

# MOBILITÄTSBERATUNG IN FRANKFURTER SCHULEN, DEUTSCHLAND



# Mobilitätsberatung in Frankfurter Schulen

## Problembeschreibung

Eine zunehmende Anzahl von Kindern und Jugendlichen wird von den Eltern mit dem Auto zur Schule und zu den Freizeitaktivitäten gefahren. Der Umgang mit den verschiedenen öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. die Informationen rund um den Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) werden durch die Eltern nicht vermittelt und auch nicht praktisch vorgelebt. Hieraus resultiert mangelnde Selbständigkeit der Kinder beim Zurücklegen des Schulweges und von Freizeitwegen.

Neben dem mangelndem Umweltbewusstsein kann die fehlende Bewegung bei den Kindern und Jugendlichen zu verschiedensten Gesundheitsproblemen führen. Zusätzlich kommt es durch die Pkw-Nutzung zur Steigerung von Schadstoffen und Lärm und somit zu einer erhöhten Umweltbelastung.

## Beschreibung der Maßnahmen und Aktivitäten

Im Projekt Step by Step – Mobilitätsberatung in Frankfurter Schulen wurden die Kinder und Jugendlichen über den ÖPNV informiert und mit den verschiedenen Informationsmedien vertraut gemacht, um die Grundlagen für ein eigenständiges Fahren mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu legen, die Hemmungen/Ängste zu nehmen, die Motivation zum selbstständigen „Unterwegs sein“ zu steigern und das Image des ÖPNV zu verbessern. Anschließend wurde das Erlernte in Form eines Ausflugs umgesetzt/erprobt.

Die Ziele für das Projekt Step by Step – Mobilitätsberatung in Frankfurter Schulen waren folgende:

- eine geeignete Methode bzw. ein geeignetes Konzept entwickeln, um das benötigte Wissen über den ÖPNV kindgerecht zu vermitteln
- Kindern und Jugendlichen die Grundlagen (Fahrplan lesen, Tarife, etc.) vermitteln, damit sie selbstständig mit den öffentlichen Verkehrsmitteln fahren können
- das Interesse für den ÖPNV primär bei Kindern/Jugendlichen sowie indirekt auch bei Eltern und Lehrern wecken, das Image des ÖPNV verbessern
- vom ÖPNV überzeugte Kinder, Jugendliche, Eltern und Lehrer sollen als Multiplikatoren fungieren (Freunde, Bekannte)

Die „Mobilitätsberatung in Frankfurter Schulen“ richtet sich im Wesentlichen an zwei Zielgruppen: die Klassen der Frankfurter Schulen der Stufen 3-6 sowie der Klassenstufen 7-10.

### **Teil 1: Klassenstufen 3–6**

In den Klassenstufen 3–6 stand die Grundlagenvermittlung im Vordergrund.

Da viele Kinder besonders in den Klassenstufen 3, 4 und (Anfang der) Klassenstufe 5 noch kaum mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs sind (Grundschule meist fußläufig, Eltern fahren auch in

der Freizeit nur mit dem Auto etc.) sind hier kaum Vorkenntnisse über den ÖPNV und dessen Benutzung vorhanden.

### Kampagne 1: Wissensvermittlung, um die Grundlagen zum Ausprobieren zu schaffen

Es wurde in den Klassen mit den Schülern zusammen erarbeitet, wie man einen Fahrplan im Fahrplanbuch liest, welche Informationen man aus dem Fahrplanbuch ziehen kann (z.B. Haltestellenverzeichnis, Verkaufsstellen, Fahrkartensortiment, Fundbüro etc.) und wie im Gegensatz dazu der Aushangfahrplan aufgebaut ist. Darüber hinaus wurde erklärt, was eine „Richtung“ ist bzw. woran man erkennt, in welche Richtung man fahren muss, um an sein Ziel zu gelangen. Anhand von Übersichtsplänen (z.B.) wurden Strecken theoretisch abgefahren und Umsteigehaltstellen herausgesucht.

### Kampagne 2: Umsetzung/Ausprobieren des Gelernten

Die Umsetzung des zuvor Gelernten erfolgte z.B. anhand eines Ausfluges. Zunächst wurde der Ausflug zusammen mit den Kindern der Klasse geplant (welche Verkehrsmittel werden genutzt, was sind die Abfahrts- und Ankunftszeiten, wo muss man umsteigen, welche Fahrkarte ist die günstigste etc.). Anschließend wurde der Klassenausflug in die Tat umgesetzt.

In anderen Klassen wurden direkt nach der Beratung die öffentlichen Verkehrsmittel genutzt, um sich die Arbeit der Fahrplaner von *traffiQ* vor Ort anzuschauen.

## **Teil 2: Klassenstufen 7-10**

Durch verschiedene Maßnahmen soll diese Zielgruppe motiviert werden, verstärkt mit Bussen und Bahnen zu fahren. Dementsprechend wurden Jugendliche im Alter zwischen 14 und 17 Jahren ermutigt, für eine kurze Zeit verstärkt auf die Nutzung von Bussen und Bahnen in Frankfurt überzugehen. Grundlagenkenntnisse über den ÖPNV wurden vorausgesetzt.

### Kampagne 1: Vertiefung des Wissenstandes, um zum Ausprobieren des Frankfurter ÖPNV zu motivieren

Anhand eines eigens entwickelten Quiz mit Fragen zum Frankfurter Öffentlichen Personennahverkehr sollten die Schüler ihren Wissenstand vertiefen und zur Diskussion angeleitet werden. Im Quiz wurde beispielsweise abgefragt, wie lang eine „Kurzstrecke“ ist oder wie man sich im Falle eines defekten Fahrkartenautomaten verhält. Auch Fragen zu Umsteigebeziehungen, ähnlich des Konzeptes für die Klassen 3–6, wurden gestellt.

Das Quiz diente zum einen als Moderationsleitfaden für die Mobilitätsberater/innen. Zum anderen gab das Quiz der sich darauf aufbauenden Diskussion sowohl mit den Schülern als auch unter den Schülern eine Struktur und gewährleistete, dass alle Themen in einer geordneten Reihenfolge angesprochen wurden.

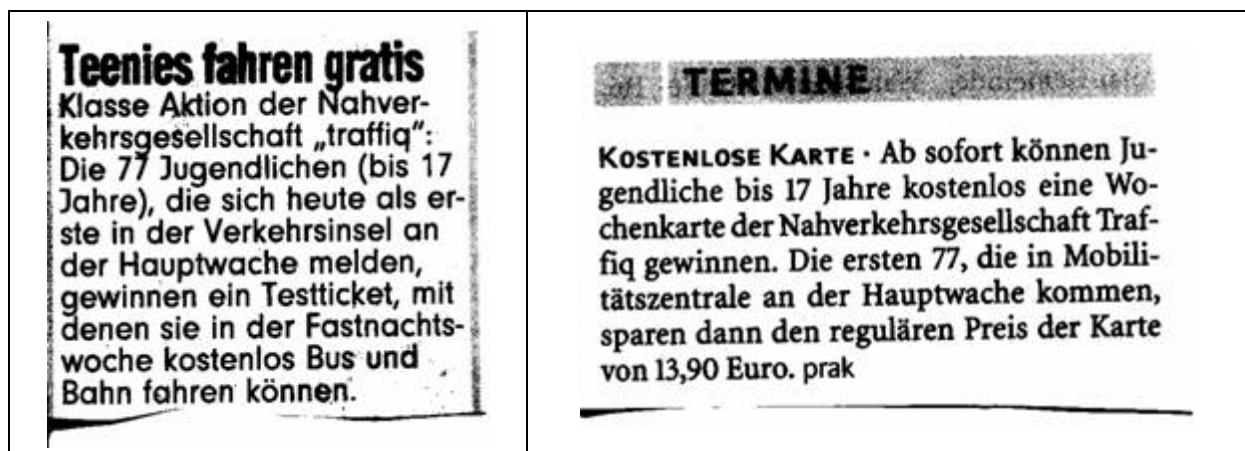
### Kampagne 2: Umsetzung/Ausprobieren des Gelernten

Es wurden alle in Frage kommenden Schulen (Schulen mit den Klassenstufen 7–10) in einem Rundschreiben über die Möglichkeit informiert, dass eine Woche lang der Frankfurter Öffentliche Personennahverkehr mit einem kostenlosen Wochenticket genutzt werden kann. Zusätzlich wurde ein

kleines Plakat entworfen, so dass an den Informationstafeln, die jede Schule besitzt, diese Aktion beworben wurde. Insgesamt wurden 200 Tickets an die Schüler/innen im Zeitraum vom 13.11.04 bis zum 11.12.04 verteilt. Es ergab sich ein Rücklauf

von 71 Fragebögen. Die Schüler/innen konnten innerhalb dieses Zeitraumes den Nutzungsbeginn der Wochenkarte jeweils frei wählen.

Aufgrund der guten Resonanz hat *traffiQ* die Maßnahme im Januar 2005 wiederholt. Ab dem 29.01.05 hat *traffiQ* nochmals insgesamt 77 Testtickets (Wochenkarte) an Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren über die Mobilitätszentrale ausgegeben. Die Aktion wurde zeitlich eng an die Karnevalszeit gelegt und von der Presse begleitet..



Quelle: BILD vom 28.01.05

Quelle: Frankfurter Rundschau vom 28.01.05

### Wer ist die treibende Kraft? Wer ist der Nutznießer?

Der Initiator der Kampagne ist *traffiQ*, die Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH. *traffiQ* arbeitet mit den beiden Zielgruppen (Schüler 3.–6. Klasse und Schüler der 7.–10. Klasse) unter der Zielsetzung, die Schüler für den Wechsel auf das „neue Verhalten“, die (häufigere) Nutzung von Bussen und Bahnen, zu motivieren und die neue Verhaltensweise für einen kurzen Zeitraum testweise auszuprobieren.

Neben dieser Hauptzielgruppe versucht *traffiQ*, auch Eltern und Lehrer indirekt zu gewinnen, den Bus oder die Bahn häufiger zu nutzen bzw. sich die Möglichkeiten des ÖPNV bewusster zu machen. Hierfür spricht *traffiQ* auf der ersten Seite des Unterrichtsheftes „Tipps für Einsteiger“ explizit die Eltern und Lehrer an, informiert über das Konzept „Mobilitätsberatung in Frankfurter Schulen“ und wirbt um Unterstützung.

Gleichzeitig versucht *traffiQ* die politischen Entscheidungsträger wie zum Beispiel das Stadtschulamt oder den Rhein-Main-Verkehrsverbund, für eine strategische Partnerschaft zu gewinnen.



## Die Hauptdevise

Mit Wissensvermittlung über den Öffentlichen Nahverkehr und praktischen Anwendungen wird die Eigenständigkeit der Kinder und Jugendlichen im Schul- und Freizeitverkehr gefördert. Durch eine reduzierte Pkw- Nutzung wird in der Folge die Umwelt entlastet.

## Ergebnisse

Sowohl die Schulberatungen als auch die Testticket-Aktion wurden mit einem Fragebogen begleitet, um mögliche Veränderungen in der Einstellung zum ÖPNV oder im Mobilitätsverhalten aufzudecken. Für die Testticket-Aktion wurde vor und nach der Testwoche ein Fragebogen ausgefüllt. Bei der Schulberatung wurden die Angaben bei einem Teil der Klassen vor der Beratung, bei einem anderen Teil nach der Beratung erhoben. Im Folgenden werden erst die Ergebnisse der Befragung in den Klassen vorgestellt und dann die der Testticket-Aktion.

### a) Mobilitätsberatung an Schulen

An insgesamt sieben Frankfurter Schulen haben 34 Klassen der Stufen drei bis neun an den *traffiQ*-Mobilitätsberatungen teilgenommen. Die Stufen vier bis sechs waren mit 72 % am stärksten vertreten. 386 Schüler/innen beantworteten die Fragen zu Verkehrsmittelnutzung und Einstellung zum Frankfurter ÖPNV. Gut die Hälfte (56 %) füllte den Fragebogen einige Zeit nach der Beratung, der andere Teil vor der Beratung aus.

### Der Schulweg:

Die Frage nach der Länge des Schulwegs wurde von 70 % der Kinder beantwortet. Es wurden Strecken von 5 Metern bis zu 40 Kilometern genannt. Der Mittelwert beträgt 2,4 Kilometer. Der geschätzte Zeitbedarf für den Weg zur Schule reicht von einer Minute bis hin zu 55 Minuten. Durchschnittlich sind die Kinder eine Viertelstunde zur Schule unterwegs. Diese Frage wurde von nur einem Kind nicht beantwortet.

## AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

Am Stichtag ist jedes zweite Kind zur Schule gelaufen (siehe Abbildung 1). 32 % fahren mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Neun Prozent wurden mit dem Auto gebracht und fünf Prozent kamen mit dem Rad. Wie Abbildung 2 zeigt, kamen die meisten Kinder allein oder in Begleitung von Erwachsenen zur Schule (je 44 %). Die übrigen 12 % waren mit Geschwistern und/oder Freundinnen und Freunden unterwegs.

In Abbildung 1 ist auch die Verkehrsmittelnutzung zu weiteren Zielen am Stichtag dargestellt. Bei den „üblichen“ Wegen zur Schule, zu Freunden und zum Sport sind die eigenen Füße und das Rad die wichtigsten Fortbewegungsmittel. Aber auch Wege mit anderen Zielen (Arzt- und Verwandtenbesuche, Hort, Musikunterricht etc.) werden zu 46 % zu Fuß oder mit dem Rad zurückgelegt, der ÖPNV-Anteil liegt bei 30 %.

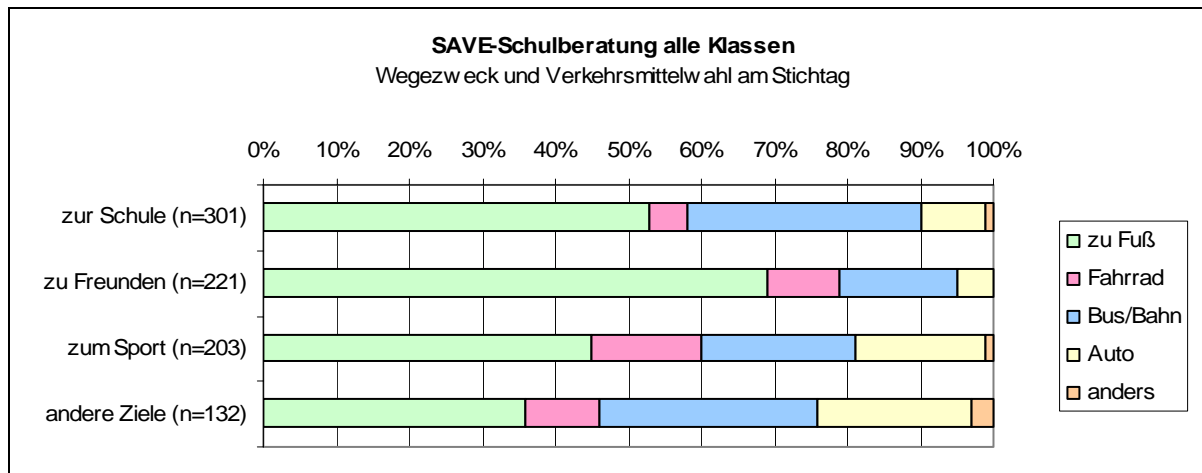


Abbildung 1: Verkehrsmittelnutzung am Stichtag

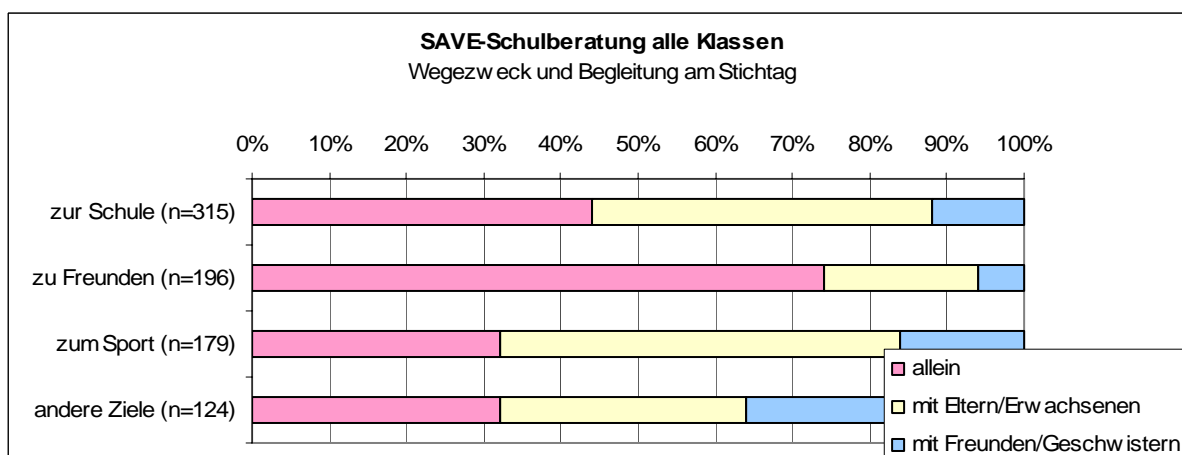


Abbildung 2: Begleitung am Stichtag

## Beurteilung der Busse und Bahnen in Frankfurt:

Alle Kinder konnten den Bussen und Bahnen eine Schulnote geben und diese begründen. Dabei wurde das Notenspektrum von 1 bis 6 ausgeschöpft. Als Durchschnittsnote erhält der ÖPNV ein befriedigend. Die meisten Kinder finden Bus und Bahn fahren in Frankfurt langweilig und einfach sowie manchmal schnell und bequem (vergleiche Abbildung 3). Zusätzlich kritisierten 108 Kinder die Pünktlichkeit, 104 beschwerten sich über Dreck und Gestank in den Fahrzeugen, je 34-mal wurden Enge wegen Überfüllung und Vandalismusschäden kritisiert sowie das Verhalten des Fahr- und Kontrollpersonals (inklusive Fahrstil).

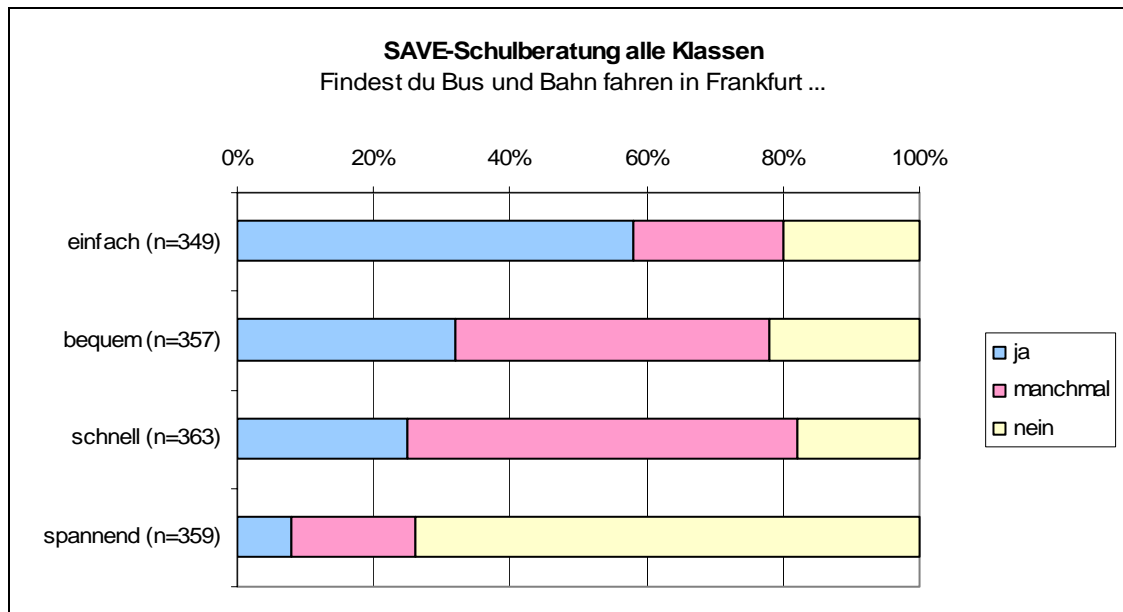


Abbildung 3: Beurteilung des Frankfurter ÖPNV

Eingangs wurde erwähnt, dass ein Teil der Kinder den Fragebogen vor und der andere Teil nach der Beratung bearbeiteten, um die beiden Gruppen miteinander zu vergleichen und mögliche Unterschiede, die auf die Beratung zurückzuführen sind, zu entdecken. Der Vergleich zeigt, dass Alter und Geschlecht in beiden Gruppen gleich verteilt sind, aber ein Unterschied in Bezug auf die Entfernung von zu Hause bis zur Schule besteht: Die Gruppe ohne Mobilitätsberatung gibt eine Entfernung von circa 3 Kilometern an, die Gruppe mit Beratung 1,9 Kilometer. Entsprechend ist der Zeitbedarf für den Schulweg bei der Gruppe ohne Beratung durchschnittlich 6 Minuten länger (18 Minuten). Folge der längeren Entfernung zur Schule ist, dass die Gruppe ohne Beratung zu 44 % mit ÖV zur Schule kommt und die mit Beratung zu 22 %. Auf die Benotung des ÖPNV-Angebotes hat dies keinen Einfluss. Der Durchschnittswert liegt bei beiden Gruppen bei 9 Punkten, also einer 3+.

Auch die Einstellungsmerkmale schnell, bequem, spannend und einfach werden von den beiden Gruppen ähnlich beurteilt.

Beide Gruppen finden den ÖPNV langweilig und unbequem. Bei der Schnelligkeit geben die meisten Kinder „manchmal“ an. Diejenigen mit Beratung finden ihn eher schnell (29 %) als die ohne (20 %).

Die Frage nach der Einfachheit der ÖPNV-Nutzung konnten 10 % der Kinder ohne Beratung nicht beantworten. Vielleicht war die Formulierung unklar oder sie haben sich darüber keine Gedanken

gemacht. Dafür spricht, dass bei der beratenen Gruppe nur 4 % „weiß nicht“ ankreuzten. Mit „Ja“ antworteten 56 % (Beratung) und 49 % der Kinder ohne Beratung.

### **b) Testticket-Aktion**

Die Resonanz auf die erste Testticket-Aktion war sehr gut. Hierbei wurden 277 Testtickets an Jugendliche zwischen 10 und 17 Jahren verteilt. Die beiden Fragebögen wurden von 90 Jugendlichen komplett ausgefüllt. Dabei liegt der Anteil der Mädchen bei 52 %.

72 % der Teilnehmer/innen nutzten öffentliche Verkehrsmittel vor der Testticket-Woche mindestens viermal in der Woche, während der Testwoche lag dieser Anteil bei 90 % (vergleiche Abbildung 4). Dabei wurden U-Bahnen (38 %), Busse (29 %), Straßenbahnen und S-Bahnen genutzt. Auch die Ziele waren vielfältig (vergleiche Abbildung 5). Als Durchschnittsnote erhielt der Frankfurter ÖPNV vor der Testwoche ein befriedigend und nach der Testwoche ein noch gut (2-).

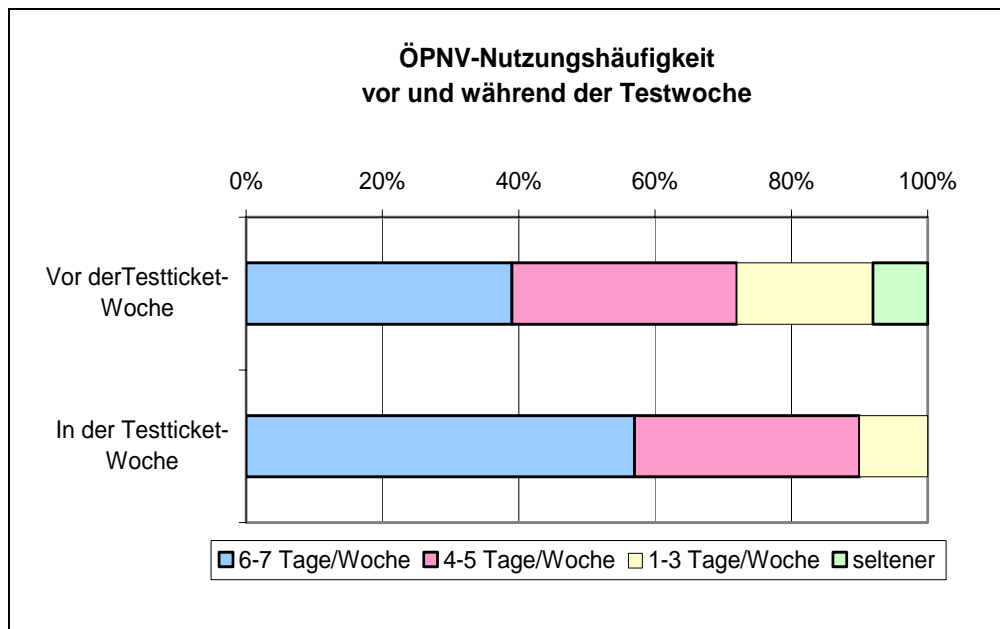


Abbildung 4: Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel vor und in der Testticket-Woche

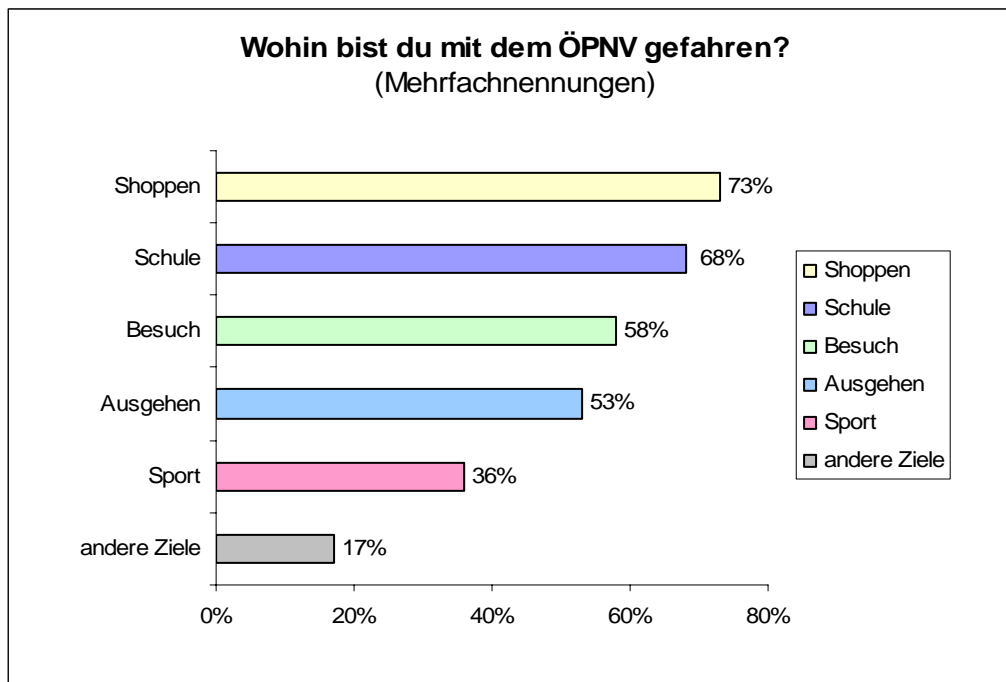


Abbildung 5: Wegezwecke Testtickets

## Probleme / Hindernisse

### ***Einflussfaktoren und Erfolgskriterien***

- dauerhafte Finanzausstattung (Personal etc.)
- die Klassen sollten nicht zu groß sein, damit man besser auf den einzelnen Schüler eingehen kann
- die Klassen sollten grundsätzlich mit zwei Personen besucht werden, damit verstärkt den „schwächeren“ Kindern/Jugendlichen geholfen werden kann
- es ist für die Akquise immer nützlich einen Ansprechpartner für eine Schule zu finden (z.B. den Direktor oder den zuständigen Lehrer für Verkehrserziehung o. ä.)
- eine Broschüre/ein Flyer, der schnell über die Inhalte des Projektes informiert, ist für die Akquise hilfreich
- das persönliche Interesse bzw. der persönliche Einsatz der Lehrerin bzw. des Lehrers ist von großer Bedeutung für den Erfolg
- eine Vertiefung bzw. Wiederholung durch den Lehrer ist sinnvoll, um das Erlernte bei den Kindern/Jugendlichen zu festigen
- Möglichkeiten zum persönlichen Austausch/Feedback mit Lehrern/Eltern und Kindern sollten gegeben sein, um Verbesserungsvorschläge aufnehmen zu können
- Give-aways, wie Stifte und Lineale, die in der Beratung zum Einsatz kommen, werden von den Kindern und Jugendlichen gut angenommen

- das Erstellen eines zusammenfassenden Unterrichtsheftes ist sinnvoll (einzelne Arbeitsblätter sollten vermieden werden), damit die Kinder auch nach der Mobilitätsberatung ihr Wissen vertiefen, wiederholen sowie ausweiten können und ferner die Möglichkeit besteht, dass interessierte Dritte durch das Heft indirekt ebenfalls angesprochen werden können

### **Mögliche Hindernisse**

- Akquise: Das größte Problem ist es, an die Schulen bzw. die Zielgruppen „heranzukommen“ um sie über das Konzept zu informieren bzw. davon zu überzeugen. Serienbriefe oder Informationssendungen werden fälschlicherweise als Werbesendungen bereits in den Sekretariaten herausgefiltert
- Der Zeitfaktor darf nicht unterschätzt werden. Sowohl für die Akquise der Schulen bzw. Klassen als auch für die Vorbereitung der einzelnen Beratungen, die Fahrtwege, die Beratung selbst und die Nachbereitung/Auswertung sollte genügend Zeit eingeplant werden
- Es wurde festgestellt, dass die Lehrer der „höhere Klassen“ die Thematik „Mobilitätsberatung in Schulen“ nicht interessant genug finden und die Auffassung vertreten, dass eine solche Kursstunde für ihre Schüler nicht wichtig ist, da diese bereits „alles könnten“. Letztlich hat sich aber gezeigt, dass die Schüler in den höheren Klassen nur defizitäre Kenntnisse auf dem Gebiet ÖPNV haben, z.B. kann kaum ein Schüler das Fahrplanbuch lesen.

Verkehrsverbände und Verkehrsunternehmen spezialisieren sich zudem oft auf einzelne Projektstage innerhalb einer Schule, wohingegen das Konzept von *traffiQ* auf Dauer und mit Kontinuität konzeptionell angelegt ist. Hierdurch werden die Kinder und Jugendliche konstant auf ein angemessenes Wissensniveau gehoben, was, kombiniert mit dem Angebot, das Wissen auch auszutesten (durch Klassenausflüge, organisierte Busfahrten oder Testtickets). In dieser Kombination besteht die Wahrscheinlichkeit, dass diese Zielgruppe dauerhaft oder zumindest öfter den ÖPNV nutzt.

## **Umsetzungsschritte – häufig gestellte Fragen**

### **Arbeitsschritte zur Einführung**

- Erstellen des Programms/Konzeptes (Inhalte festlegen)
- Zielgruppen definieren und akquirieren
- Umsetzung des Konzeptes
- Evaluation
- Verbreitung/Publication der Ergebnisse

### **Häufig gestellte Fragen**

1) *Wie lange dauert eine Beratung?*

Die Beratung einer Klasse umfasst zwei Schulstunden (danach lässt die Konzentration der Kinder nach) und sollte regelmäßig wiederholt werden.



## AWARENESS FOR CLEAN URBAN TRANSPORT

2) *Ist eine Beratung mit Kosten für die Schule verbunden?*

Nein. Es entstehen keine Kosten für die Schule oder die Schüler.

3) *Was muss der Lehrer als Vorbereitung tun?*

Der Lehrer muss eine Doppelstunde zur Verfügung stellen. Mehr muss nicht getan werden, denn alles erforderliche Material bringen die Mobilitätsberater/innen mit.

### Information

Weitere Informationen erhalten Sie in deutsch und englisch von Melanie Landefeld, traffiQ, Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH, Kurt-Schumacher-Straße 10, 60311 Frankfurt am Main, Deutschland:  
Telefon: +49 69 212-24447; Fax: +49 69 212-23371; E-Mail: [m.landefeld@traffiQ.de](mailto:m.landefeld@traffiQ.de)

### Kosten / Nutzen

Es ist schwierig, für die durchgeführten Kampagnen eine exakte Kostenangabe durchzuführen. Für das Gelingen tragen sehr viele Faktoren bei, vor allem der persönliche Einsatz der Mobilitätsberater/innen als auch die Bereitschaft zur Teilnahme durch die Lehrer/innen und Schüler/innen. Es sind demzufolge als fixe Kosten stets die Personalkosten zu veranschlagen. Die Kosten für ein Unterrichtsheft sind von verschiedenen Faktoren (Heftumfang, inhaltliche als auch grafische Qualität etc.) abhängig.

Für die Akquise wurden zunächst Serienbriefe an Schulen verschickt. Ca. 200 Schulen wurden angeschrieben, so dass an Versandkosten bereits insgesamt 288,- Euro (große Briefumschläge) zu berechnen sind. Die Testtickets (Wochentickets für das Stadtgebiet Frankfurt) haben insgesamt 4984,50 Euro gekostet. Hinzu kommen Versandkosten für die Fragebögen, die nach Beendigung der Testticketaktion an jeden Teilnehmer verschickt wurden sowie ferner die Übernahme der Portokosten bei Rücksendung des Fragebogens durch die teilnehmenden Jugendlichen; insgesamt 149,05 Euro. Im Rahmen der Testticketaktionen sind die Kinogutscheine (als Anreiz zur Rücksendung des Fragebogens) in Höhe von 300,- Euro hinzuzurechnen.

Weitere Kosten entstanden durch die Ausgabe von Give-aways im Unterricht. Es wurden Holzbleistifte und Holzlineale mit *traffiQ*-Logo und weiteren Informationen über *traffiQ* (z.B. die *traffiQ*-Hotline) verwendet. Bei einer Stückzahl von 2000 Linealen und 1008 Bleistiften beliefen sich die Kosten hierfür insgesamt auf 2007,96 Euro.

### Link und /oder Veröffentlichungen für mehr Informationen

Weitere Informationen enthält der Abschlussbericht des Step-by-Step-Projektes. Dieser steht unter [www.stepbystep-eu.net](http://www.stepbystep-eu.net) zum Download bereit.