

Mobil, aber anders



SERIE **NACHHALTIGKEIT (10)** – Verkehr ist unerlässlich, zugleich ist die Belastung durch ihn groß. **Unternehmen, die ein nachhaltiges Mobilitätsmanagement wagen** und gewohnte Prozesse neu denken, werden dafür belohnt.

Brixen – Das Verkehrswesen, das sowohl Fahrzeuge als auch die dazugehörige Infrastruktur und Dienstleistungen umfasst, spielt eine Schlüsselrolle in Gesellschaft und Wirtschaft. Unsere Lebensqualität in den Bereichen Wirtschaft, Handel, Wettbewerbsfähigkeit, Freizeit, Erholung, Pflege, Familie und Beziehungen würde durch einen Mangel an effizienten Verkehrsmitteln zweifellos beeinträchtigt. Dennoch führt der Gebrauch dieser Verkehrsmittel zu einer hohen Belastung für unser Ökosystem.

Nach Angaben der Europäischen Umweltagentur (EUA) sind die Verkehrsmittel für ein Viertel der Treibhausgasemissionen und den Treibhauseffekt in der Europäischen Union verantwortlich. Sie verbrauchen ein Drittel der Endenergie (= die Energieform, die beim Endverbraucher ankommt) in der EU, die zum großen Teil aus Erdöl gewonnen wird. Hinzu kommt die Flächennutzung durch Mobilität, also der Raum, der von Autos, Lastwagen, Flughäfen, Autobahnen und Schienenverkehr besetzt wird und zu Lärmbelastung und Feinstaub führt, die vor allem in den Städten die Gesundheit von Menschen und Umwelt stark beeinträchtigen.

Mobilität im Mittelpunkt des Green Deal

Aus diesen Gründen ist die Mobilität von Personen und Gütern eines der Themen, die im Mittelpunkt des europäischen Green Deal stehen. Dieser zielt auf eine Reduktion der Emissionen von 90 Prozent bis 2050 ab, und die Europäische Kommission hat bereits Mittel bereitgestellt, die die Anwendung neuer Technologien und neuer Verkehrsmanagementsysteme ermöglichen, um die Mobilität effizienter und sauberer zu gestalten.

Luftverschmutzung, Ressourcenknappheit und globale Erwärmung haben erhebliche Auswirkungen auf Gesellschaft und Wirtschaft und damit auch auf Unternehmen und ihre Mitarbeitende. Für die Zukunft sind daher neue Mobilitätsmodelle notwendig. Doch wie werden diese neuen Modelle aussehen?

Der Privatsektor ist für den Wandel überaus relevant

Hier sind auch die Unternehmen gefragt, denn Mobilitätsmanagement ist

Auch die einzelnen Unternehmen sind gefragt, denn Mobilitätsmanagement ist keine ausschließlich institutionelle Angelegenheit.

keine ausschließlich institutionelle Angelegenheit. Der Privatsektor kann einen großen direkten Beitrag leisten, da er täglich Millionen von Beschäftigten, Kund:innen, Lieferanten, Gästen und Waren befördert. Ein nachhaltigeres Mobilitätsmanagement hat daher das Potenzial, das Gesicht unserer Dörfer und Städte zu verändern.

Der italienische Gesetzgeber hat beispielsweise Leitlinien für die Erstellung und Umsetzung von Home-Work-Travel-Plänen (*Piani per gli Spostamenti Casa-Lavoro*, PSCl) veröffentlicht (Interminister-

rieller Erlass Nr. 179 vom 12. Mai 2021), die alle öffentlichen oder privaten Einrichtungen mit mehr als 100 Beschäftigten in Städten mit mehr als 50.000 Einwohnern dazu verpflichten, einen Mobilitätsmanager zu haben und der Stadtverwaltung jedes Jahr einen detaillierten Plan ihrer Maßnahmen und Überwachungsmethoden vorzulegen, mit denen sie ihre Mobilität nachhaltiger gestalten.

In Zusammenarbeit mit Green Mobility – einer Initiative der Autonomen Provinz Bozen, koordiniert von STA – hat das Terra Institute ein fünfstufiges Verfahren für die Begleitung und Unterstützung von Unternehmen entwickelt, mit dem deren Mobilitätsmanagement mit konkreten und jeweils angepassten Maßnahmen verbessert werden soll (siehe Grafik).

Vorteile für das Unternehmen

Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass das Engagement für ein nachhaltigeres betriebliches Mobilitätsmanagement für Unternehmen zahlreiche Vorteile auf mehreren Ebenen mit sich bringt:

Gesundheitsförderung: Durch die Förderung aktiver und nachhaltiger Mobilität zum Arbeitsplatz, z.B. zu Fuß oder mit dem Fahrrad, trägt man zur Verbesserung der Gesundheit und damit auch der Lebensqualität der Mitarbeitenden bei.

Stressabbau: Nachhaltige Mobilitätspraktiken wie Gehen, Radfahren, die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel oder geteilte private Mobilität ermutigen Mitarbeitende zu mehr körperlicher und/oder sozialer Aktivität. Dies wiederum trägt zur Verringerung des Stresses bei, der durch die täglichen Fahrten mit dem Auto verursacht wird.

Kostenersparnis: Ein effektives betriebliches Mobilitätsmanagement spart Kosten sowohl für das Unternehmen als auch für seine Mitarbeitenden. Das Unternehmen kann zum Beispiel

Parkplätze in soziale Begegnungsbereiche umwandeln, während die Mitarbeitenden ihre Reisekosten senken können, indem sie auf ihr Auto verzichten.

Wenn sich Unternehmen auf Ebene des Mobilitätsmanagements dem Klimaschutz nähern, ergeben sich zahlreiche positive Nebenwirkungen.

Umwelt- und Klimaschutz: Die Reduzierung von CO₂- und Feinstaubemissionen trägt zu einem aktiven Klima-, Umwelt- und Naturschutz bei. Mitarbeitende werden für diese Themen sensibilisiert und zur Änderung ihrer Lebensgewohnheiten motiviert. Dies ist eine ausgezeichnete Basis, um gemeinsam mit den Mitarbeitenden an weiteren Nachhaltigkeitsthemen zu arbeiten.

Gefühl der Zugehörigkeit: Gemeinsam umgesetzte Informationskampagnen, Prämien und Anreize für nachhaltige Mobilität sind auch Faktoren, die das Engagement und das Zugehörigkeitsgefühl der Mitarbeitenden erhöhen.

Verkehrsberuhigung: Ein wirksames und nachhaltiges Management der betrieblichen Mobilität bringt der Gemeinschaft erhebliche Vorteile, da es zur Verringerung von Staus und Unfällen beiträgt.

Verbesserung des Images: Ein Unternehmen, das sich um die Gesundheit seiner Mitarbeitenden und des Planeten kümmert, stärkt sein Image sowohl intern als auch extern, wird attraktiver für potenzielle neue Mitarbeitende und bietet ein Modell, das andere Unternehmen nachahmen können.

Fasst man diese Vorteile zusammen, liest sich das wie die Beschreibung eines traumhaften Zustands: Unternehmen, die ein nachhaltiges Mobilitätsmanagement einführen, sparen Transportkosten, stärken ihr Unternehmensimage und das Engagement ihrer Mitarbeitenden. Die Gemeinde wird sicherer,

gesünder und sauberer. Die Mitarbeitenden sparen Mobilitätskosten, reduzieren unter Umständen die Fahrtzeit und den damit verbundenen Stress, bewegen sich mehr, entschleunigen und knüpfen Kontakte zu Kolleg:innen und Nachbar:innen. All diese positiven Nebenwirkungen ergeben sich, wenn sich Unternehmen auf Ebene des Mobilitätsmanagements dem Klimaschutz nähern. Sie sind die Belohnung für alle, die es wagen, ihre gewohnten Prozesse neu zu denken und ihr Handeln neu auszurichten auf dem Weg der Transformation in Richtung Nachhaltigkeit.

Evelyn Oberleiter

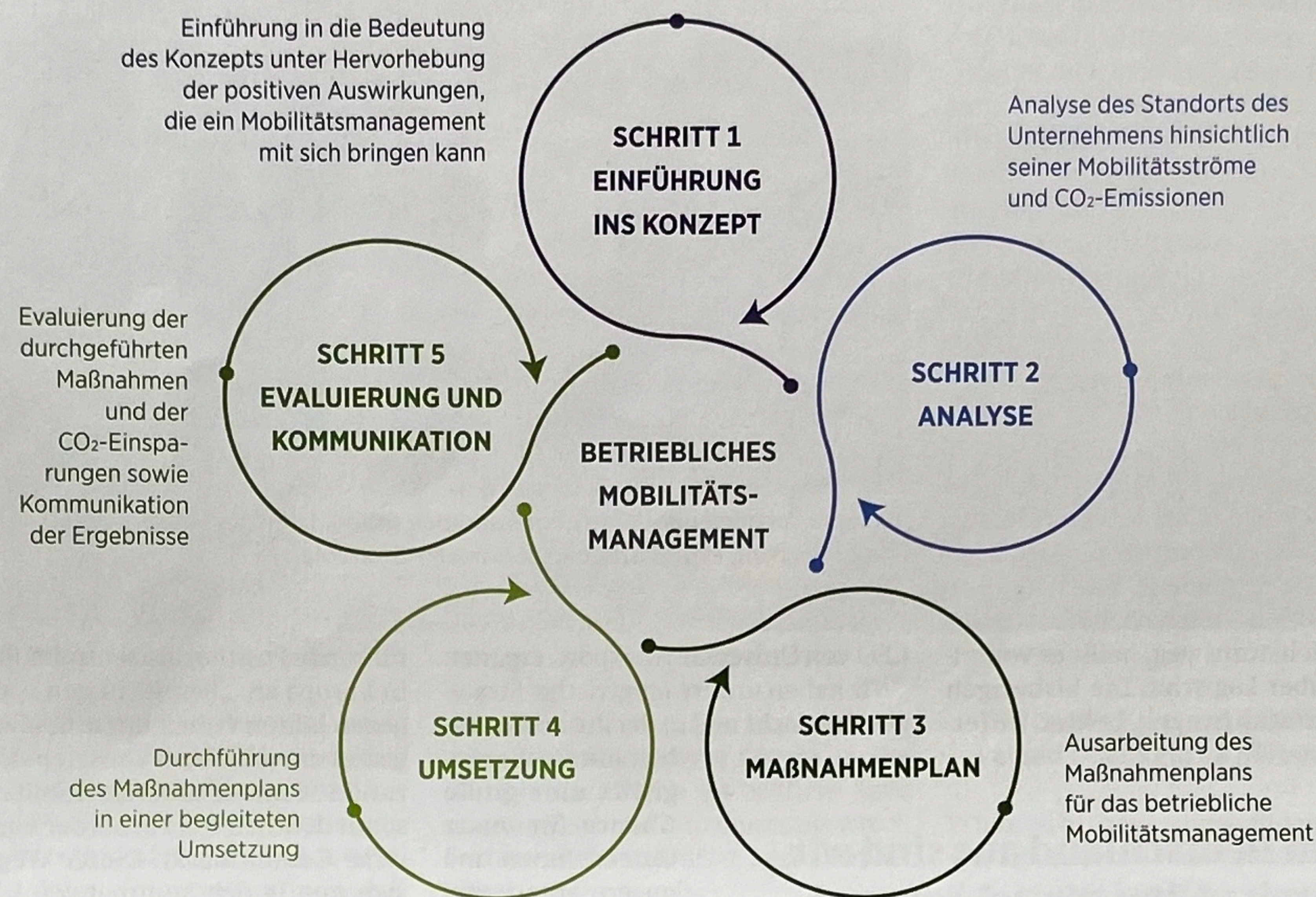
© e.oberleiter@terra-institute.eu



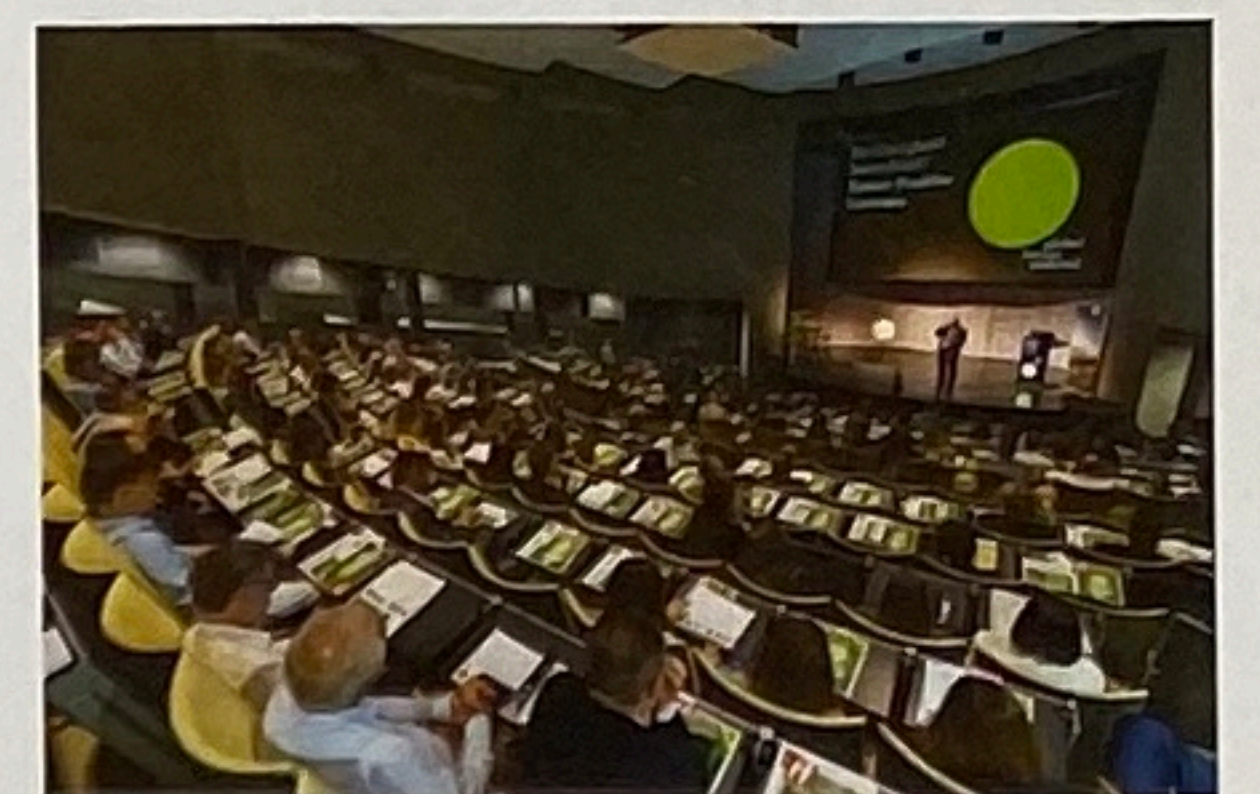
DIE AUTORIN ist Mitgründerin und CEO von Terra Institute mit Sitz in Brixen und Niederlassungen in Rovereto, München, Wien und London.

DIE SERIE Die Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Manche Unternehmen bemühen sich mit Überzeugung darum, andere tun es, um dem Zeitgeist gerecht zu werden, alle anderen wiederum werden früher oder später dazu gezwungen werden. In dieser Artikelserie geben Evelyn Oberleiter und Günther Reifer im Zweiwochenrhythmus Einblicke, was auf die Unternehmen zukommen wird, und sie zeigen mit konkreten Praxisbeispielen nachahmenswerte Möglichkeiten auf. Die bisher erschienenen Texte können auf SWZonline und über die SWZapp nachgelesen werden. Oberleiter und Reifer haben vor 13 Jahren das Terra Institute gegründet und betrieben schon Nachhaltigkeitsberatung, als das Bewusstsein für das Thema noch in den Kinderschuhen steckte.

Fünf Schritte zum nachhaltigen Mobilitätsmanagement



Nachhaltigkeit ist Chefsache



Bozen – Nachhaltigkeit wird in einem Unternehmen gelebt, wenn die Überzeugung von ganz oben kommt. Das ist eines der Ergebnisse einer Onlineumfrage im Rahmen des Global Forum Südtirol (GFS).

Mit Blick auf das GFS, das am vergangenen Freitag mit rund 300 Teilnehmenden in der Eurac über die Bühne ging und das Thema Nachhaltigkeit aus etwas anderen Blickwinkeln zu beleuchten versuchte, haben die GFS-Organisatoren in Zusammenarbeit mit der Agentur zukünftig eine Onlineumfrage durchgeführt. Ziel war es zu erheben, ob die Befragten die Nachhaltigkeit eher mit positiven Begriffen (z. B. Einfachheit) oder mit negativen Begriffen (z. B. Verzicht) verbinden, wie nachhaltig Südtirols Wirtschaft und Gesellschaft in verschiedenen Bereichen wahrgenommen wird und welche Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit als sinnvoll erachtet würden. Das Ergebnis der Umfrage ist zwar nicht repräsentativ, trotzdem aber aufschlussreich. 80 Prozent der knapp 320 Teilnehmenden waren Unternehmer:innen, Geschäftsführer:innen und Führungskräfte.

Welche Begriffe mit Nachhaltigkeit assoziiert werden

Tendenziell werden mit dem Begriff Nachhaltigkeit positive Begriffe verbunden, vor allem Langlebigkeit (23 Prozent), ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung (16 Prozent) sowie Werthaltigkeit (15 Prozent). 54 Prozent der Befragten betrachten den Begriff der Nachhaltigkeit nach wie vor als Differenzierungsmerkmal für Unternehmen und Regionen. Allerdings finden 81 Prozent, dass der Gedanke heute falsch verstanden wird: Statt zu versuchen, das menschliche Handeln weniger schlecht zu machen und Nachhaltigkeit mit Verzicht zu verbinden, sollte im Sinne einer positiven Nachhaltigkeit der Innovationsgeist gefördert werden.

Südtirol wird nicht als nachhaltig wahrgenommen

Südtirol, das Landeshauptmann Arno Kompatscher zu einem Pionier der Nachhaltigkeit machen möchte, wird heute nicht wirklich nachhaltig wahrgenommen. Einige Beispiele: Die Landwirtschaft bezeichnen nur 22 Prozent der Befragten als nachhaltig, die Industrie 15 Prozent, die Mobilität 19 Prozent und den Tourismus gar nur sieben Prozent. Am meisten Handlungsbedarf orten die Umfrage-Teilnehmer:innen somit im Tourismus (27 Prozent), in der Mobilität (20 Prozent) und in der Landwirtschaft (19 Prozent). Im eigenen Unternehmen existiert ebenfalls Nachholbedarf: Nur 14 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass die Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen stark gelebt wird, für 39 Prozent kommt der Gedanke zumindest in zufriedenstellendem Maße zur Geltung.

Jedenfalls scheint die Unternehmensführung die Treiberin für die Nachhaltigkeit zu sein, und zwar mit großem Abstand: 47 Prozent sagen dies. Auf Platz zwei folgt mit elf Prozent eine eigene Nachhaltigkeitsabteilung (die es nur in großen Unternehmen gibt), dahinter andere Abteilungen und externe Berater:innen. ●