

# Mobilitätszentrale in der autofreien Siedlung Köln Modell auch für andere Stadtquartiere?

**Wie soll ich denn meine Wasserkästen nach Hause bekommen? Oder den großen Sack Blumenerde? – So oder so ähnlich wird häufig die Notwendigkeit eines Autos begründet.**

Genau für solche Aufgaben gibt es in der autofreien Siedlung in Köln-Nippes seit 2005 eine Mobilitätszentrale. Hinter diesem etwas sperrigen Begriff verbirgt sich ein umfangreiches Leistungsangebot, um ein Leben ohne Auto so bequem und einfach wie möglich zu machen. Und das funktioniert, zum Beispiel beim Getränkelieferdienst, der die bestellten Kästen ohne Aufpreis bis vor die Haustüre liefert und mit einer Großlieferung Dutzende von individuellen Einkaufsfahrten zu vermeiden hilft – bequemer, preiswerter und ökologischer als mit dem eigenen Auto!

## Bauträger stellt Personal und Räumlichkeiten

Die Mobilitätszentrale ist von Anfang an Bestandteil des Projekts und wird in den Marketingbroschüren entsprechend ausgelobt: „Für Ihre Mobilität ist gesorgt: Innerhalb des Wohngebietes: Dienstleistungszentrale“. Der Bauträger stellt daher seit circa drei Jahren das Personal und einen Pavillon zur Verfügung. Die Gegenfinanzierung erfolgt in dieser autofreien Siedlungsform vor allem durch erhebliche Einsparungen bei den Erschließungs- und Stellplatzkosten, welche bis zu zehn Prozent der Wohnungs-



Mobilitätszentrale – wichtige Anlaufstelle innerhalb der Siedlung

kosten ausmachen können.

Zurzeit ist noch unklar, wie der Betrieb und die Räumlichkeiten der Mobilitätszentrale nach der Fertigstellung der Siedlung aussehen werden. Hier warten die Bewohner auf ein tragfähiges Konzept des Bauträgers.

## Gemeinsame Nutzung von Gebrauchsgütern

Der Fuhrpark der Mobilitätszentrale besteht derzeit aus vier Sack- und Paketkarren, vier großen Transportwagen und zwei Fahrradanhängern mit markt-gängiger Kupplung.

Die Grundidee, die gemeinsame Nutzung von langlebigen Gebrauchsgütern, geht jedoch weit über den Fuhrpark hinaus. Mittlerweile gibt es etliche Bierbänke und -tische, ein großes und ein kleines Zelt sowie sehr viel Spielzeug für draußen. Zuletzt wurde ein Vertikutierer zur Pflege der Gärten angeschafft. Bei allen Teilen wird sorgfältig auf Qualität und Nachhaltigkeit geachtet. Dies gilt auch für die öffentliche Standluftpumpe, die ein örtlicher Fahrradhändler unter dem Motto „Luft für alle“ auf einem der Gemeinschaftsplätze installiert hat.

Auch mit der Radstation im Hauptbahnhof wird kooperiert: Jedes Mitglied des Siedlungsvereins kann sein Fahrrad auf Vereinskosten in der Radstation abstellen.

An weiteren Ideen mangelt es nicht: Ein öffentlicher Zeitungs- und Bücherschrank, eine Verleih- sowie eine Talentbörse warten derzeit noch auf ihre Umsetzung.

## Übertragbarkeit?

Einige Elemente lassen sich recht einfach sowohl auf neu gebaute als auch auf vorhandene „normale“ Stadtquartiere übertragen. Voraussetzung ist, dass sich einige Bewohner zusammenschließen, was auch ohne Vereinsgründung geht. Dann kann man beispielsweise Verhandlungen mit einem Getränkelieferanten



Öffentliche Fahrradpumpe

aufnehmen und ab gewissen Abnahmewolumina und je nach Häufigkeit und Verbindlichkeit der Liefertermine über eine kostenfreie Anlieferung oder Sonderpreise sprechen.

Schwieriger als die Organisation eines Lieferdienstes erweist sich die gemeinsame Nutzung von Gebrauchsgegenständen: Hier ist ein Aufbewahrungsort vonnöten, möglichst mit einfachem Zugriff. Als Lösung bietet sich eine für alle Beteiligten lohnende Kooperation mit Partnern an, beispielsweise lokalen Wohnungswirtschaftsunternehmen, Einzelhändlern oder Kioskbetreibern, aber auch Bürgerzentren und Fahrradgeschäften.

## Zukunftsfähigkeit?

Wenn Ressourcen knapper werden und finanzielle Möglichkeiten schrumpfen, werden Gemeinschaftseinrichtungen wie eine Mobilitätszentrale an Bedeutung und Wichtigkeit gewinnen. Sie ermöglichen die Nutzung von Dingen und Diensten, welche die Möglichkeiten eines Einzelnen übersteigen oder zumindest schonen. Es ist nun einmal ökonomisch und ökologisch vorteilhaft, wenn statt 50 einzelner Autos ein einziger Transporter unterwegs ist, um 50 Haushalten in einer Fahrt mit den gewünschten Getränken zu beliefern.

Hans-Georg Kleinmann  
www.nachbarn60.de



# Chronik einer Autokrise

## Bewegte Zeiten

**Als Ende 2008 immer häufiger der Begriff Autokrise durch die Medien ging, reifte die Idee, Ursachen und Folgen dieses Ereignisses genauer unter die Lupe zu nehmen.**

Daher begann ich im Januar 2009 damit, mir interessant erscheinende Nachrichten und Meldungen chronologisch aufzuzeichnen.

Obwohl sich die Meldungen – etwa über insolvente Zulieferer, gesunkene Verkaufszahlen großer Automobilhersteller oder die Lage bei Opel – an manchen Tagen überstürzten, so fällt doch auf, dass sie in der Regel keinen Bogen zur Verkehrspolitik schlagen. Allenfalls wird eine falsche Modellpolitik moniert – zu groß, zu hoher Verbrauch – und die Problemlösung gleich mitgeliefert: neue Modelle. Deshalb habe ich mich bei meinen Aufzeichnungen auf Meldungen konzentriert, die aus dem Rahmen fallen.

**3. Januar 2009:** Eine überregionale Tageszeitung schildert den Kampf der Autoindustrie ums Überleben: „Spätestens mit dem letzten Preisschock an der Zapfsäule im Sommer 2008 kaufen Autofahrer lieber kleinere, effizientere Motoren. Und auch wenn Rohöl aktuell wieder billiger ist, ahnen Verbraucher, dass der Spritpreis an den Tankstellen spätestens dann wieder steigt, wenn die Rezession vorüber ist. Für die Hersteller von Verbrennungsmotoren stellt sich die Überlebensfrage.“

**5. Januar 2009:** „Lieber Sushi statt Auto“, so überschreibt eine überregionale Wirtschaftszeitung eine Meldung über den japanischen Automarkt. Für viele Japaner sei das Auto kein Statussymbol mehr. Vor allem junge Japaner, bei denen Smartphones und Netbooks hoch im Kurs stehen, wenden sich vom Auto als Fortbewegungsmittel ab.

**14. Januar 2009:** Die Abwrackprämie und das Konjunkturpaket II mit vielen unter Umweltgesichtspunkten kontraproduktiven Maßnahmen werden eingeführt. Verschrottungsgeld und geplante Investitionen in den Straßenbau machen das Autofahren wieder attraktiver, allen-



falls geringe Mittel unterstützen alternative Verkehrsmittel. Trotzdem erscheint fraglich, ob der Trend gegen das Auto mit diesen Mitteln gebrochen werden kann.

**31. Januar 2009:** Die Werkstatkette ATU will 650 Stellen abbauen. Offensichtlich werden nicht nur weniger Neuwagen verkauft, sondern es scheint auch weniger Auto gefahren zu werden.

**6. Februar 2009:** Ein Radiosender berichtet, dass die Firma Siemens – immerhin ein DAX-Konzern – Führungskräften eine monatliche „Mobilitätszulage“ von 650 Euro gewährt, wenn sie vom Dienstwagen auf den öffentlichen Nahverkehr umsteigen. Betroffen sind etwa 2.500 Manager in Deutschland, die bisher Fahrzeuge der oberen Mittelklasse fahren – vorwiegend Audi, BMW, Mercedes oder VW.

Auch wenn Siemens dem öffentlichen Verkehr stärker verbunden ist als viele andere Unternehmen, ist dies ein bemerkenswertes Signal.

**8. März 2009:** Nicht nur in Japan scheint es ein Umdenken bei jungen Leuten zu geben: Eine überregionale Wirtschaftszeitung meldet, dass in Deutschland ein Abschied junger Kunden vom Automobil drohe. Komme man mit Straßenbahn, Taxi oder Flugzeug einfacher oder günstiger ans Ziel, bleibe das Auto in Zukunft einfach stehen.

**14. März 2009:** Alle deutschen Zeitungen berichten von einer Verlängerung der Abwrackprämie. Es war zu erwarten, dass man von dieser Prämie nicht mehr weg kommt, zumindest nicht vor der Bundestagswahl. Aber selbst da-

nach wird diese Nabelschnur schwer zu durchzutrennen sein. Vielleicht wird man sich ja auf eine Reduktion in mehreren Schritten einigen ...

**3. April 2009:** In den Tageszeitungen mehren sich die kritischen Stimmen zur Abwrackprämie. Von negativen Folgen für Gebrauchtfahrzeughandel und Werkstätten ist die Rede. Und nicht zuletzt kritisiert der Einzelhandel, dass der Neuwagenkauf die Anschaffung anderer Konsumgüter behindert.

Offensichtlich erliegt auch so mancher Schnäppchenjäger dem Charme der Prämie und wird zu unüberlegtem Konsum ohne Rücksicht auf seine finanziellen Möglichkeiten verführt.

### Ausblick

Die Automobilindustrie steckt tief in der Krise. Zum ersten Male wendet sich der bislang so verlässliche Kunde von dem Produkt ab und schaut sich nach Alternativen um, die ihm die Industrie bislang aber weder liefern konnte noch wollte.

Industrie und Politik gehen davon aus, dass man die Krise mit einigen Korrekturen – sprich: neuen Modellen – wieder in den Griff bekommt und dass es danach genauso weiter geht wie bisher. Deshalb enthalten die Konjunkturpakete auch keine Investitionen in Mobilitätsalternativen – aus Sicht der Automobilindustrie wären sie kontraproduktiv.

Man geht dabei ein hohes Risiko auf Kosten aller Steuerzahler ein. Gelingt es nicht, die Kunden wieder zurückzugewinnen, droht ein Scherbenhaufen: übervolle Busse und Bahnen, aber dank leerer Kassen fehlendes Geld zur Stärkung von Mobilitätsalternativen.

Gelingt es hingegen, die Kunden zurückzugewinnen, wird mit anziehender Konjunktur auch der Ölpreis wieder steigen. Dann wird man feststellen, dass der unlängst erworbene Neuwagen trotz „Umweltprämie“ immer noch viel zu viel Benzin schluckt. Und schon droht die nächste Autokrise ...

Hans-Georg Kleinmann

