

Anlage 2.3.A (Bei Mehrfachnutzung des Anlagenmusters 2.3.A bitte Nummerieren)

„Weitere Teilprojekte“

zur Skizze für die Förderung eines Modellprojekts zur Stärkung des ÖPNV

nach der Richtlinie des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur über die Förderung von Modellprojekten zur Stärkung des ÖPNV vom 12.01.2021

- Förderaufruf 2021 -

Teilprojekt(e) **bis**

(bitte geben Sie die Nummern der Teilprojekte an)

Zu Ziff. 2.3 – Teilprojekte

Teilprojekt-Nr.	Namen der Teilprojekte
4	Einheitliches Tarifsysteem
5	Neue Verbindung Cloppenburg-Vechta
6	Mobilitätsmanagement- und Marketing-Offensive

Zu Ziff. 2.3.1 – Beschreibung der Teilprojekte

Bitte beschreiben Sie die zur Förderung vorgeschlagenen Teilprojekte inklusive enthaltener Maßnahmen und erläutern den Zusammenhang der Maßnahmen untereinander. Gehen Sie dabei bitte insbesondere auf die von Ihnen zur Förderung vorgeschlagenen Maßnahmen ein (siehe Ziff. 4.4) und geben Sie stichpunktartig einen Überblick über die enthaltenen Untermaßnahmen.

Teilprojekt-Nr.	Beschreibung der Teilprojekte
4	<p>Beschreibung Teilprojekt 4: Einheitliches Tarifsysteem</p> <p>Maßnahme: Entwicklung, Umsetzung und Evaluation einheitliches Tarifsysteem</p> <p>Die beiden Landkreise Vechta und Cloppenburg möchten über die Kreisgrenzen hinweg ein für alle ÖPNV-Angebote in den beiden Landkreisen gleichermaßen geltendes Tarifsysteem realisieren. Dabei sollen Fahrgäste zum Erreichen ihres Ziels ein Ticket auf allen passenden Verkehrsangeboten nutzen können: Wenn ein gültiges Ticket für die Strecke von einer Start- zu einer Zielhaltestelle vorhanden ist, dann sollen hierfür alle Verkehrsangebote genutzt werden können, die eine Beförderung zwischen den beiden Haltestellen anbieten. Dies soll auch für Teilstrecken und für Strecken gelten, die über die Landkreisgrenzen führen.</p> <p>Der Grundpreis von einer Start- zu einer Zielhaltestelle innerhalb eines Landkreises und über die</p>

<p>(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)</p>	<p>Landkreisgrenzen hinweg soll unabhängig vom jeweils genutzten Verkehrsangebot gleich sein. Wo dies für die Fahrgäste begründbar ist, sollen zusätzlich zum Grundpreis Zuschläge für besondere Leistungen, z.B. bei Beförderungen mit dem ÖPNV-Taxi, erhoben werden können.</p> <p>Die Tarifgestaltung soll derart erfolgen, dass die Preisfindung für alle Verkehrsangebote den gleichen, einfachen Regeln folgt und von den Fahrgästen leicht verstanden und als gerecht empfunden werden kann.</p> <p>Für alle Verkehrsangebote sollen grundsätzlich die gleichen Tarifbestimmungen innerhalb eines in sich stimmigen Regelwerkes gelten. Wo es für einzelne Verkehrsangebote begründbare Ausnahmen gibt, sollen diese innerhalb des Regelwerkes auf gut nachvollziehbare Weise integriert werden können. Die Tarifbestimmungen sollen für alle Verkehrsangebote in den beiden Landkreisen auf die gleiche Art und Weise kommuniziert werden (gleiche Begriffe, gleiche Darstellung, gleiche Informationswege etc.)</p> <p>Für alle Verkehrsangebote soll grundsätzlich ein einheitliches Sortiment an Ticketarten zur Verfügung stehen, wobei alle Tickets entweder bargeldlos bezogen oder per Papier-Fahrausweis erworben werden können.</p> <p>Die Gestaltungsprinzipien von Papier-Fahrausweisen und das Erscheinungsbild der Fahrausweise sollen unabhängig vom jeweiligen Verkehrsangebot einheitlich sein.</p> <p>Zur bargeldlosen Nutzung der ÖPNV-Angebote soll es missbrauchssichere Verfahren geben, mit deren Hilfe neben dem Erwerb der Tickets die damit verbundenen Fahrtberechtigungen innerhalb der Fahrzeuge auf unterschiedliche Weise (QR-Code auf Kundenkarten, Smartphone) schnell und deutlich für Fahrer und Fahrgast ausgewiesen werden kann. Die bargeldlose Nutzung aller Verkehrsangebote soll mit verschiedenen, bereits beim moobil+-Rufbusangebot erprobten Vorteilen verbunden sein, wie z.B. Bestpreis-Garantie, bei der die in Abhängig von der tatsächlichen Nutzung des ÖPNV günstigste Ticketart für einen Fahrgast automatisch berechnet wird und ggf. zu viel erhobene Ticketpreise zurücküberwiesen werden. Weiter soll es die Möglichkeit zur Übernahme der Fahrtkosten durch Dritte geben, womit auch flexible Möglichkeiten für Betriebe zur Beteiligung an den Fahrtkosten ihrer Mitarbeiter verbunden sein sollen (neue Art von Job-Tickets).</p> <p>Grundsätzlich soll sowohl in der Mobilitätszentrale als auch in allen Fahrzeugen die Möglichkeit bestehen, Fahrausweise für eine Gesamtstrecke innerhalb der beiden Landkreise und über die Landkreisgrenzen hinweg zu erwerben.</p> <p>Auch abgelegene Betriebe oder stark frequentierte Einrichtungen sollen von einem gemeinwirtschaftlichen Verkehrsangebot bedient werden können. Für solche Fälle soll ein situationsgerechter Tarif entwickelt werden können, der für den jeweiligen Aufgabenträger möglichst kostendeckend sein soll, und an dem sich angebundene Betriebe bzw. stark frequentierten Einrichtungen finanziell beteiligen können sollen.</p> <p>Für Fahrten von und zu Tarifgebieten außerhalb der Landkreise Cloppenburg und Vechta sollen Übergangstarife vorhanden sein. Das Niedersachsenticket und Fahrausweise für SPNV-Fahrten sollen für kostenlose Anschlussfahrten im Vor- oder Nachlauf von Zugverbindungen genutzt werden können.</p> <p>Zu den Untermaßen gehören die Entwicklung des einheitlichen Tarifsystems, die Entwicklung einer allgemeinen Vorschrift zur rechtssicheren Umsetzung des neuen Systems und die Vorbereitung des Betriebs zu dessen praktischer Anwendung.</p>
<p>5</p>	<p>Beschreibung Teilprojekt 5: Einführung neue Verbindung Cloppenburg-Vechta</p> <p>Maßnahme: Aufbau, Betrieb und Evaluation neue Verbindung CLP-VEC</p> <p>Das Mobilitätsangebot der Landkreise Cloppenburg und Vechta soll um die Einrichtung einer neuen</p>

<p>(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)</p>	<p>Verbindung zwischen den beiden Kreisstädten erweitert werden. Mit dieser neuen Linie sollen Beförderungslücken geschlossen werden, die bisher mit dem vorhandenen ÖPNV-Angebot nicht abgedeckt werden konnten.</p> <p>Die neue Buslinie soll dabei eine mit dem Schienenpersonennahverkehr vergleichbare Bedienqualität aufweisen und täglich, auch an den Wochenenden, stündlich zwischen den beiden Kreisstädten verkehren. Sie zeichnet sich weiter durch eine direkte und schnelle Linienführung zwischen den Aufkommensschwerpunkten aus und wird mit qualitativ hochwertigen Bussen betrieben, u.a. ausgestattet mit Klimaanlage, Niederflureinstieg und WLAN. Fahrgastfreundliche Umstiegsmöglichkeiten zum SPNV, einschließlich einer zuverlässigen Anschlusssicherung beim ÖPNV sowie zum SPNV sind weitere Qualitätskriterien.</p> <p>Die neue Linie verläuft zwischen den beiden Kreisstädten von Cloppenburg aus über Emstek, Schneiderkrug und Langförden bis nach Vechta. Die Haltestellen sind an strategisch wichtigen Punkten gewählt worden, um u.a. Standorte mit einer hohen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung zu stärken. Es sind täglich zwischen 17 bis 19 Fahrtenpaare vorgesehen.</p> <p>Um die Umstiegsmöglichkeiten und Anschlüsse tatsächlich bieten bzw. sichern zu können, sollen alle Prozesse und alle Informationen auf der Basis von Echtzeitinformationen stattfinden.</p> <p>Der Stundentakt ist an die Ankunftszeiten des SPNV an den beiden Bahnhöfen in Cloppenburg und Vechta abgestimmt. Damit dient die neue Linie auch als Zubringer zu den Bahnhöfen und als wichtiger Verknüpfungspunkt zwischen den Bahnstrecken RE 18 (Wilhelmshaven - Osnabrück) und RB 58 (Osnabrück - Bremen). Daher ist die Linie nicht nur ein wichtiger Baustein im Mobilitätskonzept der beiden Aufgabenträger, sondern darüber hinaus ein wichtiges Element im Schiene-Bus-Grundnetz des Landes Niedersachsen.</p>
--	--

(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)	
6	<p data-bbox="296 405 1209 434">Beschreibung Teilprojekt 6: Mobilitätsmanagement- und Marketing-Offensive</p> <p data-bbox="296 477 1501 902"> Maßnahme: Planung, Umsetzung und Evaluation Mobilitätsmanagement und Marketing Die angestrebte Steigerung der Fahrgastzahlen im ÖPNV der beiden Landkreise soll mit Hilfe einer breit angelegten Mobilitätsmanagement- und Marketing-Offensive (weiter MM-Offensive) deutlich unterstützt werden. Zu dieser Offensive soll eine ganze Reihe aufeinander abgestimmter Maßnahmen zur zielorientierten Beeinflussung des individuellen Mobilitätsverhaltens hin zu einer verstärkten Nutzung des ÖPNV gehören. Dadurch soll die positive Wahrnehmung und Bewertung des ÖPNV deutlich gestärkt und die Mobilitätskultur in Richtung ÖPNV weiterentwickelt werden. Mittels MM-Offensive soll die Bekanntheit der ÖPNV-Angebote in den beiden Landkreisen, insbesondere das neue ÖPNV-Taxi, das erweiterte moobil+-Rufbusangebot und die neue Linie VEC-CLP, die neue Mobilitätsplattform einschließlich neuer Fahrgast-App und die Dienste der Mobilitätszentralen deutlich gefördert werden: alle Einwohner*innen in den beiden Landkreisen sollen diese wesentlichen ÖPNV-Komponenten kennen. </p> <p data-bbox="296 913 1501 1122"> Weiter sollen die Einwohner in den Landkreisen wissen, wie sie die ÖPNV-Angebote und -Dienste für sich gezielt nutzen können: Sie sollen wissen, welche konkreten ÖPNV-Angebote für ihre Lebenssituation und die ihrer Familienangehörigen an den für sie wichtigen Orten (Wohnung, Arbeitsplatz, Schule, Arztpraxis etc.) besonders geeignet sind, und wie sie ganz konkret vorzugehen haben, um die Dienste der Mobilitätsplattform und der Mobilitätszentralen gezielt dazu einsetzen können, um genau diese Angebote für sich nutzen zu können. </p> <p data-bbox="296 1133 1501 1487"> Im Ergebnis soll dies dazu führen, dass möglichst vielen Einwohner in den beiden Landkreisen die ÖPNV-Angebote bei der Planung ihrer Alltagsmobilität als selbstverständliche Möglichkeiten präsent sind und sich ihre Mobilitätsroutinen auf diese Angebote ausrichten. Die ÖPNV-Angebote sollen auch langfristig als selbstverständliche Möglichkeiten in der alltägliche Lebenswirklichkeit möglichst vieler Einwohner der beiden Landkreise ihren festen Platz finden und entsprechend häufig genutzt werden. Die MM-Offensive wird von den Städten und Gemeinden in den Landkreisen unterstützt werden. Dazu gehören u.a. die Einrichtung von lokalen Informations- und Beratungsstellen für Einwohner und Besucher in der jeweiligen Stadt oder Gemeinde („Mobilitätspunkte“) und die Akquirierung von Personen, die in ihrem sozialen Umfeld für den ÖPNV werben und aktive Hilfestellung bei dessen Nutzung leisten sollen („Mobilitätspaten“). </p> <p data-bbox="296 1529 1501 1704"> Auch die Verkehrsunternehmen des ÖPNV werden ihren Beitrag im Rahmen der MM-Offensive leisten. Hierzu gehören u.a. Vorführung der Fahrzeuge und Vorstellung der Fahrer bei Informations- und Werbeveranstaltungen vor Ort in den Städten und Gemeinden (Informationsabende, Infostände in Fußgängerzonen etc.) und die Durchführung von ÖPNV-Schulungsveranstaltungen, bei denen die Nutzung der verschiedenen Angebote zielgruppenspezifisch vermittelt wird. </p> <p data-bbox="296 1715 1501 1890"> Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei der Durchführung der MM-Offensive wird in deren zielgruppenspezifischen Ausrichtung und einer Orientierung aller zum Einsatz kommenden Werkzeuge an der jeweils im Fokus stehenden Zielgruppe gesehen. Hierzu sollen u.a. Interviews auf der Basis von Fokusgruppen und Pretests mit den Nutzern der verschiedenen Zielgruppe durchgeführt werden. </p> <p data-bbox="296 1901 1501 1995"> Für die MM-Offensive sollen auch Betriebe, Schulen, große Behörden und andere stark frequentierte Einrichtungen (z.B. Krankenhäuser, große Veranstaltungsorte) als wichtige Kooperationspartner gewonnen werden. </p>

(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)	<p>Im Rahmen der MM-Offensive soll auch der Einsatz von Multiplikatoren und Influencern vorgesehen werden, mit deren Hilfe das Image der ÖPNV in den beiden Landkreisen gestärkt und dessen Nutzung als smart, nachhaltig und attraktiv vermittelt werden kann. Weiter sollen im Rahmen der MM-Offensive auch verhaltensbasierte Anreize („Nudges“) und zielgruppenspezifische Online-Marketing-Aktivitäten entwickelt werden, um damit eine nachhaltige Nutzung des ÖPNV anzuregen.</p> <p>Wichtige Untermaßnahmen sind die Vergabe der Erstellung eines umfassenden Mobilitätsmanagement- und Marketingkonzeptes und dessen Umsetzung einschließlich der Vorbereitung und Begleitung von Aktionen und der Erstellung aller benötigten Marketing-Werkzeuge über die komplette Projektlaufzeit hinweg.</p>
---	--

Zu Ziff. 2.3.2 Voraussichtliche Wirkung der Teilprojekte

Bitte beschreiben Sie hinsichtlich des jeweiligen Teilprojekts unter besonderer Berücksichtigung der zur Förderung vorgeschlagenen Maßnahmen:

- a. die Ausgangslage und Problemstellung,
- b. die angestrebten Wirkungen und Ziele,
- c. die zugrundeliegende Wirkungskette,
- d. die möglichen Wechselwirkungen mit anderen Maßnahmen und Teilprojekten,
- e. sofern Sie in diesem Teilprojekt Maßnahmen aus dem Bereich „Vernetzung von Auskunfts- und Vertriebssystemen“ zur Förderung vorgestellt haben, welchen Beitrag diese Maßnahme(n) zur Umsetzung der Roadmap „Digitale Vernetzung im öffentlichen Personenverkehr“ leistet/n.

Teilprojekt-Nr.	Voraussichtliche Wirkung der Teilprojekte
4	<p>Voraussichtliche Wirkung Teilprojekt 4: Einheitliches Tarifsystm</p> <p>a. Ausgangslage und Problemstellung In den beiden Landkreisen zusammen bestehen derzeit vier voneinander getrennte ÖPNV-Angebotsarten mit jeweils eigenen Tarifen und Tarifbestimmungen. Zum einen gibt es die beiden Tarife der beiden Verkehrsgemeinschaften in Vechta und Cloppenburg für lokale und regionale konventionelle Busverbindungen innerhalb der Landkreise. In der Stadt Vechta gibt es den StadtBus Vechta, der bis auf wenige Ausnahmen Mobilitätsangebote innerhalb des kompletten Stadtgebiets Vechta anbietet. Seit 2013 existiert das moobil+-Rufbusangebot im Landkreis Vechta, seit 2020 auch im Landkreis Cloppenburg, das hauptsächlich für die Erschließung der Fläche, teils aber auch für kurze regionale Verbindungen sorgt. Aufgrund des Mangels an einem einheitlichen Tarifsystm können erworbene Tickets immer nur für die Verkehrsangebotsart genutzt werden, über die das Ticket bezogen wurde. Es besteht kein einheitliches Preisfindungsmodell, so dass Fahrgäste die Preise für jede Verkehrsangebotsart auf unterschiede Art und Weise errechnen müssen. Für jede Verkehrsangebotsart bestehen unterschiedliche Tarifbestimmungen, die auf jeweils unterschiedliche Art und Weise kommuniziert werden.</p> <p>Das Sortiment der Ticketarten unterscheidet sich je nach Angebotsart. Derzeit können nur die Tickets für das moobil+-Rufbusangebot bargeldlos erworben werden, für alle anderen Angebotsarten gibt es nur Papier-Fahrscheine, die sich auch bezüglich Gestaltung und Erscheinungsbild teilweise sehr stark voneinander unterscheiden. Eine automatisierte Übernahme von Fahrtkosten durch Dritte ist nur beim moobil+-Rufbusangebot möglich. Die Berechnung des Preises für eine Beförderungskette aus mehreren Angeboten und der Kauf der dafür nötigen unterschiedlichen</p>

<p>(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)</p>	<p>Tickets stellt für Fahrgäste eine deutliche Herausforderung und eine Zugangshürde zum ÖPNV dar.</p> <p>b. Angestrebte Wirkungen und Ziele</p> <p>Inputs: Schaffung einheitlicher Tarifbestimmungen mit einheitlichen Preisfindungsregeln und einheitlichem Ausweissortiment, Schaffung der rechtlichen Grundlagen zur Anwendung des einheitlichen Tarifs und zum Ausgleich von Tarifverlusten</p> <p>Outputs: für jede ÖPNV-Beförderung gilt unabhängig von der Art der Beförderung der gleiche Grundtarif und das gleiche attraktive Ausweissortiment. In der Mobilitätszentrale und in den Fahrzeugen können alle Arten von Tickets für alle einzelnen Angebote und komplette Beförderungsketten bargeldlos oder per Papierfahrtschein erworben werden. Bei bargeldloser Zahlung kann die Fahrtberechtigung über unterschiedliche Medien nachgewiesen werden.</p> <p>Outcomes: Anstieg der Fahrgastzahlen durch einheitlichen, einfach nachvollziehbaren und attraktiven Tarif auf allen Verkehrsangeboten in den beiden Landkreisen; Bessere Nutzbarkeit des ÖPNV durch einheitliche und einfache Prozesse des Fahrkartenerwerbs und der Darstellung der Fahrtberechtigung. Preisvorteile für Fahrgäste u.a. durch Bestpreis-Garantie und Beteiligungsmöglichkeiten Dritter (u.a. Betriebe) an den Fahrtkosten.</p> <p>Impact: Attraktivitätssteigerung des ÖPNV insgesamt durch Vereinheitlichung und Vereinfachung und durch verschiedene Preisvorteile; Verlagerung des motorisierten Individualverkehrs auf den ÖPNV</p> <p>c. Wirkungskette</p> <p>Auf Basis der für beide Landkreise einheitlichen für alle Verkehrsangebote gleichermaßen geltenden Tarifbestimmungen kann der Preis für jeden Beförderungswunsch in einem Landkreis mittels ÖPNV von einem Fahrgast auf die gleiche, einfache Art und Weise berechnet werden. Dies gilt unabhängig von der Art einer Beförderung und der Anzahl der für eine Beförderung in Anspruch genommenen Verkehrsangebote. Für alle Verkehrsangebote können die gleichen Ticketarten sowohl in der Mobilitätszentrale als auch in den Fahrzeugen bargeldlos oder per Papierfahrtschein erworben und genutzt werden. Die deutliche einfachere und einheitliche Vorgehensweise hinsichtlich des Erwerbs der Tickets und deren Nachweis in den Fahrzeugen führt zu einem vereinfachten Zugang zum ÖPNV und zum Abbau von Ängsten bei Fahrgästen, bezüglich eines möglicherweise falschen Tickets bzw. der fehlenden Möglichkeit, dies nachweisen zu können. Preisvorteile, insbesondere für Vielfahrer, führen zu mehr finanziellen Vorteilen gegenüber der Nutzung des PKW. Insgesamt führt ein einheitliches Tarifsystem zu einem Anstieg der Fahrgastzahlen und eines damit verbundenen Abbaus des motorisierten Individualverkehrs</p> <p>d. Wechselwirkungen: Mittels Mobilitätsplattform lassen sich die Preise für alle ÖPNV-Beförderungen auf die gleiche und übersichtliche Art und Weise berechnen und als Gesamttarif darstellen. Mit der digitalen Ausstattung der Fahrzeuge können in allen Fahrzeugen die gleichen technischen Verfahren zum Erwerb oder Nachweis von Tickets zur Anwendung kommen. Die Vereinheitlichung und Vereinfachung der Nutzbarkeit des ÖPNV mittels einheitlichem Tarifsystem wird eine positive Wirkung insbesondere auf die Entwicklung der Fahrgastzahlen auf den erweiterten mobil +-Rufbusverbindungen und der neuen Linie CLP-VEC haben.</p>
---	---

(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)	
5	<p>Voraussichtliche Wirkung Teilprojekt 5: Neue Verbindung Cloppenburg-Vechta</p> <p>a. Ausgangslage und Problemstellung Es besteht derzeit eine Linie 970, die die beiden Kreisstädte miteinander verbindet. Der Fahrplan dieser Linie ist aber stark auf die Schülerbeförderung ausgerichtet und bindet auf seiner Hauptstrecke diverse Dörfer und Bauernschaften an, um den Bedarf des ÖPNV zu Schülerbeförderungszeiten zu decken. Außerhalb der Schultage besteht auf dieser Linie kein oder ein nur stark reduziertes Angebot. Die aktuelle Linienführung ist weder schnell noch direkt und weist erhebliche zeitliche Beförderungslücken auf. Zudem sind die Abfahrtszeiten nicht auf die aktuellen Ankunftszeiten des SPNV abgestimmt. Auch Anschlusssicherungen zum ÖPNV in den jeweiligen Aufgabenträgergebieten sind nicht sichergestellt. Ferner werden mit dieser Linie keine Pendlerzeiten bedient. Das aktuelle Angebot dieser Linie stellt keine ausreichende Verkehrsbedienung im Jedermann-Verkehr dar.</p> <p>Bei einer Auswertung mit der Software Teralytics wurden die Pendlerbeziehungen zwischen den einzelnen Haltestellen im Fahrplan der neuen Linie untersucht. Dabei wurde festgestellt, dass durchschnittlich monatlich ca. 235.270 Pendlerströme in dem Busumlauf der Buslinie unterwegs sind. Da derzeit, wie oben beschrieben, keine Linie auf dieser Strecke mit ausreichender Verkehrsbedienung eingerichtet ist, dient diese Auswertung als Ausgangslage und Planungsgrundlage, um eine neue Linie zwischen Cloppenburg und Vechta einzuführen.</p> <p>b. Angestrebte Wirkungen und Ziele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inputs: Maßnahme Einführung und Betrieb einer neuen komfortablen Linie zwischen Cloppenburg und Vechta im ganzjährigen, stündlichen Taktverkehr. • Outputs: Schließung von Beförderungslücken zwischen den beiden Kreisstädten, Anbindung wichtiger Wirtschaftsstandorte, verlässliches Mobilitätsangebot mit günstigem Tarif, Beförderung durch qualitativ hochwertige Busse, Verknüpfungen von zwei Bahnstrecken, Verknüpfung der straßengebundenen ÖPNV-Netze der beiden Landkreise • Outcomes: Anstieg der ÖPNV Fahrgäste durch die Nutzung der neuen Linie, Anstieg der ÖPNV Fahrgäste bei zu- und abbringenden ÖPNV-Fahrangeboten innerhalb der Landkreise, Anstieg der SPNV-Fahrgäste, Gewinnung neuer Nutzergruppen wie Studenten, Berufspendler und Fahrgäste im Alltagsverkehr (Arztbesuche, Einkauf, Freizeitverkehre). • Impact: Attraktivitätssteigerung des ÖPNV insgesamt, Steigerung der Nutzung des ÖPNV, Verlagerung von Verkehren des motorisierten Individualverkehrs auf den ÖPNV, Verringerung der CO2-Emissionen. <p>c. Wirkungskette Durch die Einführung der neuen Linie zwischen Cloppenburg und Vechta und deren stündlichen Takt in beiden Richtungen werden Mobilitätsbedarfe in räumlicher und zeitlicher Hinsicht erfüllt,</p>

<p>(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)</p>	<p>die vorher durch den ÖPNV nicht abgedeckt wurden. Die Verlässlichkeit des Angebotes zusammen mit einem günstigen Tarif und der einfachen Zugänglichkeit des Angebotes führen dazu, dass das neue ÖPNV-Angebot gut genutzt werden wird. Das Mehrangebot im ÖPNV bietet Fahrgästen neue Möglichkeiten zwischen den Aufgabenträgergebieten zu pendeln und dient als Ergänzung bzw. Erweiterung zum bestehenden ÖPNV. Zudem werden neue Beförderungsketten zwischen dem ÖPNV und dem SPNV ermöglicht, was eine bessere Erreichbarkeit der Oberzentren Oldenburg, Osnabrück und Bremen ermöglicht.</p> <p>Mit der Schaffung des neuen ÖPNV-Angebotes wird es eine weitere Verlagerung vom motorisierten Individualverkehr zum ÖPNV geben. Dadurch werden die CO2-Werte in den beiden Landkreisen verringert und das Erreichen der Klimaschutzziele unterstützt.</p> <p>d. Wechselwirkungen</p> <p>Die Einführung der neuen Linie zwischen Cloppenburg und Vechta ist ein strategisch wichtiger Teil des Mobilitätskonzeptes der beiden Landkreise, da hierdurch sowohl der Lückenschluss im SPNV-Netz als auch im straßengebundenen ÖPNV-Netz der beiden Landkreise geschaffen werden kann. Zusammen mit der Taktverdichtung der moobil+-Linien und mit Hilfe des neuen ÖPNV-Taxi-Angebots wird es möglich, über die Landkreisgrenzen hinweg die kompletten Flächen der beiden Aufgabenträger zu erschließen. Dies wird durch die Schaffung eines einheitlichen Tarifs in beiden Landkreisen und die Realisierung der Mobilitätsplattform, in der alle ÖPNV-Angebote in beiden Landkreisen integriert sind, stark unterstützt werden.</p>
<p>6</p>	<p>Voraussichtliche Wirkung Teilprojekt 6 Mobilitätsmanagement- und Marketing-Offensive</p> <p>a. Ausgangslage und Problemstellung</p> <p>Im Rahmen der Einführung der moobil+-Rufbusangebote im 2013 im Landkreis Vechta und 2020 im Landkreis Cloppenburg wurden umfangreiche Marketing-Maßnahmen durchgeführt, in deren Rahmen auch verschiedene Werkzeuge (Flyer, Giveaways etc.) entwickelt wurden und auch weiterhin zur Verfügung stehen. Auch das Konzept der Mobilitätspaten und -punkte wurde bereits entwickelt und es konnten erste Erfahrungen in diese Richtung gesammelt werden. Für den Start von moobil+ im Landkreis Cloppenburg wurde eine neue moobil+-Homepage entwickelt und verschiedene Maßnahmen im Bereich des Online-Marketings durchgeführt. Insofern besteht in beiden Landkreisen eine Basis an Erfahrungen und Werkzeugen, die für die MM-Offensive genutzt</p>

<p>(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)</p>	<p>werden können.</p> <p>Für den konventionellen ÖPNV-Linienverkehr gibt es bisher nur wenige Marketing-Werkzeuge; gezielte Marketing-Maßnahmen für diese Verkehre wurden in den letzten Jahren keine durchgeführt. Die Erweiterung der moobil+-Angebote, die Einführung der neuen Linie CLP-VEC und die Einführung des neuartigen ÖPNV-Taxi-Angebots müssen von massiven MM-Aktivitäten begleitet werden, um ihnen zum Erfolg zu verhelfen. Darüber hinaus werden auf der Basis der ÖPNV-Erweiterungen und der Realisierung der Mobilitätsplattform neuartige Mischformen an Beförderungsketten zur Verfügung stehen, die über die Einzelangebote hinaus besonders bekannt und beworben werden müssen. Schließlich stehen mit der neuen Mobilitätsplattform auch völlig neue Möglichkeiten der Organisation der persönlichen Mobilität zur Verfügung, deren Vorteile einer großen Öffentlichkeit erst noch präsentiert, erklärt und als attraktiv kommuniziert werden müssen.</p> <p>In den beiden Landkreisen herrscht nach wie vor eine große Affinität für den eigenen PKW. Das Ansehen des ÖPNV hat sich wohl mit der Einführung von moobil+ deutlich verbessert, es bedarf aber weiterhin massiver Anstrengungen, um die Mobilitätskultur und das Verhalten der Menschen hin zum ÖPNV weiterzuentwickeln.</p> <p>b. angestrebte Wirkungen und Ziele</p> <p>Inputs: Erstellung Mobilitätsmanagement- und Marketingkonzept, Herstellung bzw. Planung der benötigten zielgruppenorientierten Werkzeuge und Aktionen, Gewinnung bzw. Einrichtung von Mobilitätspaten und Mobilitätspunkten, Durchführung koordinierter Mobilitätsmanagement und Marketing-Kampagnen in Kooperation mit externen Partnern (u.a. Kommunen und Betrieben)</p> <p>Outputs: Kundeninformation bezüglich der individuellen Beförderungsmöglichkeiten mittels ÖPNV und der Möglichkeiten, diese zu organisieren und zu nutzen, Verbesserung des Ansehens des ÖPNV, Überführung der MM-Offensive in permanentes Mobilitätsmanagement und Marketing.</p> <p>Outcomes: Anstieg der Fahrgastzahlen durch bessere Bekanntheit der individuell nutzbaren ÖPNV-Angebote und Kenntnisse bezüglich deren Organisation und Nutzung, Veränderung des Mobilitätsverhaltens durch gezielte darauf ausgerichtete Aktionen, Einplanen der ÖPNV-Angebote in Alltagsroutinen; Fahrgäste fahren mit dem ÖPNV in der Gewissheit, eine smarte, nachhaltige und attraktive Mobilitätslösung zu nutzen.</p> <p>Impact: Steigerung der Attraktivität des ÖPNV durch mehr Wissen rund um die individuellen Möglichkeiten zur Nutzung des ÖPNV; Verbesserung des Images des ÖPNV, Verlagerung des motorisierten Individualverkehrs auf den ÖPNV und damit Reduzierung der CO2-Emissionen.</p> <p>c. Wirkungskette</p> <p>Grundlage der MM-Offensive soll ein MM-Konzept einschließlich Planung einer über die Projektlaufzeit hinaus angelegte Verstetigung des Mobilitätsmanagements und Marketings sein. Auf dieser Basis sollen die nötigen Werkzeuge produziert und Aktionen geplant werden. Im Vordergrund sollen dabei immer die individuellen Bedürfnisse und Sichtweisen der ÖPNV-Nutzer stehen. Insofern werden die Werkzeuge und Aktionen auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet und Information und Beratung rund um den ÖPNV orientieren sich an den individuellen Möglichkeiten zur Nutzung und Organisation der ÖPNV-Angebote durch diese Zielgruppen. Alle Aktivitäten der MM-Offensive werden zusammen mit Personen aus den verschiedenen Zielgruppen u.a durch Interviews und Fokusgruppen gemeinsam entwickelt, so dass die Wahrscheinlichkeit für den Erfolg der Werkzeuge und Maßnahmen erhöht wird.</p> <p>In der Kooperation mit den Kommunen, Betrieben, Schulen und weiteren stark frequentierten Einrichtungen in den Landkreisen sollen Mobilitätspaten und Mobilitätspunkte an stark frequentierten Stellen gewonnen bzw. eingerichtet werden. Damit wird die MM-Offensive einerseits auch auf eine persönliche Basis getragen, bei der Freunde, Kollegen, Nachbarn etc. der Mobilitätspaten für den ÖPNV gewonnen werden können. Andererseits wird es an für den ÖPNV strategisch wichtigen</p>
---	---

<p>(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)</p>	<p>Stellen Anlaufstationen geben, an die sich interessierte Nutzer wenden können, um über ihre individuellen Mobilitätsmöglichkeiten vor Ort informiert zu werden. Gleichzeitig wird durch gezielte Maßnahmen, bei denen auch Multiplikatoren und Influencer zum Einsatz kommen, das Ansehen des ÖPNV verbessert. Aufgrund guter Informiertheit hinsichtlich der individuellen Nutzungsmöglichkeiten des ÖPNV, des positiven ÖPNV-Images und weiterer gezielter Aktionen zur Veränderung des Mobilitätsverhaltens werden potenzielle Nutzer ihr Verhalten nach und nach in Richtung ÖPNV verändern. Damit wird die Nutzung des ÖPNV mehr und mehr zum Teil gelebter Alltagsroutinen.</p> <p>d. Wechselwirkungen</p> <p>In der Kombination zwischen der Schaffung eines starken ÖPNV-Angebots einschließlich attraktivem Tarifsystem, der Realisierung der Mobilitätsplattform als wichtigstes Werk zur Planung, Organisation und Nutzung des Angebots und der darauf ausgerichteten Mobilitätsmanagement-Marketing-Aktivitäten wird der Schlüssel für den Erfolg des ÖPNV gesehen. Nur wenn die Einwohner und Besucher*innen in den Landkreisen das von ihnen nutzbare ÖPNV-Angebot gut kennen, wissen, wie sie es bezogen auf ihren individuellen Alltag nutzen können und dies mit einem guten Gefühl verbinden können, werden der ÖPNV tatsächlich und nachhaltig angenommen werden.</p>
--	---

Zu Ziff. 2.3.3 Tragfähigkeit der Teilprojekte

Bitte stellen Sie die kurz-, mittel- und langfristige finanzielle Tragfähigkeit der zur Förderung vorgestellten Maßnahmen nach Beendigung der Zuwendung dar und unterlegen diese soweit möglich mit Kennzahlen. Abhängig von den betrachteten zeitlichen Perspektiven reflektieren Sie bitte mögliche Unsicherheiten und Risiken Ihrer Annahmen die Zukunft betreffend.

<p>4</p>	<p>Tragfähigkeit von Teilprojekt 4: Einheitliches Tarifsystem</p> <p>Siehe hierzu die Ausführungen hinsichtlich der grundsätzlichen Tragfähigkeit aller Maßnahmen des Modellprojekts für Teilprojekt 1.</p> <p>Bezüglich spezieller Aspekte hinsichtlich der Tragfähigkeit des einheitlichen Tarifsystems: Der wesentliche Kostenfaktor hierfür werden Ausgleichsleistungen für Tarifierungsverluste sein, die an die Verkehrsunternehmen für Linien zu leisten sind, auf denen aufgrund des neuen Tarifs Einnahmeverluste bestehen. Allerdings ist noch unklar, inwiefern und in welcher Höhe tatsächlich Einnahmeverluste auftreten. Dies muss erst noch auf Basis des neu zu entwickelnden Tarifs und auf der Basis von differenzierten Hochrechnungen ermittelt werden.</p> <p>Ein weiterer Aspekt, der die nachhaltige Sicherung eines einheitlichen Tarifs unterstützen wird, ist folgender: Die beiden Landkreise Vechta und Cloppenburg sind nicht nur Aufgabenträger für den ÖPNV, sondern auch für die Beförderung der Schüler in ihrem Gebiet zuständig. Falls es zu verringerten Einnahmen auf den konventionellen Linien-Angeboten kommen sollte, führt dies zwangsläufig zur Verringerung der Ausgaben, die den Landkreisen bei der Schülerbeförderung entstehen. Insofern könnten die zusätzlichen ÖPNV-Kosten im Zusammenhang mit dem neuen Tarif zumindest teilweise durch einen internen Querausgleich mit den reduzierten Ausgaben im Schülerverkehr verrechnet werden.</p>
----------	--

(noch Teilprojekt-Nr. vorherige Seite)	
5	<p>Tragfähigkeit des Teilprojektes 5: Neue Verbindung zwischen Cloppenburg und Vechta Siehe hierzu die Ausführungen hinsichtlich der grundsätzlichen Tragfähigkeit aller Maßnahmen des Modellprojekts für Teilprojekt 1.</p> <p>Bezüglich spezieller Aspekte hinsichtlich der Tragfähigkeit der neuen Verbindung zwischen Cloppenburg und Vechta: Die Verkehrsleitung soll für die Dauer von fünf Jahren ausgeschrieben werden. In dem nach der Ausschreibung abzuschließendem Verkehrsvertrag soll wegen wirtschaftlichen Gesichtspunkten eine optionale Verlängerung der Verkehrsleistung von weiteren fünf Jahren festgesetzt werden. Die Finanzierung wird von den beiden Landkreisen Cloppenburg und Vechta gemeinsam sichergestellt. Die Aufteilung der Gesamtkosten wird auf Basis der Fahrplankilometer im jeweiligen Aufgabenträgergebiet vorgenommen. Fahrgeldeinnahmen und mögliche Fördergelder werden von den Gesamtkosten abgezogen. (Diese sind bereits bei den geschätzte Mittel Dritter/Einnahmen im Gesamtfinanzierungsplan berücksichtigt.)</p> <p>Nach Vorlage des Konzeptes und der dazugehörigen Schätzkosten bei den entsprechenden politischen Gremien wurde bereits im Jahr 2020 beschlossen, dass die Aufgabenträger eine rechtskonforme Ausschreibung durchführen werden. Daher ist davon auszugehen, dass die Tragfähigkeit der Maßnahme auch nach Beendigung der Zuwendung gesichert bleibt.</p>
6	<p>Tragfähigkeit des Teilprojektes 6: Mobilitätsmanagement- und Marketing-Offensive Siehe hierzu die Ausführungen hinsichtlich der grundsätzlichen Tragfähigkeit aller Maßnahmen des Modellprojekts für Teilprojekt 1.</p> <p>Bezüglich spezieller Aspekte hinsichtlich der Tragfähigkeit der Mobilitätsmanagement- und Marketing-Offensive: Die laufenden Kosten, die über die Projektlaufzeit hinausgehen, werden nur einen geringen Teil der Kosten für die Maßnahme darstellen. Da Mobilitätsmanagement- und Marketing-Maßnahmen zu den elementaren Aufgaben rund um die Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung des ÖPNV zählen, ist davon auszugehen, dass diese Kosten von den Aufgabenträgern auch weiter getragen werden.</p>

(noch Teilpro- jekt-Nr. vorherige Seite)	
---	--

Bei Bedarf benutzen Sie dieses Formular mehrfach.