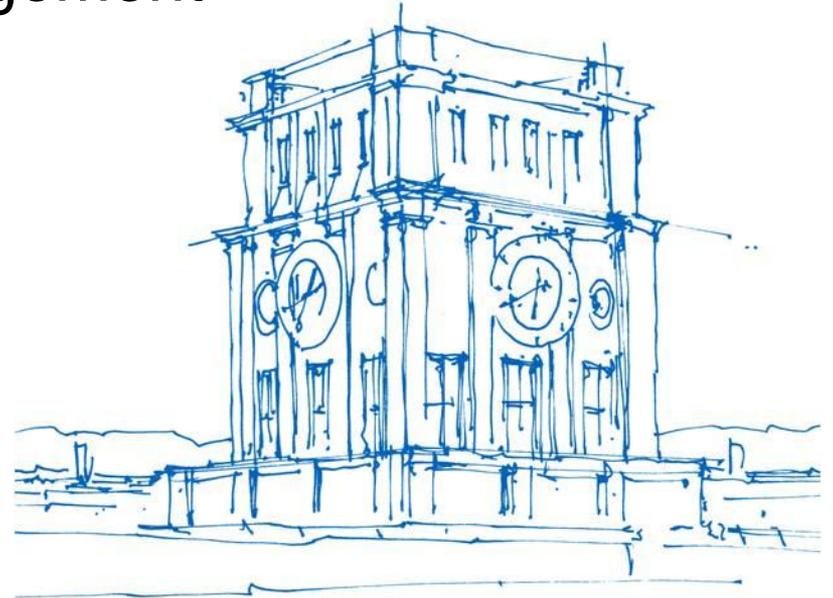


Bestandsaufnahme und Bedarfsanalyse für Betriebliches Mobilitätsmanagement in der Region München



Uhrenturm der TUM

Kontext

Diese Präsentation fasst die Ergebnisse einer Unternehmensbefragung zum Betrieblichen Mobilitätsmanagement (BMM) zusammen. Die Befragung wurde Anfang 2025 als Online-Umfrage in der Region München durchgeführt. Mithilfe der Befragung wurde untersucht, inwiefern BMM bereits genutzt wird, welche Herausforderungen bestehen und wie die Unternehmen unterstützt werden können.

Die Befragung wurde von Jakob Osthoff im Rahmen seiner Bachelorarbeit im Studiengang Umweltingenieurwesen durchgeführt. Betreut wurde die Arbeit von Julia Kinigadner und Dominik Fuchs am Lehrstuhl für Siedlungsstruktur und Verkehrsplanung der Technischen Universität München (TUM). Die vollständige Arbeit ist auf [mediaTUM](#) veröffentlicht.

Die Abstimmung des Fragebogens und Streuung der Befragung erfolgte in Zusammenarbeit mit der Unterarbeitsgruppe Betriebliches Mobilitätsmanagement im Handlungsfeld Mobilitätskultur der Strategischen Allianz Mobile Zukunft München (MZM).

Forschungsfragen

1. Bestandsaufnahme

Welche BMM-Maßnahmen haben Unternehmen in der Region bereits implementiert? Welche Relevanz hat das Thema?

2. Bedarfsanalyse

Welche Herausforderungen und Hürden gibt es bei der Einführung und Nutzung von BMM? Warum werden Maßnahmen nicht umgesetzt?

3. Potenziale und Handlungsbedarf

Wie können Unternehmen effektiv bei der Implementierung von BMM unterstützt werden?

Methodik

Online-Umfrage

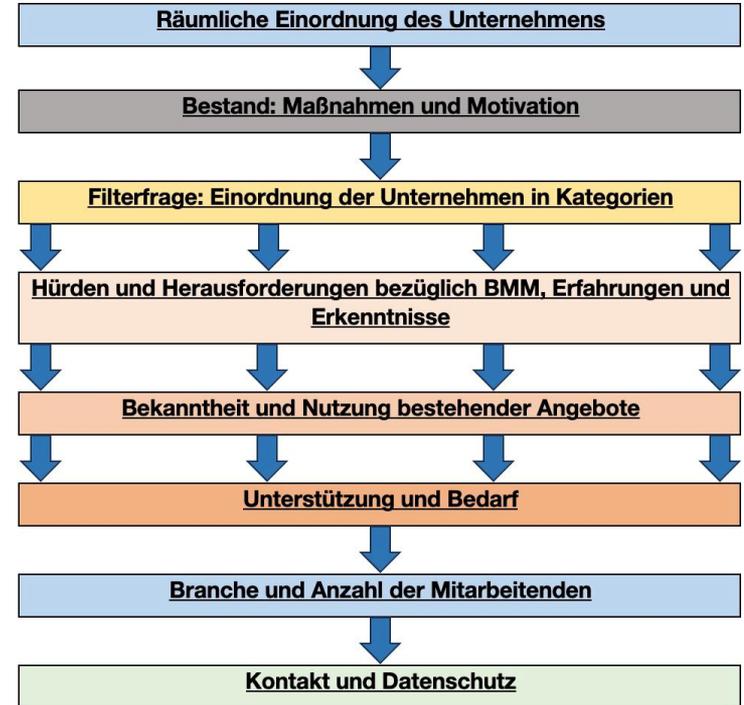
- Abstimmung des Fragebogens in Zusammenarbeit mit MZM-Partnerinstitutionen
- Implementierung als Online-Umfrage in LimeSurvey
- Pre-Test und Feedback
- Streuung über verschiedene Kanäle
- Zeitraum: 28.01.2025 bis 21.03.2025
- 60 vollständige Antworten

Streuung

- Per E-Mail über die Wirtschaftsförderungen bzw. Landratsämter
- IHK-Magazin 03/2025 für München und Oberbayern
- Webseite der MZM-Allianz
- Webseite, Social Media und Newsletter des Infozentrums UmweltWirtschaft (IZU) des Bayerischen Landesamts für Umwelt
- Newsletter des EMM e.V.
- Social Media des Zukunftsclusters MCube

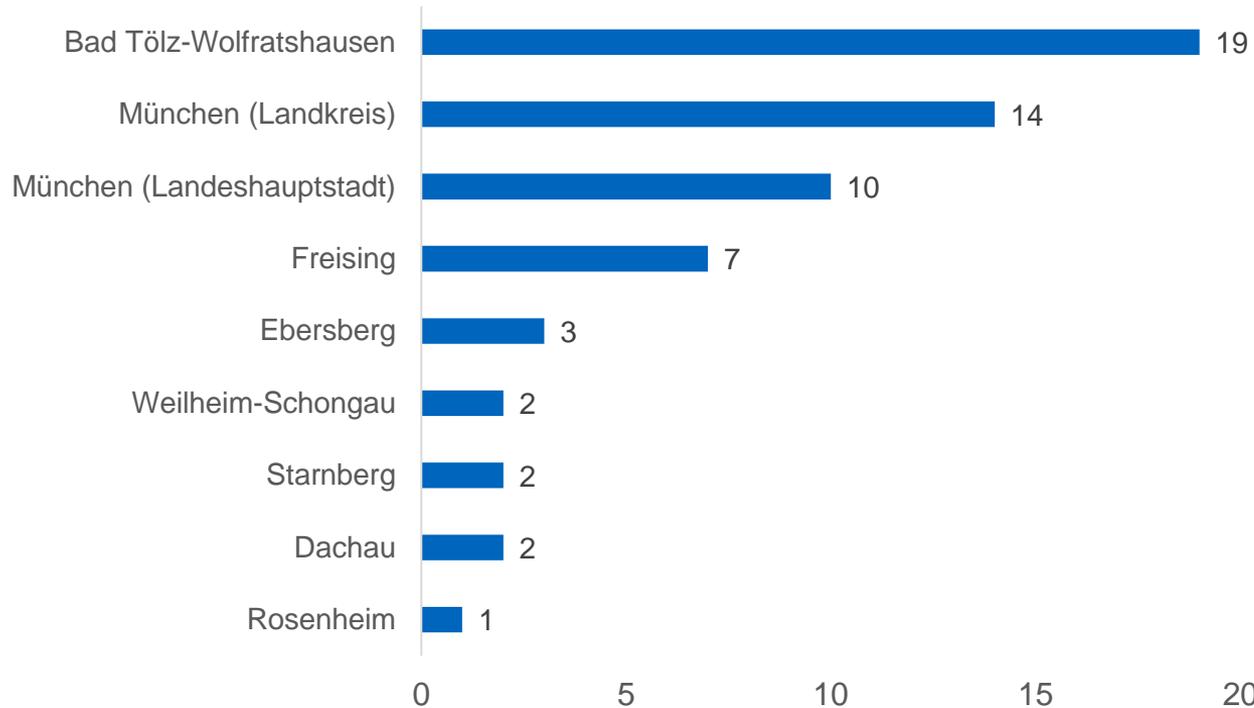
Aufbau der Umfrage

- **Kontext:** Fragen zur Einordnung des Unternehmens (Größe, Branche, Lage etc.)
- **Bestandsaufnahme:** Welche Maßnahmen gibt es bereits im Unternehmen? Was ist geplant? Was ist nicht sinnvoll / möglich? Was motiviert zur Nutzung von BMM?
- **Filterfrage:** Wurde BMM im Unternehmen bereits umgesetzt und plant es BMM zukünftig zu nutzen? (Je nach Kategorie angepasste Folgefragen)
- **Bekanntheit und Nutzung bestehender Angebote:** Es gibt bereits einige Leitfäden, Förderprogramme, Beratungen und Lehrgänge. Sind diese bekannt? Werden sie genutzt?
- **Unterstützung:** Wie wahrscheinlich ist die Nutzung potenzieller Angebote (z.B. Einstiegsberatungen, Vernetzung mit anderen Stakeholdern)?



Auswertung: Landkreise

Teilnehmende Unternehmen nach Landkreis

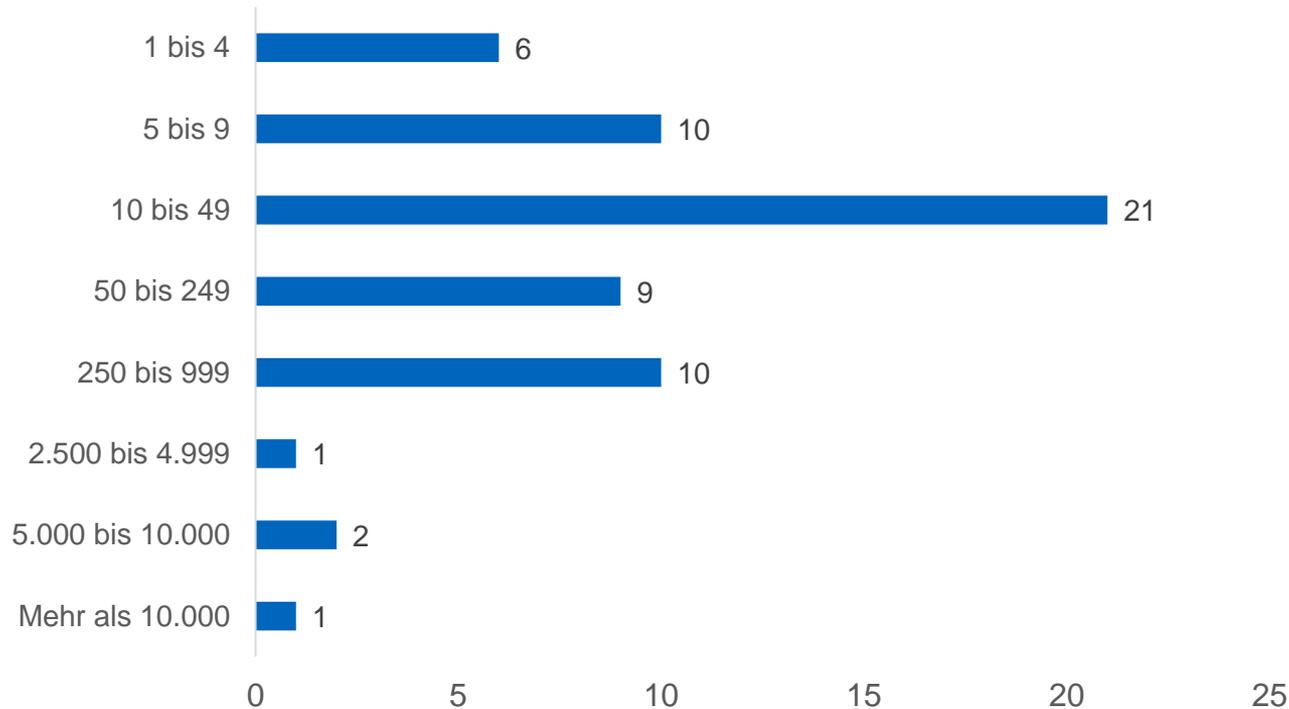


Insgesamt haben 60 Unternehmen den Online-Fragebogen vollständig ausgefüllt.

Der Rücklauf je Landkreis war sehr unterschiedlich. Aufgrund der geringen Fallzahlen ist eine Auswertung nach Landkreis nicht sinnvoll.

Auswertung: Anzahl Beschäftigte

Teilnehmende Unternehmen nach Anzahl der Beschäftigten

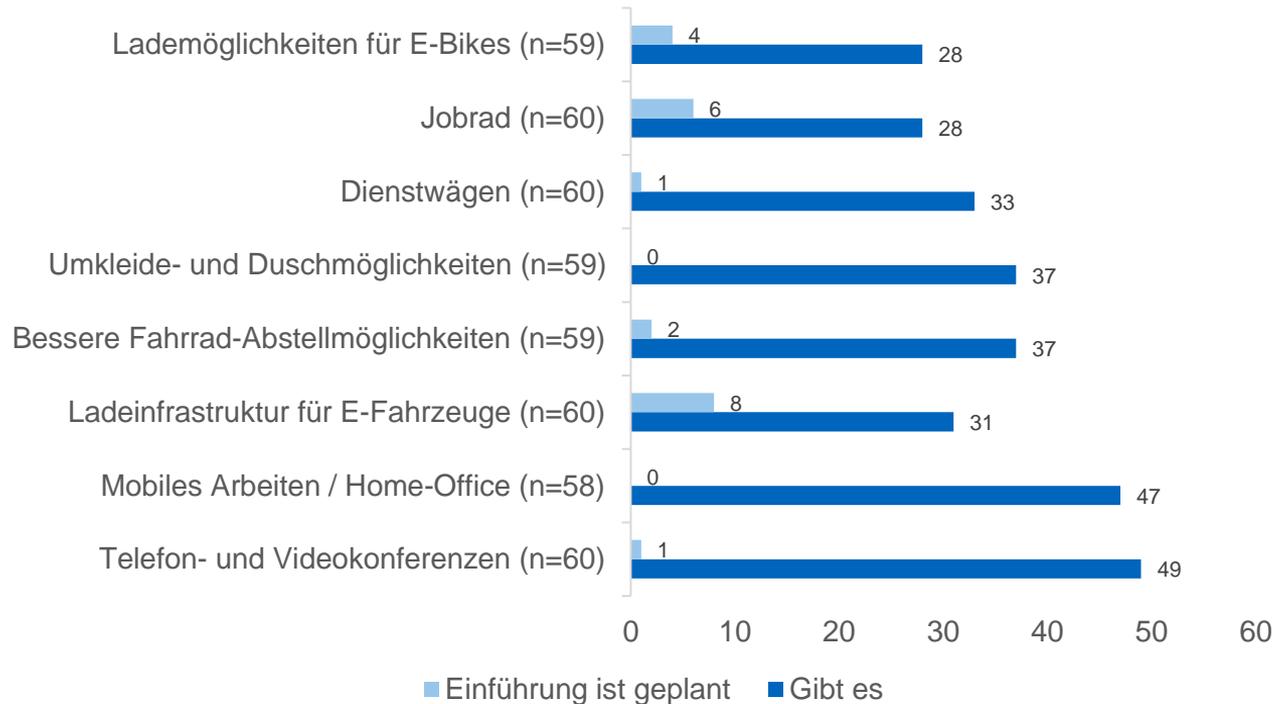


An der Befragung haben Unternehmen unterschiedlicher Größe (gemessen an der Anzahl der Beschäftigten) teilgenommen. Mehr als drei Viertel der Antworten stammen von kleinen und mittleren Unternehmen.

In Bezug auf die geographische Lage ordnet sich mehr als die Hälfte der Unternehmen der Kategorie „Kleinstadt und ländlicher Raum“ zu.

Auswertung: Maßnahmen im Bestand

Am häufigsten durchgeführte Maßnahmen

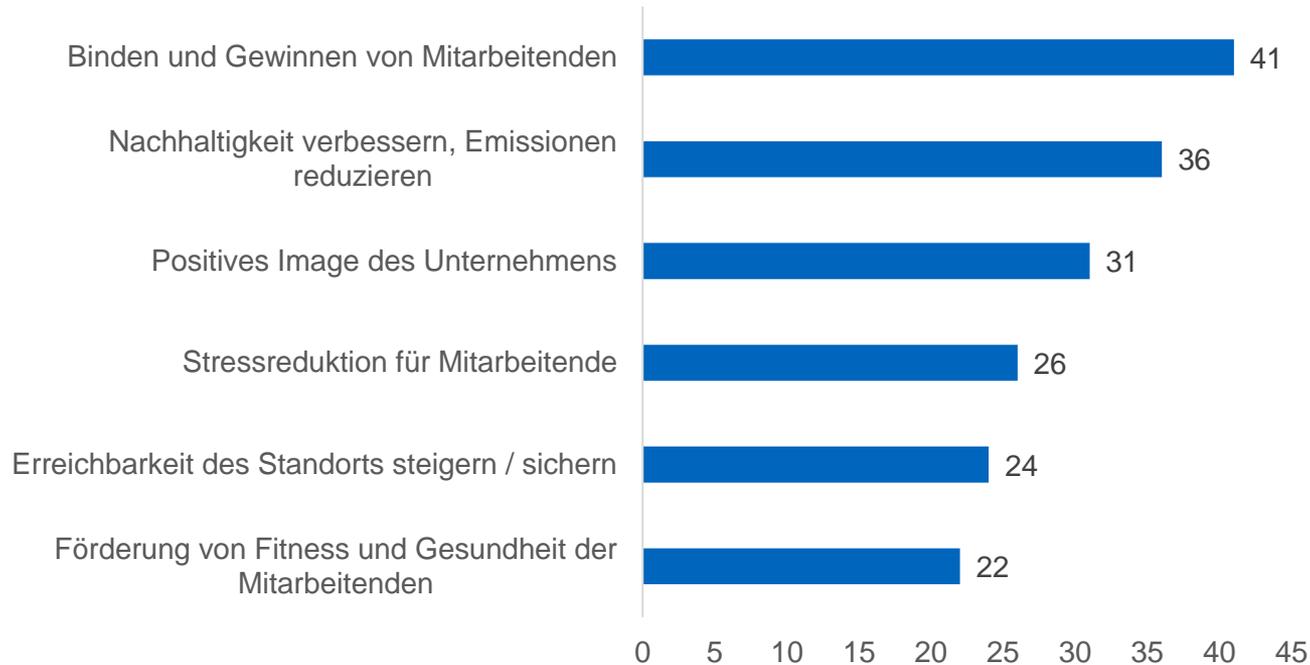


Zu den häufigsten Maßnahmen im Bestand zählen verkehrsvermeidende Maßnahmen wie Telefon- und Videokonferenzen sowie Mobiles Arbeiten und Home-Office, die spätestens seit der COVID-19-Pandemie weit verbreitet sind.

Tendenziell werden eher wenige Maßnahmen aus dem Bereich ÖPNV umgesetzt.

Auswertung: Maßnahmen im Bestand

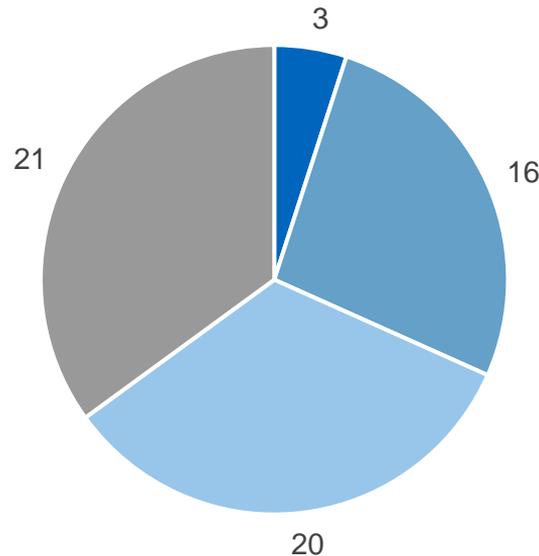
Motivation für die Durchführung von Maßnahmen
(nur Unternehmen, die bereits Maßnahmen umgesetzt haben)



Eine positive Außenwirkung des Unternehmens, Nachhaltigkeit und Image sowie die Attraktivität für Mitarbeitende sind die Hauptgründe für die Umsetzung von Maßnahmen.

Die Lösung konkreter Probleme, Kostensenkung oder andere wirtschaftliche Faktoren werden kaum genannt.

Auswertung: Filterfrage



- Das Unternehmen nutzt BMM, aber möchte in Zukunft weniger oder keine Maßnahmen umsetzen
- Das Unternehmen nutzt BMM und möchte weitere Maßnahmen umsetzen
- Das Unternehmen nutzt BMM wenig bis gar nicht, aber hat Interesse BMM in Zukunft vermehrt zu nutzen
- Das Unternehmen nutzt BMM wenig bis gar nicht und möchte BMM auch in Zukunft eher nicht nutzen

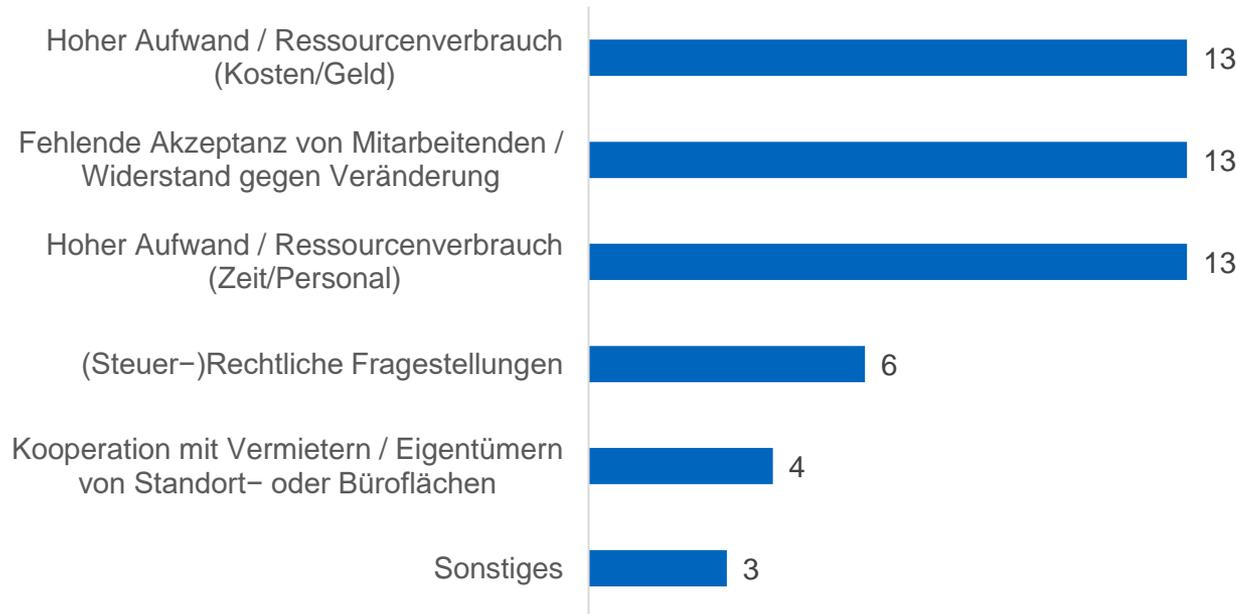
BMM wird im urbanen Raum etwas mehr genutzt als im ländlichen bzw. kleinstädtischen Raum. Dennoch besteht auch dort Interesse an der Nutzung.

BMM ist für große Unternehmen attraktiver und einfacher umzusetzen: Zum einen sind mehr Ressourcen vorhanden und zum anderen wirken sich Maßnahmen auf viele Beschäftigte aus. Kleinere Unternehmen geben häufiger an, BMM nicht zu nutzen und auch in Zukunft eher nicht nutzen zu wollen.

Unternehmen, die BMM bereits nutzen, sind tendenziell zufrieden mit der Anwendung und prüfen kontinuierlich, ob die Umsetzung weiterer Maßnahmen sinnvoll ist.

Auswertung: Hürden und Herausforderungen

Hürden und Herausforderungen bei der Umsetzung
(nur Unternehmen, die BMM bereits nutzen)



Fehlende Ressourcen in monetärer, personeller und zeitlicher Hinsicht sowie fehlende Akzeptanz der Beschäftigten sind die größten Herausforderungen bei der Umsetzung von Maßnahmen.

In den Freitextantworten werden ungünstige Voraussetzungen vor Ort (z. B. schlechte ÖPNV-Anbindung) als Hürde betont.

Auswertung: Hürden und Herausforderungen

Hürden und Herausforderungen bei der Umsetzung
(nur Unternehmen, die BMM wenig bis gar nicht nutzen, aber Interesse haben)

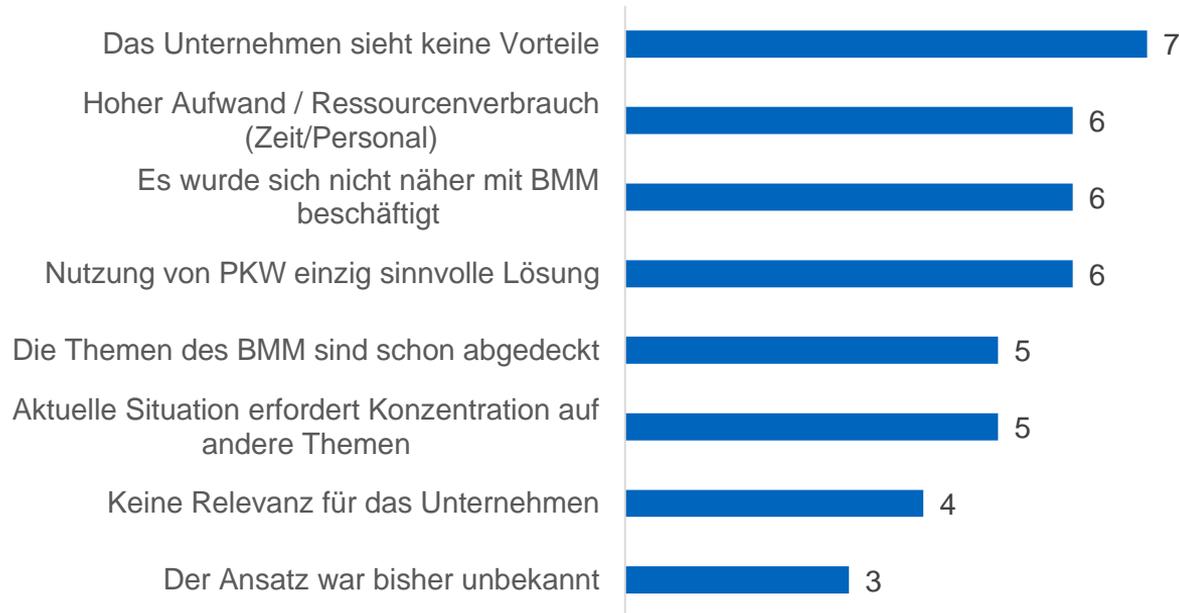


Bei den Unternehmen, die Interesse an der Einführung von BMM haben, zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei Unternehmen, die BMM bereits nutzen. Der Aspekt „Aktuelle Situation erfordert Konzentration auf andere Themen“ wurde außerdem häufig genannt.

Bei den Freitext-Antworten wurden eine schlechte ÖPNV-Anbindung und Widerstand der Mitarbeitenden erwähnt. Hinzu kommt, dass der Nutzen von BMM als eher gering eingeschätzt wird.

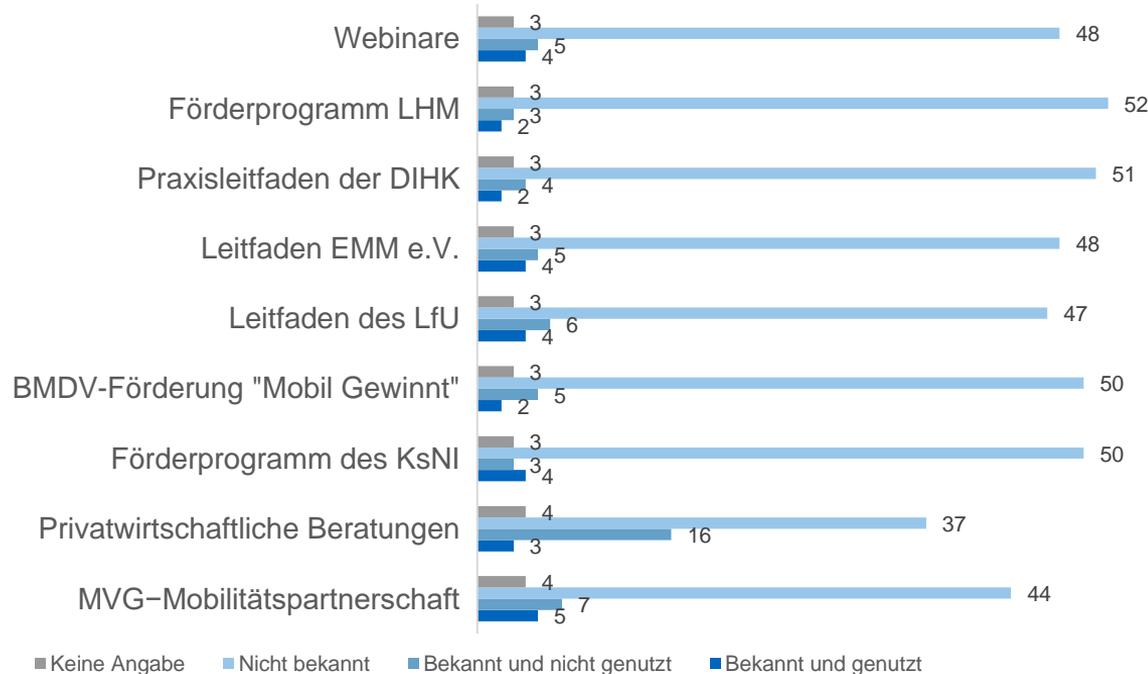
Auswertung: Hürden und Herausforderungen

Hürden und Herausforderungen bei der Umsetzung
(nur Unternehmen, die BMM nicht nutzen und eher kein Interesse haben)



Unternehmen, die kein Interesse an BMM haben, schätzen den Aufwand als zu hoch bzw. den Nutzen als zu gering ein. Teilweise haben sich Unternehmen jedoch noch gar nicht näher mit BMM beschäftigt oder der Ansatz war vollkommen unbekannt.

Auswertung: Bekanntheit und Nutzung bestehender Angebote

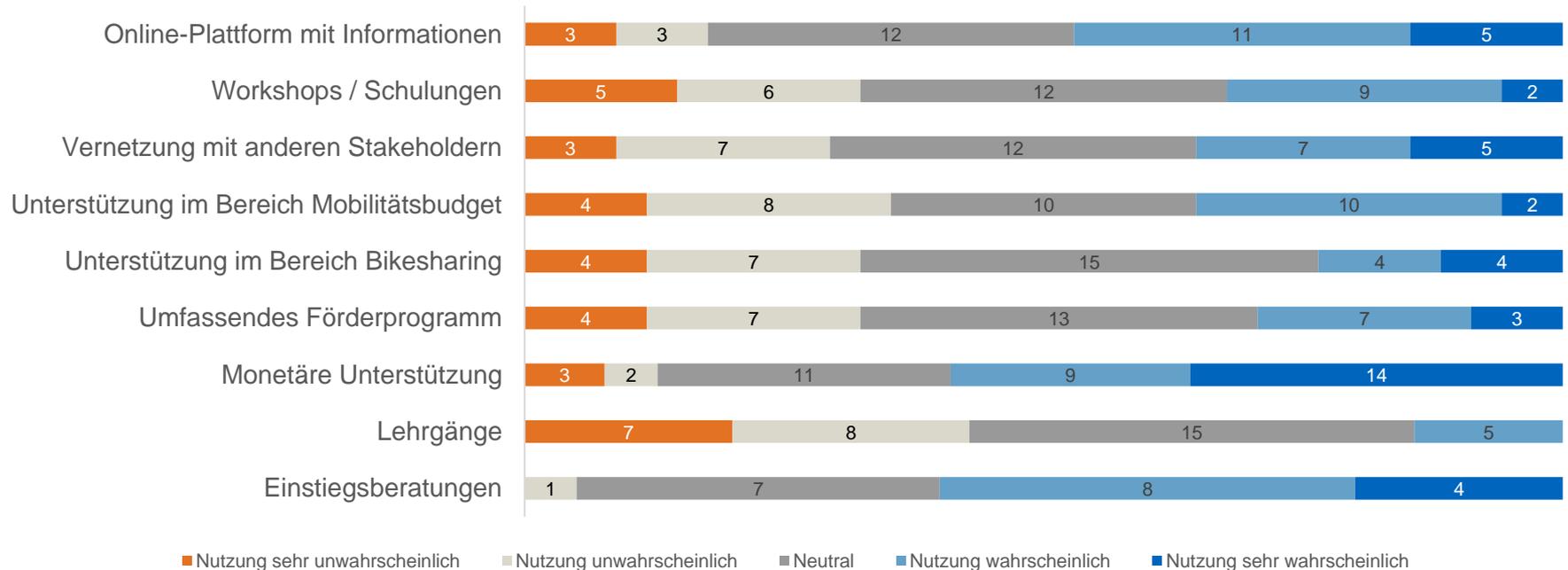


Bestehende Unterstützungsangebote sind den Unternehmen bisher kaum bekannt und werden somit auch nicht genutzt. Kostenpflichtige Beratungsangebote sind vorwiegend Unternehmen, die BMM bereits nutzen, zumindest bekannt.

Vor dem Hintergrund der genannten Hürden und Herausforderungen bei der Umsetzung von Maßnahmen könnten einige der bereits vorhandenen Unterstützungsangebote hilfreich sein.

Auswertung: Unterstützungsbedarf

Nutzungswahrscheinlichkeit neuer Angebote
(nur Unternehmen, die BMM zukünftig nutzen möchten)



Zusammenfassung: Bestand

Nutzung von BMM

- Je größer das Unternehmen, desto eher wird BMM genutzt bzw. die Nutzung in Erwägung gezogen
- BMM wird eher im urbanen Raum genutzt

Motivation für Maßnahmen

- Attraktivität für Mitarbeitende
- Image und Außenwirkung
- Nachhaltigkeit

Bestand Maßnahmen

- Vor allem Individualverkehr (Pkw, Fahrrad) und Maßnahmen wie Home-Office und Videokonferenzen
- ÖPNV-Erreichbarkeit als Standorteigenschaft (wird nicht als Stellschraube gesehen)

Nutzung von BMM

Jeweils circa ein Drittel der befragten Unternehmen
 1) nutzt BMM bereits, 2) nutzt BMM bisher nicht, hat aber Interesse, 3) nutzt BMM bisher nicht und hat auch kein Interesse

Zusammenfassung: Herausforderungen

- **Begrenzte Ressourcen:** BMM erfordert zeitliche, personelle und monetäre Ressourcen, die einige Unternehmen nicht bereitstellen können oder wollen.
- **Geringer Nutzen:** Unternehmen sehen keine Vorteile in BMM oder erwarten keine großen Wirkungen durch die Einführung. Bspw. wird eine schlechte ÖPNV-Anbindung als Grund genannt, warum BMM als nicht sinnvoll bewertet wird.
- **Fehlende Akzeptanz:** Unternehmen befürchten oder beobachten Widerstand der Beschäftigten (z. B. wenn Maßnahmen nur für einen Teil der Beschäftigten von Vorteil sind).
- **Mangelnde Wichtigkeit:** Andere Themen haben eine höhere Priorität, sodass keine Ressourcen für BMM zur Verfügung stehen.

Zusammenfassung: Unterstützungsangebote

Bestehende Angebote

- Geringe Bekanntheit
- Kaum genutzt
- Unübersichtlicher Markt

Gewünschte Angebote

- Einstiegsberatungen
- Vernetzung mit anderen Stakeholdern
- Online-Plattform, die Informationen und Ansprechpersonen bündelt

Handlungsempfehlungen

Bekanntmachung bestehender Angebote

- Gebündelte Übersicht aller BMM-Angebote entwickeln, die Unternehmen aller Größen eine zentrale Informationsquelle bietet.
 - Leitfäden, Beratungen und Förderprogramme wie „Mobil Gewinnt“ besser kommunizieren und deren Vorteile herausstellen.
- Entstehenden Hürden vorbeugen

Gezielte KMU-Unterstützung

- Einstiegsberatungen mit kompetenten Ansprechpersonen anbieten, die spezifisch auf die Bedürfnisse kleinerer Unternehmen eingehen.
 - Einfache Maßnahmen mit wenig Aufwand stärker bewerben und deren Implementierung erleichtern.
 - "Wandelnde/r Mobilitätsmanager/in" – aktiv auf Unternehmen zugehen und sie von den Vorteilen überzeugen.
- Aufwand reduzieren und Anreize schaffen

Handlungsempfehlungen

Vernetzung von Unternehmen

- Netzwerk und Interessensgemeinschaften schaffen für Kooperation und Austausch.
- Betriebe können auf ein größeres Angebot an Mobilitätslösungen zugreifen und effektiv viele Mitarbeitende erreichen (Clusterbildung).
- Gemeinsame Nutzung macht komplexe Maßnahmen wie Mobilitäts-Hubs, Shuttle-Services und On-Demand-Verkehre rentabler.
- Mobilität wird zum Standortvorteil: Gemeinsame Angebote erhöhen die Attraktivität für Fachkräfte und verbessern die Erreichbarkeit.

Online-Plattform

Entwicklung einer zentralen digitalen Anlaufstelle, die Einstiegsberatungen, Ansprechpersonen, Best Practices und allgemeine Informationen und Hilfestellungen rund um BMM anbietet.

Eine Übersicht bestehender Angebote lässt sich in die Online-Plattform integrieren.