres“ gesucht – zunächst in verschiedenen regionalen Wettbewerben und anschließend in einem Finale auf Bundesebene in Berlin. Die Unternehmen präsentieren ihre kreativen und spannenden Konzepte vor einem ausgewählten Kreis von Vorständen und Geschäftsführern der Aufgabenträger, Verkehrsverbünde und -unternehmen, direkt und ohne Streuverluste. Diese entscheiden, ob die Projekte für die Branche oder das eigene Unternehmen spannend sind – direkte gemeinsame Geschäftsanbahnung nicht ausgeschlossen. Im Gegenzug hat die Mobilitätsbranche die Chance, sich als spannendes Experimentierfeld für innovative Formate und Lösungen sowie neue Geschäftsmodelle zu präsentieren. Zugleich wird ein starkes Netzwerk zwischen den im VDV organisierten Betreibern und den Innovatoren von morgen

geknüpft. Der Start-up-Wettbewerb startet im ersten Quartal 2020.

**MOBILITY**  
**startUPpitch!**

### Breite Zusammenarbeit

Wesentlicher Treiber des Wettbewerbs sind die Verbundgesellschaften unter dem Dach des VDV. Die fachliche Begleitung erfolgt über ein Steering Committee, dem mit Prof. Knut Ringat der Vorsitzende der Geschäftsführung des Rhein-Main-Verkehrsverbunds (RMV) vorsteht. Die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Verbänden auf regionaler Ebene stellt die Ansprache geeigneter Start-ups sicher. Darüber hinaus erfolgt die Einbindung nationaler Partner zur Finanzierung der Preisgelder.

Die Verbünde als  
**Treiber**



Die **direkte**  
**Ansprache** im  
Vordergrund

## Städtische Mobilität neu denken

Metropolenkonferenzen

Die Basisarbeit der Initiative findet in den Bundesländern und Regionen statt – in engem Zusammenspiel mit den beteiligten Partnern. In Planung befinden sich derzeit unter anderem Metropolenkonferenzen. Die Veranstaltungen sollen die verkehrlichen Herausforderungen in den Großstädten und Ballungszentren in den Blick nehmen und wichtige Impulse für die öffentliche Diskussion über die Zukunft der Mobilität liefern.

Blick in  
**europäische**  
**Metropolen**

Die Metropolenkonferenzen knüpfen an den erfolgreichen Vorgänger der Länderkonferenzen im Rahmen der Infrastrukturinitiative „Damit Deutschland vorne bleibt“ an. Sie zeichnen sich durch meinungsstark besetzte Gesprächsrunden mit Spitzenvertretern aus Politik, Unternehmen, Verbänden und Institutionen auf Landesebene aus sowie durch die Vorstellung von Best Practices aus anderen europäischen Metropolen.

### Hamburg macht den Anfang

Die erste Konferenz ist im September 2019 für die Metropolregion Hamburg vorgesehen und wird von den Partnern Hamburger Verkehrsverbund, Hochbahn, S-Bahn Hamburg und der VDV-Landesgruppe Nord vorbereitet. Wie andere deutsche Metropolen steht auch die Hansestadt angesichts des immensen Verkehrsaufkommens vor großen Herausforderungen. Die drängenden Probleme haben die Verkehrspolitik zu einem Topthema für die Menschen und die politischen Parteien in Hamburg gemacht. Der Wettbewerb um neue Mobilitätsideen für die Stadt an der Elbe hat begonnen. Auf dem Weg zu einer effizienteren und nachhaltigeren Ausgestaltung des Verkehrs soll die erste Metropolenkonferenz aufzeigen, wie die Verkehrsbelastung gesenkt, mehr Menschen zum Umstieg auf umweltfreundliche Verkehrsmittel bewogen werden können und sich die Lebensqualität

verbessern lässt. Zu den Teilnehmern der Konferenz gehören unter anderem Dr. Peter Tschentscher als Erster Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg, Akteure aus der Bundes- und Landespolitik sowie Vertreter aus der Verkehrsbranche.

### Mediale Aufmerksamkeit

Das Format der Metropolenkonferenz braucht einen starken Medienpartner, der die inhaltliche Ausrichtung zum Dauerthema macht. Dazu soll eine führende Tageszeitung aus der Region eingebunden werden. Das Medium beleuchtet im Vorfeld der Metropolen-

Mit klaren Botschaften  
**Haltung**  
**zeigen**



konferenz in einer mehrteiligen redaktionellen Serie die Mobilitätsprobleme in der Region, begleitet die Veranstaltung und informiert in einem Nachbericht über die zentralen Erkenntnisse und Aussagen. Die zweite Metropolenkonferenz findet voraussichtlich Ende November 2019 in Nürnberg statt.

## Das Momentum nutzen

Umweltschonende Mobilität ist ein zentrales Thema unserer Zeit. Politik und Gesellschaft haben gleichermaßen verstanden, dass die Verkehrswende kein abstraktes Ziel mehr bleiben darf, sondern jetzt auch wirklich kommen muss. Das Bewusstsein bei den Meinungsbildnern der Republik dafür wach zu halten, bleibt eine zentrale Aufgabe der Initiative Deutschland mobil 2030. Eine andere ist, die vielen vorhandenen Belege dafür zu präsentieren und zu kommunizieren, dass die öffentlichen Mobilitätsangebote für Menschen und Güter ein zentraler Teil dieser Wende sind.

Bleiben Sie ein Teil von Deutschland mobil 2030!

### Impressum

#### Herausgeber

Deutschland mobil 2030 GmbH  
Leipziger Platz 8, 10117 Berlin

#### V.i.S.d.P.

Lars Wagner,  
Pressesprecher Deutschland mobil 2030 GmbH

#### Konzeption, Redaktion und Gestaltung

CP/COMPARTNER Agentur für Kommunikation GmbH, Essen

#### Redaktionelle Mitarbeit

Eberhard Krummheuer

#### Bildnachweise

Adobe Stock | den-belitsky, kameraauge; F.A.Z.; Diana Pfammatter;  
shutterstock | Alexei Zatevakhin, alazur, ARTamstera, Biscotto Design, elenabsl,  
Hyunwon Jang, GaudiLab, MoreVector, Pavel Vinnik, Panimoni, PureSolution;  
rvbw.ch; VDV | Marco Urban

Stand: Juni 2019





Deutschland mobil 2030 GmbH  
Leipziger Platz 8  
10117 Berlin

Fon: +49 30 40203096-0  
Fax: +49 30 40203096-1  
[kontakt@dm2030.de](mailto:kontakt@dm2030.de)