

## Expertendiskussion beim Kamingsgespräch der BiEM in Wien 2019:

### Es geht darum, die Leute abzuholen

*Viel wird davon gesprochen, aber eingetreten ist es noch nicht, das neue Zeitalter der Mobilität, die große Wende. Streamen an Stelle von CDs oder DVDs, aber was statt dem eigenen, die Umwelt verschmutzenden, Auto? Wann wird es – in Zeiten des Klimawandels(!) – endlich so weit sein, dass wir von einer MaaS-Wende sprechen können? Diesen und anderen Fragen zum Thema »Mobilität as a Service« stellten sich die Experten anlässlich eines weiteren Kamingsgesprächs der BiEM.*

von Dominik Schuppich

Die Bundesinitiative eMobility Austria, kurz BiEM, lud zu einem weiteren Kamingsgespräch im Mai 2019. Der unabhängige eMobility Cluster für Unternehmen, Experten und kommunale Gebietskörperschaften in Österreich diskutierte an diesem Abend das Thema MaaS: »Mobilität as a Service« (»Mobilität als Dienstleistung«).

Zur Einleitung gibt Frau DI Angelika Rauch einen Überblick, was genau unter MaaS zu verstehen sei. Gleichzeitig warnt sie davor, dass auf Grund unterschiedlicher Vorstellungen MaaS zu einem reinen »Schlagwort« verkomme. Unter MaaS verstehe man verschiedene Mobilitätsdienste von multimodalen Reiseinformationen (bis hin zu *Ticketing* oder *Park & Ride*), so Rauch. MaaS biete die Integration verschiedener Mobilitätsdienste, auf die bei Bedarf zugegriffen werden kann. Dabei würden unterschiedliche Verkehrsmittel in ein gemeinsames und einheitliches Angebot integriert. Wozu bräuchten wir MaaS, fragt Rauch und gibt eine bündige Antwort: weil die steigende Mobilitätsnachfrage mit sehr vielen Problemen einhergeht – Umweltverschmutzung, Klimawandel, CO<sub>2</sub>, Verkehrsprobleme, Stau, Mangel an Bedarfsorientiertheit, Auslastung etc. Kurzum: Wir müssten weg vom eigenen PKW hin zur Mobilität als Dienstleistung.



DI Angelika Rauch

### Bilder im Kopf



Peter Kuhn, LL.M.

Ein wenig polemisch meint Rechtsanwalt Peter Kuhn (*maas global*), MaaS bedeute für ihn nichts anderes als das bloße „Spiegelbild der Verhältnisse“. Kuhn nimmt konsequent die Sichtweise des Kunden oder Verbrauchers ein. MaaS muss vom Kunden her gedacht werden. Man müsse ein anderes, neues (umweltschonenderes) Narrativ anbieten. Eine Erzählung, die das brennende Thema des Klimaschutzes und der gesellschaftlichen Verantwortung nicht ausspart, sondern deutlich ausspricht.

Das Bild des auf der Landstraße in den Sonnenaufgang lenkenden Fahrers müsse ausgetauscht werden. Das Auto als Privateigentum verspricht Freiheit. Nur wenn es MaaS gelingt, Freiheit zu versprechen und dieses Versprechen einzulösen, wird MaaS gewinnen. Als Gegenbeispiel nennt Kuhn Wien: Eine unübersichtliche Auswahl von 32 Apps. In jeder dieser müsse man sich jedes Mal aufs Neue anmelden und womöglich sogar Führerschein und Kreditkarte hinterlegen.



DI Flora Strohmeier

Ein solcher Aufwand, um von A nach B zu gelangen, rechtfertigt den Begriff »Service« nicht mehr, sagt Strohmeier. Womit sie ein zentrales Problem anspricht: die Regulierungswut im Bereich MaaS versus den Service-Gedanken.

### *Service is our Success*

Kundenorientiertheit treibt auch Dr. Martin Fischer (ÖBB) um. Drei Stadien der Beförderungs-Dienstleistung will er ausgemacht haben: Vom „Beförderungsfall“, zur „Kundenorientiertheit“, zur angestrebten „Kundenzentrierung“. Mobilität sei kein Produkt, sondern ein Service, für das die Gesellschaft jedoch noch nicht reif genug sei. Inwiefern Elektromobilität damit in Zusammenhang stehe, erschließe sich ihm allerdings nicht. Wohingegen Rauch davon ausgeht, dass in der Zukunft das Laden (der Batterien eines Fahrzeuges, sogar von Zuhause aus) ein integrativer Bestandteil der Mobilität des Alltags bzw. der Transportdienstleistung sein wird.



Dr. Martin Fischer



Mag. Markus Gansterer

Mag. Markus Gansterer vom VCÖ geht sogar soweit, von einer „Mobilitäts-Wende“ zu sprechen. Der Trend deute immer mehr – à la *spotify* und *netflix* – in Richtung „benützen“ statt „besitzen“. Generell fordert er eine mehrdimensionale Sicht auf Transportmittel ein, etwa ob es öffentlich, kollektiv, privat, *gshared*, allein oder wie immer genutzt wird. Wünschenswert wäre ein Anbieter, der die Verantwortung für die „ganze Reise“ übernimmt, vergleichbar dem *one-stop-shop*-Prinzip, wie bei *check-felix*, wo Flug, Mietwagen, Hotel etc. bei ein und derselben Plattform gebucht werden.

Mag. Monika Unterholzner von den WLB erinnert an die Wichtigkeit von MaaS für Mobilitätseingeschränkte. Transport und Mobilität von Gehandicappten sei eine zentrale Aufgabe der WLB in Bezug auf MaaS. MaaS bedeute für sie aber auch, dass Mobilitäts-Lücken und Lücken im Verkehrssystem zu schließen seien. Umstritten ist, wie man mit dem sprichwörtlichen *Hindertupfung* umgehen soll. MaaS müsse flächendeckend sein, sagt auch Fischer. MaaS ist Daseinsvorsorge, sagt Unterholzner. Dafür zuständig sei niemand geringerer als der Staat. Private *share*-Anbieter schränken den Radius ihrer Mobilitätsdienstleistungen allein aus organisatorischer Notwendigkeit heraus ein, gibt Kuhn zu denken. Eine kaum frequentierte Stelle wird also vom öffentlichen Nahverkehr zu bespielen sein.



Mag. Monika Unterholzner

Eine Total-Übernahme des Transportdienstleistungssektors durch internationale Giganten wie *google* oder *amazon* wird einträglich für unwahrscheinlich gehalten. Fischer weist auf das Vertrauen der Kunden in die

ÖBB hin, wenn es um persönliche Daten geht. Nicht die Angst vor Datenmissbrauch werde den Ausschlag geben, dass der Kunde die ÖBB gegenüber einem internationalen Player bevorzugt, wirft Kuhn ein.

Mag. Unterholzner erinnert in diesem Zusammenhang auch an „Navis“, von BMW zum Beispiel, die sich mit Parkplatz-Providern zusammenschließen und Parkplatzreservierungen vornehmen könnten.

Was *Hintertupfung* angeht, widerspricht Mag. Unterholzner eindeutig: Es sei wesentliches Wesensmerkmal von MaaS – bedarfsorientiert – jeden Menschen an das Verkehrssystem anzubinden. Dabei stelle sich natürlich die Frage nach der Größe des „Gefäßes“, ergänzt Gansterer. Wo nur eine Person hinzutransportieren ist, wird ein großes Gefäß, ein Gliederbus etwa, an Effizienz zu überbieten sein.

Vielleicht sei dieses Problem mit einer Spielart des öffentlichen Verkehrs *on demand* zu lösen, überlegt er. Wenn autonomes Fahren, Robo-Taxis und ähnliche Neuerungen den Verkehr fluten, wird es hoheitlicher Steuerung oder Lenkung allein schon aus Klimaschutzgründen bedürfen. Man denke nur an einen Stau auf der Tangente bestehend aus hunderten Robo-Taxis.

Bedeutete früher MaaS in erster Linie „integrierte Verkehrsplan(ung)“, wie Rauch rekapituliert, so stehe es heute vor allem für „Bewusstseinsbildung“. Fängt Bewusstseinsbildung vielleicht schon in der Schule an?

Was, außer der Schüler-Freikarte lässt Kinder und Jugendliche in Berührung kommen mit MaaS, fragt Helmut Klaus Schimany provokant in die Runde. Bedarf es womöglich einer Bewusstseinschärfung bereits in jungen Jahren, im Kindergarten, in der Schule und im Gymnasium?

Für ÖBB-Fischer ist MaaS als Antwort auf das Mobilitäts-Bedürfnis zu sehen und auf die Frage, wie man dieses Bedürfnis nachhaltig und effizient in den Griff bekommt. Ein Privat-PKW sei eben weder das eine noch das andere. Er stehe ca. 23 Stunden ungenutzt auf dem Parkplatz bei einer durchschnittlichen Besetzung von 1,3 Personen.

Kuhn weist darauf hin, es gehe bei Mobilität um ein „Gerüstetsein für Eventualitäten“. Deshalb hat man dann eben einen SUV, weil niemand *Tetris* spielen wolle beim Einladen des Gepäcks für einen Spontan-Urlaub am Meer. Auf der anderen Seite nehme ihn Wunder, dass der in Wien hoch subventionierte und vergleichsweise attraktive öffentliche Verkehr nicht mehr Autofahrer zum Umsteigen bewege.

Woran liegt das? Wenn Wert nur hat, was einen Preis hat, ist die Preispolitik der Wiener Linien vielleicht das falsche Signal. Transport darf kosten!, sagt auch Fischer. Immerhin steckt der Automobilist 75 % seines Transportbudgets in den Privat-PKW. Im Durchschnitt wird mehr als zehn Mal so viel für Mobilität monatlich ausgegeben wie für die private Telekommunikation.

Es gehe um die Frage, was mache ich, wenn ich den letzten Zug verpasst habe, sagt Gansterer.

Womit er wieder zum eigentlichen Thema zurückkehrt, nämlich den Kunden bzw. Konsumenten.

Die beste Infrastruktur, und in diesem Punkt stimmen alle Diskutanten überein, das beste MaaS-Netz, der beste MaaS-Ausbau bringt nichts, wenn niemand davon Gebrauch macht. Was zählt, ist der Endverbraucher. Vermutlich liegt die wahre Anstrengung darin, den Autofahrer zu ködern. Das Wort »öffentlicher Verkehr« soll mehr mit Service buchstäblich in Verbindung gebracht werden, als es bisher der Fall war. Für MaaS gilt: Je unkomplizierter, bequemer und service-orientierter, desto mehr wird es in Anspruch genommen. Und desto mehr darf es kosten. Dass außerdem der Umwelt geholfen wird, sei ein zusätzliches Plus.