

# Konzepte für Mietertickets zur Verknüpfung von Wohnen und Verkehr

Franz Lambrecht<sup>1</sup> und Prof. Dr. Carsten Sommer<sup>2</sup>

**Abstract:** 90% der ersten Wege eines Tages beginnen an der eigenen Wohnung [Mo08]. Die tagtägliche Entscheidung für das Verkehrsmittel hängt somit wesentlich von der Wohnsituation und dem Wohnumfeld ab. Der öffentliche Verkehr soll bei dieser Entscheidung stärker berücksichtigt werden. Dabei ergibt sich eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten: für die Nutzer ein preiswerterer Zugang zum öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), stabile Einnahmen für den Verkehrsdienstleister, ein besseres Stadtumfeld in der Kommune sowie eine Aufwertung des Kernproduktes und Kostensenkung bei der Stellplatzschaffung für die Wohnungsunternehmen [u.a. BRR08]. Trotz dieser guten Argumente werden entsprechende Angebote bisher nur selten in Mobilitätsstrategien berücksichtigt. Im Forschungsprojekt DieMo RheinMain wurden verschiedene Konzepte für Mietertickets entwickelt (freiwilliges Modell, Solidarmodell und Sharingmodell), die den ÖPNV auf Basis von integrierten Tarifprodukten und Vertriebswegen mit preisreduzierten Abonnements fest in das Angebot von Wohnungsbaugesellschaften integrieren. Bei der Entwicklung wurden alle beteiligten Akteure mit einbezogen, um die Praxistauglichkeit zu gewährleisten.

**Keywords:** Mieterticket, Verkehrsmanagement, Öffentlicher Verkehr, Multimodalität

## 1 Einleitung

Vier von fünf Wegen beginnen oder enden am Wohnstandort [Mo08]. Die tagtägliche Entscheidung, sich zu Fuß, mit dem Rad, öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Pkw auf den Weg zu machen, wird am Wohnstandort getroffen und hängt somit wesentlich von der Wohnsituation und dem Wohnumfeld ab [Ve14].

Unter wohnstandortbezogenem Verkehrsmanagement werden Maßnahmen verstanden, die für Bewohner bestimmter Quartiere oder Mieter bestimmter Wohnungsunternehmen in Zusammenarbeit von Wohnungsunternehmen und Verkehrsdienstleistern entwickelt werden und über die herkömmliche Dienstleistung hinaus einen spezifischen Nutzen für die Zielgruppen beinhalten [BK09].

Vielfältige Verkehrsangebote wie wohnstandortbezogenes Carsharing, radverkehrsbezogene Dienstleistungen und Infrastruktur für den Rad- und Fußverkehr, Verbesserung der Erreichbarkeit von ÖPNV-Haltestellen und Mietertickets sollen die Bewohner

---

<sup>1</sup> Universität Kassel, Fachgebiet Verkehrsplanung und Verkehrssysteme, Mönchebergstr. 7, 34121 Kassel, franz.lambrecht@uni-kassel.de

<sup>2</sup> Universität Kassel, Fachgebiet Verkehrsplanung und Verkehrssysteme, Mönchebergstr. 7, 34121 Kassel, c.sommer@uni-kassel.de

motivieren, in Zukunft häufiger auf Alternativen zum eigenen Pkw zurückzugreifen. Trotz vieler guter Argumente werden entsprechende Angebote bisher jedoch nur selten in Mobilitätsstrategien berücksichtigt. [Bä09b]

Es handelt sich beim wohnstandortbezogenen Mobilitätsmanagement noch um ein neues, wenig verbreitetes Geschäftsfeld der Wohnungswirtschaft. Wohnungsunternehmen konzentrieren sich vorrangig auf den motorisierten Individualverkehr (MIV), wodurch sich die Frage der Gestaltung von Mobilitätsoptionen bisher überwiegend auf die Frage nach der Anzahl der Pkw-Stellplätze beschränkt. Zudem ist die Erhaltung und Verbesserung der Qualität des Kernproduktes Wohnung das Tagesgeschäft von Wohnungsunternehmen, wodurch Dienstleistungen fern des Kernproduktes nachrangig behandelt werden, solange sie nicht erkennbar zur Vermarktbarkeit der Wohnungsbestände beitragen. [Bä09b]

Das Ziel des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Projektes „DieMo RheinMain“ war die Entwicklung von umsetzungsfähigen Konzepten für Mietertickets (preisreduzierte Abonnements für den öffentlichen Nahverkehr für Bewohner bestimmter Quartiere oder Mieter bestimmter Wohnungsunternehmen), um den öffentlichen Verkehr fest in das Portfolio von Wohnungsunternehmen zu verankern. Dabei wurden verschiedene Mietertickets für unterschiedliche Wohngebiete und Wohnsituationen entwickelt, die im weiteren Verlauf auch mit anderen wohnstandortbezogenen Verkehrsangeboten, wie Carsharing oder Pedelec-Verleih kombiniert werden können.

## **2 Methodik**

Zunächst wurden umfassende Recherchen zu Verkehrsangeboten für Mieter durchgeführt und dabei insbesondere bestehende oder in der Vergangenheit existierende Angebote analysiert, bewertet und auf Übertragbarkeit hin untersucht (Vgl. Kap. 3). Dabei wurden insbesondere die Erfolgsfaktoren und Hemmnisse oder Einstellungsgründe bei den entsprechenden Angeboten betrachtet. Anhand von Erfolgsfaktoren, Voraussetzungen für die Umsetzungen und rechtlicher Vorgaben wurden erste nutzerspezifische Konzepte entwickelt, die anschließend zusammen mit den beteiligten Akteuren diskutiert wurden.

Dazu wurde ein Workshop mit Vertretern von Wohnungsunternehmen, Kommunen, Verkehrsdienstleistern und Mietern durchgeführt. Das Ziel ist die bessere Nutzung von Potenzialen bei der Umsetzung von mit Wohnen verknüpften Verkehrsangeboten und bei der Zusammenarbeit der Akteure sowie die unterschiedlichen Sichtweisen der beteiligten Akteure und mögliche Barrieren. Dabei diskutierten die jeweiligen Vertreter zunächst in getrennten Gruppen und danach im gemeinsamen Plenum unter anderem über Nutzen und Erwartungen an Mietertickets, sowie Hemmnisse und Rollenverteilungen.

Aus den Ergebnissen wurden Handlungsempfehlungen und verschiedene gebrauchstaugliche Konzepte für Mietertickets entwickelt. Die Konzepte sollen dabei unterschiedliche Rahmenbedingungen in Städten und Gemeinden, sowie bei den Wohnquartieren und der Mieterstruktur berücksichtigen, so dass ein Mieterticket in vielen Regionen eingeführt und mit weiteren Verkehrsangeboten, wie z.B. E-Carsharing, kombiniert werden kann. Die Konzepte wurden in einem zweiten Workshop den Akteuren vorgestellt und auf Praxistauglichkeit untersucht.

### 3 Mietertickets

Bei Mietertickets handelt es sich um ein wohnungsbezogenes Verkehrsangebot im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs, bei dem Mieter eines bestimmten Wohnungsunternehmens oder Bewohner eines bestimmten Wohngebiets preisreduzierte Abonnements des öffentlichen Nahverkehrs als fakultatives Angebot nutzen können. In bestimmten Wohngebieten kann auch ein Siedlungsticket mit obligatorischem Charakter angeboten werden [Go07]. Die einfachsten (und bisher am häufigsten realisierten) Angebote, insbesondere im Wohnungsbestand, beruhen auf dem Prinzip der Freiwilligkeit. Der Vertrieb kann entweder über den Verkehrsdienstleister direkt oder über das Wohnungsunternehmen erfolgen.

Das freiwillige Modell basiert auf dem Prinzip des Großkundenrabattes: Das Wohnungsunternehmen tritt als Vermittler auf und erwirbt beim Verkehrsdienstleister eine größere Menge an Tickets zum Großkundenrabatt, den sie an ihre Mieter weitergibt [Bä09a].

Solidarmodelle sind Modelle, bei denen ein Ticketerwerb für eine festgelegte Nutzergruppe obligatorisch ist. Sie basieren auf einem Semesterticket- oder Jobticketmodell und beinhalten im Regelfall eine Mischkalkulation zwischen Viel- und Wenignutzern des ÖPNVs. Aufgrund größerer und planbarer Nutzerzahlen kann somit eine Jahreskarte mit starker Ermäßigung angeboten werden. Die Kosten des solidarischen Mietertickets können direkt in die monatliche Kaltmiete integriert und darüber erhoben werden, so dass keine zusätzlichen Aufwände für die Mieter entstehen.

#### 3.1 Anforderungen

Mietertickets sind besonders geeignet für Wohngebiete, die gut an das ÖPNV-Netz angeschlossen sind. Abhängig vom individuellen Mobilitätsverhalten und der Frage der Erreichbarkeit von individuellen Zielen mit dem öffentlichen Nahverkehr, sind sie aber auch für andere Standorte geeignet. In Zusammenarbeit mit den örtlichen Verkehrsunternehmen lässt sich auch die ÖPNV-Bedienung (durch Taktverdichtung, Quartiersbusse etc.) ebenso verbessern wie die Erreichbarkeit und Ausstattungsqualität der Haltestellen in den Wohngebieten. Weiterhin sind ein guter Kundenservice mit einfacher Erwerbsmöglichkeit und eine zuverlässige Fahrgastinformation für ein Mieterticketangebot essentiell. [Bä09a]

### **3.2 Wirkungen**

Mit der Schaffung von Mieterticketangeboten kann der Mieter durch entsprechende Angebote in den Genuss preiswerterer ÖPNV-Tickets gelangen. Weiterhin erlangt der Mieter eine größere Wahlmöglichkeit bei der Verkehrsmittelwahl sowie einen besseren Zugang zum Verkehr. Bei der Wohnumfeldgestaltung ergeben sich durch entsprechende Verkehrsangebote Potenziale bei der Verkehrsreduzierung und beim Einsparen von Stellplätzen. Wohnungsunternehmen werten ihr Kernprodukt „Wohnung“ durch die neuen Angebote auf. Für den Verkehrsdienstleister bietet sich ebenfalls die Möglichkeit, sein Produkt aufzuwerten und attraktiver zu gestalten, so dass für beide Seiten die Möglichkeit besteht, neue Kunden zu gewinnen, bestehende Kunden besser und langfristiger zu binden und neue Vertriebsstrukturen aufzubauen. [Go07]; [DR03]. Weiterhin kann der Verkehrsdienstleister durch eine Mindestabnahme von Mietertickets mit festen Einnahmen kalkulieren.

### **3.3 Umsetzung**

Die Umsetzung von Verkehrsangeboten für Mieter erfordert die intensive Kooperation aller am Vorhaben Beteiligten: Wohnungsunternehmen, Verkehrsdienstleister, Mieter und Kommunen. Bei bereits umgesetzten Verkehrsangeboten für Mieter hat sich gezeigt, dass einzelne Maßnahmen Zeit brauchen, um von den Bewohnern angenommen und geschätzt zu werden [Bä09b]. Aus diesem Grund ist auch die stetige Begleitung und Versorgung der potentiellen Nutzer mit Informationen von entscheidender Wichtigkeit.

Eine Akzeptanz umweltfreundlicher Verkehrsmittel als Alternative zum eigenen Pkw ist nur dann erreichbar, wenn diese direkt am Wohnstandort verfügbar und ohne Barrieren zugänglich sind. Weiterhin müssen die Angebote verständlich sein und eine einfache Handhabung aufweisen [Bä09b]; [DR03].

Nicht alle Maßnahmen können von den Wohnungsunternehmen alleine organisiert werden. Ein Engagement der Mieter trägt entscheidend zum Erfolg bei. Die Angebote sollten regelmäßig an die Bedürfnisse der Bewohner angepasst werden. Dies geschieht durch eine enge Zusammenarbeit mit den Mietern. Der notwendige Lernprozess sollte nicht unterschätzt werden. [Mü03]

### **3.4 Vorgehen**

Ein standardisiertes Vorgehen für die Implementierung eines Tickets für Mieter oder Bewohner gibt es bisher nicht und ist aufgrund sehr unterschiedlicher Rahmenbedingungen in Städten und Quartieren kaum möglich. Wenn ein Wohnungsunternehmen seinen Kunden ein solches Produkt anbieten will, müssen in der Regel folgende Punkte geprüft und bearbeitet werden [Bä09a]:

- Es gilt zunächst, den richtigen Ansprechpartner beim Tarifverantwortlichen zu identifizieren.
- Die vorhandenen Ticketangebote inklusive spezieller Konditionen für Schüler, Studenten, Senioren und Großkunden sowie die damit verbundenen Leistungen müssen überprüft werden.
- Auswahl eines für das geplante Mieterticket passenden Tickets; sofern verhandelbar, können zusätzliche Leistungen wie Übertragbarkeit oder die Möglichkeit der Fahrradmitnahme, vereinbart werden.
- Abschluss eines Kooperationsvertrages zwischen Wohnungsunternehmen und Verkehrsdienstleister.
- Gezielte Kommunikationsmaßnahmen an alle angesprochenen Haushalte, die das neue Produkt und seine Vorteile vorstellen. Zusätzlich sollte ein Antragsformular enthalten sein.

### 3.5 Umsetzungsbeispiele

In Bielefeld wurde von der Bielefelder Gemeinnützige Wohnungsbaugesellschaft (BGW) die Einführung eines Mietertickets in Zusammenarbeit mit der moBiel GmbH (Stadt Bielefeld) initiiert, auch die Wohnungsgesellschaft freie Scholle beteiligte sich an dem Projekt. Seit 2005 ist das Mieterticket für alle Preisstufen und mit weiteren Zusatzleistungen erhältlich. Dabei handelt es sich um das Großkundenangebot von moBiel, dass für eine Mindestabnahme von 100 Tickets einen 10%igen Rabatt vorsieht [Go07]; [BGW16].

Ein ähnliches Mieterticket bietet bereits seit 2003 die VBW Bauen und Wohnen GmbH ihren Mietern in Bochum/Deutschland an. Dabei handelt es sich um ein spezielles Großkundenabonnement der VBW, wodurch den Mietern die Tickets (im Jahresabo, alle Preisstufen) mit einem Preisnachlass von 11,5% angeboten werden. Dabei kann jedes Haushaltsmitglied ein nicht übertragbares Mieterticket direkt beim Verkehrsdienstleister erwerben. Trotz der Preisvorteile muss das Angebot intensiv beworben werden. Im Jahr 2013 nutzten rund 1250 Mieterinnen und Mieter das Angebot. [BS13]; [VB15]

In Zürich bietet die Genossenschaft Zurlinden für die Mieter des neuen Wohnparks Sihlbogen pro Haushalt ein vergünstigtes Abo des Zürcher Verkehrsverbundes an. Dieses ist bereits in der Wohnungsmiete enthalten und wird in Form eines Gutscheins im Wert eines Jahresabonnements für den öffentlichen Verkehr ausgegeben. Als begleitende Maßnahme wurde auch die Zahl der Pkw-Stellplätze auf das gesetzliche Minimum reduziert, Pkw-Besitz ist für die Mieter nur nach Sondergenehmigung erlaubt. Erkenntnisse über die Wirkungen sind noch nicht bekannt [Zu13].

## 4 Workshops mit Akteuren

Um Potenziale beim wohnstandortbezogenen Mobilitätsmanagement besser nutzen zu können, wurden Akteure der Wohnungswirtschaft, der Kommunen, der Verkehrsdienstleister und der Mieterverbände zum gemeinsamen Informations-, Meinungs- und Ideenaustausch eingeladen. Dabei wurde über folgende Fragen diskutiert:

- Welche Erwartungen haben Sie an mit Wohnen verknüpfte Verkehrsangebote?
- Welchen Nutzen versprechen Sie sich davon?
- Welche Anforderungen haben Sie an solche Angebote?
- Welche Hemmnisse sehen Sie bei der Einführung und Nutzung solcher Angebote?
- Wer sollte mit welchen Aufgaben aktiv werden?

Als Ergebnisse des Workshops erwarten sich die Wohnungsbaugesellschaften Vorteile bei der Vermarktung ihrer Wohnungen, betonten aber auch, dass das Thema Verkehr nicht ihre originäre Aufgabe sei und Fragen der wohnstandortbezogenen Mobilität daher von geringerer Priorität sind. Sie sahen vor allem die Verantwortung bei der (kommunalen) Politik, die die Rahmenbedingungen schaffen und entsprechende Verkehrskonzepte mit Möglichkeiten zur Stellplatzreduktion fördern sollte.

Für Mieterinnen und Mieter können Angebote interessant sein, wenn dadurch bei gleichbleibendem oder gesteigertem Komfort Kosten (z.B. für einen eigenen Stellplatz) gespart werden können. Wichtig sind umfassende Informationen, die dauerhafte und verlässliche Verfügbarkeit der Angebote sowie ein einfacher Zugang mit Möglichkeit zum unkomplizierten Ausprobieren.

Die Kommunen erwarten sich in erster Linie eine Einsparung von Pkw-Stellplätzen und die Vermeidung von Kfz-Verkehr. Dabei sind aber auch Schwierigkeiten mit möglicher geringer Nachfrage sowie Unklarheiten bei der Gegenfinanzierung entsprechender Angebote und der Umsetzungsmöglichkeit in Bestandsgebieten zu erwarten.

Die Verkehrsdienstleister erwarten sich von Mietertickets mehr Nutzer ihrer Dienstleistungen und eine generelle Stärkung des Umweltverbundes. Ein einfacher Zugang durch verknüpfte Angebote mit nur einem Ansprechpartner für alle Angebote und Barrierefreiheit wird dabei als essentiell angesehen. Datenhoheit und Datenschutz, wirtschaftliche Zwänge sowie eine unklare Tarifstruktur können dabei als Probleme bei der Einführung auftreten.

Die Teilnehmer waren sich einig, dass ein vernetztes Angebot, mit mehreren Dienstleistungen (z.B. ÖPNV-Zeitkarte und E-Carsharing) über einen gemeinsamen Zugang, den größten Nutzen erzeugt und daher bei der Konzeptentwicklung von Mietertickets berücksichtigt werden sollte. Sowohl die Wohnungsgesellschaften als auch die Kommunen sehen sich dabei in der Vermittlerrolle zwischen den Mietern und den Verkehrsdienstleistern. Die Entwicklung von Rollenmodellen, in denen die

Verantwortlichkeiten der Akteure und Schnittstellen untereinander dargestellt werden, wird als wichtiger Schritt für eine Umsetzung gesehen, ebenso eine intensive Kooperation aller Beteiligten. Die Unterschiede zwischen dem städtischen und ländlichen Raum und die jeweiligen Rahmenbedingungen müssen berücksichtigt werden. Offen blieb dabei die Frage, ob in ländlichen Räumen überhaupt Mietertickets umgesetzt und wirtschaftlich betrieben werden können.

In einem zweiten Workshop wurden den teilnehmenden Akteuren die vorläufigen Konzeptentwürfe vorgestellt. Dabei wurde u.a. darüber diskutiert, ob die vorgestellten Konzepte (Vgl. Kap. 5) anwendungsfähig sind, die rechtlichen Belange ausreichend berücksichtigt wurden, die Rollen klar verteilt sind und die Finanzierung gesichert ist. Die Wohnungsunternehmen stehen dabei ihre angedachte Rolle als Koordinator kritisch gegenüber, da sie die Aufgabe erhalten, Verantwortlicher und Ansprechpartner für Dienstleistungen zu werden, für die sie bisher nicht zuständig sind und dadurch zusätzliche Mitarbeiter in diesen Kompetenzen ausbilden und bereitstellen müssten. Weiterhin werden die Haftung und das finanzielle Risiko für die Wohnungsunternehmen kritisch gesehen. Neben dem Nutzen für die jeweiligen Akteure standen auch die Kosten im Fokus. Insbesondere die zusätzlichen Personalkosten sollen gering gehalten werden, um das Konzept langfristig tragbar zu gestalten. Ungeklärt blieb hingegen die Frage, wie das Angebot für alle beteiligten Akteure greifbar wird und wer den ersten Schritt dorthin unternimmt.

## **5 Konzepte für Mietertickets**

Basierend auf den Ergebnissen der Bestandsaufnahme, bereits umgesetzter Konzepte und des Workshops mit Akteuren wurden die folgenden Szenarien für Mietertickets entwickelt.

### **5.1 Freiwilliges Modell**

Das freiwillige Modell basiert ähnlich wie beim Jobticket auf dem Prinzip des Großkundenrabattes: Das Wohnungsunternehmen tritt als Vermittler auf und erwirbt beim Verkehrsdienstleister eine größere Menge an Tickets zu einem Großkundenrabatt, den sie an ihre Mieter weitergibt. Die Mieter können das reduzierte Ticket bei Interesse beim Wohnungsunternehmen erwerben. Das freiwillige Mieterticket kann sowohl bei Neubauprojekten als auch bei Bestandsmietern eingeführt werden, ist nicht an ein umfassendes Verkehrskonzept gebunden und kann auch auf längere Sicht aufrechterhalten werden. Es sollte allen Mietern des Wohngebietes oder des Wohnungsunternehmens zur Verfügung stehen. Das freiwillige Mieterticket richtet sich vor allem an Vielnutzer des ÖPNV, die keine Ermäßigungen erhalten oder an Gelegenheitsnutzer, für die sich die Anschaffung einer Monats- oder Jahreskarte zum Normalpreis finanziell nicht rechnet. Die Vorteile des Angebots sind von der Ticketanzahl und einem Mindestwerb von Tickets abhängig. Dadurch eignet sich

dieses Modell nicht für Einzelvermieter oder sehr kleine Wohnungsgesellschaften mit wenigen Wohnungen.

Der Datenschutz ist sichergestellt, da das Wohnungsunternehmen als Vertriebspartner auftritt und ein Datenaustausch nur zwischen Wohnungsunternehmen und Mieter auftritt, wobei keine zusätzlichen zum Mietverhältnis notwendigen Daten erhoben werden. Eine Weitergabe der Daten des Mieters an den Verkehrsdienstleister oder Dritte findet nicht statt. Bei einer Übertragbarkeit des Tickets bestehen rechtliche Bedenken, da hier auch Nichtmieter des Wohnungsunternehmens an ein Ticket zu den vergünstigten Konditionen gelangen können [Be05].

Der Aufbau eines funktionierenden freiwilligen Mietertickets erfordert eine intensive Kooperation zwischen Verkehrsdienstleister und Wohnungsunternehmen, bisweilen auch den Kommunen und Mietern. Die Kommune tritt als koordinierender Partner auf und sollte entsprechende Angebote fördern. Mit den Mietern ist vorrangig die Wirkung und Nutzung des Angebots zu besprechen. Zunächst sind durch das Wohnungsunternehmen und den Verkehrsdienstleister konkrete Vereinbarungen zum Angebot zu treffen. Dies betrifft vor allem die Art des angebotenen Tickets, die Mindestanzahl, Zusatzleistungen und den zu vereinbarenden Großkundenrabatt. Das Wohnungsunternehmen übernimmt den Vertrieb und die Koordination des Angebotes. Jeder interessierte Mieter kann dabei das Mieterticket beim Wohnungsunternehmen erwerben. Anhand der gestellten Anträge erwirbt das Wohnungsunternehmen die Tickets gesammelt beim Verkehrsdienstleister. Das finanzielle Risiko bei Zahlungsausfällen und bei Verfehlung der Mindestabnahmezahl trägt das Wohnungsunternehmen, ebenso fallen hier finanzielle Aufwände im Vertrieb des Tickets und bei der Bewerbung des Angebots an. Ein finanzieller Ausgleich kann hier zum Teil durch die Weitergabe eines geringeren Rabattes an die Mieter erfolgen, als mit dem Tarifverantwortlichen erzielt wurde. Das Angebot muss intensiv beworben werden, sowohl durch Verkehrsdienstleister als auch Wohnungsunternehmen.

Für den Erfolg eines freiwilligen Mietertickets werden begleitende Maßnahmen und eine Einbettung in ein Verkehrskonzept nicht vorausgesetzt, können aber in Kombination mit dem Mieterticket zur gegenseitigen Attraktivitätssteigerung beitragen. Insbesondere können den Mieterticketinhabern Sonderkonditionen (z.B. Erlass der Anmeldegebühr) bei den begleitenden Maßnahmen angeboten werden.

Zu den möglichen Maßnahmen zählt das stationsgebundene Carsharing (mit Elektrofahrzeugen). Hier sollten Wohnungsunternehmen, Carsharing-Unternehmen und die Kommunen intensiv zusammenarbeiten. Bei Neubauvorhaben sollte dies bereits früh im Planungsprozess geschehen, um infrastrukturelle Voraussetzungen zu schaffen. Im Wohnungsbestand müssen Flächen für die Einrichtung des Angebotes gefunden werden. Für die Mieter sollten spezielle Angebotskonditionen verhandelt werden. Die Finanzierung der Stellplätze erfolgt über Ausgleichszahlungen durch das Carsharing-Unternehmen oder über Einsparungen bei den Stellplätzen für die Bewohner.

Als weitere begleitende Maßnahme bietet sich zum Beispiel ein stationsgebundenes



Fahrradverleihsystem mit E-Bikes an, dass exklusiv für die Bewohner der teilnehmenden Wohnquartiere eingerichtet wird. Die Leifahräder sollten in abgeschlossenen Räumlichkeiten angeboten werden. Zugang und Ausleihe können dabei mit einer Mobilitätskarte erfasst werden, die gleichzeitig als Mieterticket fungieren kann. Das Wohnungsunternehmen ist auch für die Bereitstellung der notwendigen Flächen und die Sicherstellung des Zugangs verantwortlich. Die Kommune nimmt begleitend am Planungsprozess teil.

## 5.2 Solidarmodell

Das Solidarmodell ist ein Modell, bei dem ein ÖPNV-Ticketserwerb für eine festgelegte und abgeschlossene Gruppe von Mietern oder Haushalten obligatorisch ist. Voraussetzung für ein Solidarmodell ist ein einfacher und sehr guter Zugang zum öffentlichen Nahverkehr. Die Angebotskonditionen müssen zwischen Verkehrsdienstleister und Wohnungsunternehmen verhandelt werden und beinhalten eine Mischkalkulation zwischen Viel- und Wenignutzern des ÖPNVs. Die Kosten des Mietertickets werden mit der Monatsmiete erhoben, wodurch für den Mieter keinerlei Aufwände für die Anschaffung des Tickets entstehen. Es ist nur bei Neuvermietungen oder kompletten quartiersbezogenen Neuvermietungen umsetzbar, da ein obligatorisches Mieterticket nach rechtlichem Grundsatz „pacta sunt servanda“ (lat.: Verträge müssen eingehalten werden, Vgl. § 145 BGB) nachträglich nicht einseitig in bestehende Mietverträge eingefügt werden darf. Eine sukzessive Einführung bei Neuvermietungen im Wohnungsbestand ist nicht möglich, da unterschiedliche Voraussetzungen und Verpflichtungen bei Bestands- und Neumieter als Diskriminierung gelten.

Die Integration des Solidartickets in allgemeine Mietverträge besteht über die gemeinsame Abrechnung mit der Grundmiete. Hier kann das Wohnungsunternehmen zur Kaltmiete einen zusätzlichen Beitrag aufschlagen. Im Gegenzug wird dem Mietvertragsnehmer das Mieterticket kostenlos überlassen. Dies wird nicht als zusätzliche Klausel in den Mietvertrag übernommen werden, sondern als freiwillige Leistung des Wohnungsunternehmens angeboten. Dadurch besteht rechtssicher eine einseitige Kündigungsmöglichkeit, falls das Angebot beendet werden soll. Eine Ticketübertragung soll nur auf Haushaltsmitglieder möglich sein, da sonst auch einzelne Nichtmieter des Wohnungsunternehmens an das Ticket gelangen können, wodurch Diskriminierungsgefahr besteht [Be05].

Der Aufbau eines funktionierenden Solidartickets erfordert eine intensive Kooperation zwischen Verkehrsdienstleister, Wohnungsunternehmen und Kommunen, bisweilen auch den Mietern. Da die Einrichtung eines solidarischen Mietertickets im Rahmen von neuen Wohnprojekten entsteht, ist es frühzeitig in die Planungen des Wohnquartiers einzubeziehen. Dabei sind durch das Wohnungsunternehmen und den Verkehrsdienstleister konkrete Vereinbarungen zum Tarifprodukt zu treffen. Zusatzleistungen, wie z.B. Fahrradmitnahme, sind sinnvoll. Das Wohnungsunternehmen übernimmt den Vertrieb und die Koordination des Angebotes. Der Mieter bekommt das

Mieterticket vom Wohnungsunternehmen ausgehändigt und gibt es nach Auszug an das Wohnungsunternehmen zurück. Das Wohnungsunternehmen erwirbt die Tickets im Vorfeld gesammelt beim Verkehrsdienstleister. Das Mieterticket ist vor allem für Wohngebiete attraktiv, bei denen eine hohe Affinität zum öffentlichen Verkehr vorherrscht und der Großteil der zukünftigen Bewohner nicht bereits andere, ermäßigte Tickets besitzt.

Die Einbindung des solidarischen Mietertickets in ein wohnstandortbezogenes Verkehrskonzept kann erheblich zum Erfolg des Mietertickets und des Verkehrskonzeptes beitragen. Hier ist die Kommune für verkehrliche und bauordnungsrechtliche Rahmenseetzungen verantwortlich. Dazu muss eine Möglichkeit zur Reduktion von Stellplätzen, sowie eine sehr gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr geschaffen werden.

Als erfolgversprechende Begleitmaßnahmen zählen zum Beispiel wie beim freiwilligen Modell (Vgl. Kap. 5.1) die Einrichtung von stationsgebundenem Carsharing (mit Elektrofahrzeugen) sowie ein stationsgebundener Fahrradverleih mit E-Bikes.

### **5.3 Sharingmodell**

Ticketsharing im ÖPNV orientiert sich an bestehenden Carsharing-Modellen. Dabei werden festgelegten Nutzergruppen (z.B. Bewohner eines Wohnquartiers oder auch einzelner Wohngebäude) übertragbare Netzkarten für den ÖPNV zur Verfügung gestellt, die von den Bewohnern nach Bedarf ausgeliehen werden können und mit allen Nutzern geteilt werden. Der Zugang ist auf die Bewohner der teilnehmenden Wohngebäude beschränkt und erfolgt über eine Zugangsmöglichkeit im Gebäude. Beim Ticketsharing können die Preisvorteile einer vergünstigten Netzkarte durch die Kostenverteilung auf alle Nutzer auch bei nur gelegentlichen Fahrten genutzt und somit Kosten gespart werden. Das Ticketsharing-Modell richtet sich vor allem an Nicht- oder Wenignutzer des ÖPNV, für die sich die Anschaffung einer eigenen Monatskarte finanziell nicht rechnen würde. Es ist für die Mieter dann attraktiv, wenn eine hohe Ticketverfügbarkeit vorherrscht. Der Erfolg und die Vorteile des Angebots sind nicht von der Gesamtticketanzahl oder einem Mindesterverb von Tickets abhängig. Dadurch eignet sich dieses Modell besonders bei einer gemischten Mieterstruktur sowie auch für einzelne Wohngebäude und Einzelvermieter. Es ist relativ einfach umsetzbar, sowohl im Bestand als auch bei Neuvermietungen. Die Einrichtung und Betreibung dieses Ticketmodells kann ohne Beteiligung der Kommune oder des Verkehrsdienstleisters erfolgen.

Aus rechtlichen Gesichtspunkten gibt es nur geringe bis keine Hürden bei der Einführung des Ticketsharing. Für alle Mieter der am Angebot beteiligten Häuser ist ein diskriminierungsfreier und sicherer Zugang sicher zu stellen. Weiterhin ist eine Abrechnung der Ticketnutzung durch das Wohnungsunternehmen zu gewährleisten, hierbei ist sowohl eine nutzungsabhängige Kostenverteilung als auch eine gleichmäßige Kostenverteilung auf alle teilnehmenden Mieter eines Hauses möglich. Eine Verpflichtung der Mieter zur Teilnahme am Ticketsharing ist nicht möglich (Vgl.

Solidarmodell). Aus diesem Grund ist für die teilnehmenden Bewohner ein exklusiver Zugang zu gewährleisten.

Zunächst muss im Wohngebäude durch den Vermieter eine Zugangsmöglichkeit installiert und betrieben werden, die den Zugang sowie die Ausleihe und Erfassung des Nutzers regelt. Je nach zu erwartender Ticketnutzung und Anzahl der teilnehmenden Haushalte muss eine entsprechende Anzahl an übertragbaren Netzkarten vom Vermieter erworben und zur Verfügung gestellt werden. Bei der Tarifgestaltung für die Mieter ist darauf zu achten, dass einerseits der Preis für die Dauernutzung unattraktiv hoch ist, um einen Missbrauch des Tickets als Monatskartenersatz und Dauernutzung durch einzelne Mieter zu verhindern und andererseits die Preise pro Ausgang geringer sind als die Preise für Einzelfahrkarten. Somit bietet sich hier ähnlich zum Carsharing ein zeitabhängiger Tarif mit oder ohne Grundgebühr an. Der Vermieter hat dabei die Möglichkeiten, die Kosten für die Anschaffung und Betrieb des Angebots auf die Nutzer umzulegen. Damit sich das Angebot für den Vermieter und für die Mieter lohnt, ist eine gewisse Mindestanzahl als teilnehmenden Haushalten pro Wohngebäude nötig. Für Wohnungsunternehmen mit mehr teilnehmenden Wohnhäusern gibt es keine Mindestanzahl an Teilnehmern pro Wohngebäude, da hier Wohngebäude mit mehr Teilnehmern solche mit weniger Teilnehmern ausgleichen und sich hier mehrere Wohngebäude ein Ticket teilen können.

Für den Erfolg des Ticketsharings werden begleitende Maßnahmen und eine Einbettung in ein Verkehrskonzept nicht vorausgesetzt, können aber in Kombination mit dem Mieterticket zur gegenseitigen Attraktivitätssteigerung beitragen. Insbesondere können den Mieterticketinhabern Sonderkonditionen (z.B. exklusiver Zugang, Erlass der Anmeldegebühr) bei den begleitenden Maßnahmen angeboten werden.

Als wesentliche begleitende Maßnahme bietet sich das quartiersbezogene Carsharing an: Das Wohnungsunternehmen stellt dem Carsharing-Unternehmen einen Stellplatz für ein Fahrzeug zur Verfügung, das Carsharing-Unternehmen sorgt dabei für einen exklusiven Zugang und spezielle Angebotskonditionen für die Mieter. Das Angebot eignet sich vor allem bei Neubauvorhaben, ist aber auch im Bestand realisierbar. Zum Aufbau des quartiersbezogenen Carsharing muss eine Kooperation zwischen Wohnungsunternehmen und einem Carsharing-Unternehmen getroffen werden. Bei Neubauprojekten und einer Einbettung in ein Verkehrskonzept sind dabei auch die Kommunen früh in die Planungen einzubeziehen, die eine Möglichkeit zur Reduktion der Stellplätze schaffen sollen. Dadurch können Finanzmittel im Rahmen der Stellplatzschaffung eingespart werden. Weiterhin kann zum Beispiel auch mit quartiersbezogenem Fahrradverleih (Vgl. Kap. 5.1) die Grundlage für ein multimodales Sharingangebot (Ticketsharing, Carsharing und Bikesharing) mittels einer gemeinsam genutzten Zugangskarte geschaffen werden.

## 6 Fazit

Mit der Schaffung von Mietertickets ergibt sich eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten, wird aber gegenwärtig trotz entsprechender Vorteile kaum in Mobilitätsstrategien betrachtet. Die entwickelten Modelle für Mietertickets, freiwilliges Modell, Solidarmodell und Sharingmodell, berücksichtigen unterschiedliche Gegebenheiten in unterschiedlichen Wohngebieten, Bestand oder Neubau sowie verschiedene weitere Einflussfaktoren. Damit bietet sich die Möglichkeit, ein Mieterticket in vielen Wohngebieten einzuführen. Für die Akteure ist insbesondere wichtig, dass ein konkreter Nutzen für alle Beteiligten entsteht, die Kosten im laufenden Betrieb gering gehalten werden und die Zuständigkeiten unter den jeweiligen Akteuren klar verteilt sind.

Modell	Freiwilliges Modell	Solidarmodell	Sharingmodell
Funktionsweise	Mindestabnahme an Tickets und direkte Rabattweitergabe optional	Mischkalkulation zwischen Viel- und Wenignutzern obligatorisch	Teilen einer übertragbaren Netzkarte durch Nutzergruppe optional
Ticketerwerb			
Rabatt gegenüber Jahresabopreis	gering	hoch	mittel bis sehr hoch
Zielgruppe	alle Mieter des Wohnungsunternehmens	alle Mieter des Wohnungsunternehmens oder Wohngebietes	Mieter einzelner Wohngruppen,
Einführung	Bestand und Neubaus stationsgebundenes Carsharing mit offenem Zugang	nur Neubau stationsgebundenes Carsharing mit offenem Zugang	Bestand und Neubau Wohnstandortbezogenes Carsharing
Weitere Maßnahmen (Auswahl)	offener Pedelec-Verleih	Wohnstandortbezogenes Carsharing offener Pedelec-Verleih	offener Pedelec-Verleih Wohnstandortbezogener Pedelec-Verleih

Tab. 1: Übersicht über die verschiedenen Mieterticketmodelle

Die Mietertickets bilden das Grundgerüst bei der Verknüpfung von Wohnen und Verkehr. Sie lassen sich gut mit weiteren Angeboten wie Carsharing mit Elektrofahrzeugen und Pedelec-Verleih kombinieren, über einen gemeinsamen Zugang (z.B. Mobilitätskarte) können Synergieeffekte genutzt und der Vertrieb sowie der Nutzerzugang vereinfacht werden. Ein großes Potenzial und die größtmögliche Flexibilität kann dabei ein multimodales Sharingangebot für ÖPNV, MIV und Rad bieten.

Die existierenden Beispiele und Initiativen in der Vergangenheit haben gezeigt, dass Mietertickets sich gut als wohnungsbezogenes Mobilitätsangebot anbieten und positive Effekte für alle Beteiligten erzielen, wenn notwendige Rahmenbedingungen wie ein guter und einfacher Zugang zum ÖPNV geschaffen werden. Die größten

Erfolgsaussichten versprechen sich die Autoren bei Einbettung in ein integriertes Verkehrskonzept, das beispielsweise auch infrastrukturelle Maßnahmen (wie die Anbindung ans regionale und überregionale Radwegenetz) oder ergänzende Services (u.a. Fahrgastinformationen in Echtzeit, Fahrplanaushänge, Fahrplan- und Verfügbarkeitsapps) enthält und dadurch für eine Attraktivitätssteigerung des Mietertickets sorgt. Aber es müssen die Anforderungen und Hemmnisse beachtet werden, um einen langfristigen Erfolg zu erzielen. Mit einer guten und intensiven Kooperation zwischen allen Akteuren sind Mietertickets eine vielversprechende Maßnahme des Mobilitätsmanagements.

## Literaturverzeichnis

- [Bä03] Bäumer, D. (2003). Mobilitätsservice für die VBW Bauen und Wohnen GmbH. In: U. Reutter & R. Penczek (Hrsg.), Mieterticket & Co. – Erfolgsfaktoren siedlungsbezogener Mobilitätsdienstleistungen, 8–14. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen.
- [Bä09a] Bäumer, D. (2009). Preiswerte ÖPNV-Tickets für Mieter und Bewohner bestimmter Quartiere oder Wohnungsbestände. [http://add-home.eu/docs/ILS\\_ticket\\_for\\_tenants\\_guidelines\\_DE.pdf](http://add-home.eu/docs/ILS_ticket_for_tenants_guidelines_DE.pdf), Abruf: 13.03.2015.
- [Bä09b] Bäumer, D. et.al. (2009). Mobility meets housing. [http://add-home.eu/docs/ADDDHOME\\_brochure\\_mobility\\_meets\\_housing\\_germany\\_final.pdf](http://add-home.eu/docs/ADDDHOME_brochure_mobility_meets_housing_germany_final.pdf), Abruf: 16.03.2015.
- [Be05] Berliner Mieterverein (2005). Wohnumfeld und Autos. <http://www.berliner-mieterverein.de/magazin/online/mm0305/030514.htm>, Abruf: 06.05.2015.
- [BGB15] BGB (2015). Bürgerliches Gesetzbuch. Berlin: Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz (Hrsg.). Letzte Änderung: 20.11.2015.
- [BGW16] BGW Bielefeld – Mieterticket. [http://www.bgw-bielefeld.de/fileadmin/downloads/Mieterticket\\_neu.pdf](http://www.bgw-bielefeld.de/fileadmin/downloads/Mieterticket_neu.pdf). Abruf: 13.02.2016
- [BK09] Bäumer, D. & Köllinger, C. (2009). Einführung – Das Projekt Add-Home. In: Reutter, U., et.al. (Hrsg.), Wohnstandortbezogenes Mobilitätsmanagement – Projektdokumentation des EU-Projektes Add Home, 2–3. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen.
- [BRR08] Bäumer, D., Reutter, U. & Reudenbach, L. (2008). Mobilität trifft Wohnen – Eine aussichtsreiche Begegnung. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen.
- [BS13] Bäumer, D. & Stiewe, M. (2013). Klimaverträglich mobil in Zeichen des demografischen Wandels – wie wohnen Mobilität bestimmt. In: Proceedings REAL CORP 2013, 475 – 484. Rom.
- [DR03] Dittrich-Wesbuer, A. & Reutter, U. (2003). Von der Idee zur Umsetzung – Erfolgsfaktoren siedlungsbezogener Mobilitätsdienstleistungen. In: U. Reutter & R.

- Penczek (Hrsg.), Mieterticket & Co. – Erfolgsfaktoren siedlungsbezogener Mobilitätsdienstleistungen, 8–14. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen.
- [Go07] Gogol, A. (2007). Evaluation zielgruppenspezifischer Mobilitätsdienstleistungen von Wohnungsunternehmen. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen.
- [MB15] moBiel GmbH & Bielefelder Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft mbH (2015). Bitte einsteigen – das BGW-Mieterticket für Bus und Bahn. <http://www.bgw-bielefeld.de/mieten-wohnen/lexikon-mieten-wohnen/m/mieterticket-fuer-bus-und-bahn.html>, Abruf: 13.11.2015.
- [Mo08] Mobilität in Deutschland (MID) (2008). Datenbasis der MID 2008. [www.mobilitaet-in-deutschland.de](http://www.mobilitaet-in-deutschland.de).
- [Mü03] Müller, G. (2003). Von der Reiseauskunft zum Mieterticket...Ideen und Anwendungsfelder des siedlungsbezogenen Mobilitätsmanagements. In: U. Reutter & R. Penczek (Hrsg.), Mieterticket & Co. – Erfolgsfaktoren siedlungsbezogener Mobilitätsdienstleistungen, 23–30. Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen.
- [VB15] VBW (2015). Das Mieterticket der VBW Bauen und Wohnen in Bochum. <http://www.vbw-bochum.de/service/rund-ums-wohnen>, Abruf: 13.11.2015.
- [Ve14] Verkehrsclub Österreich VCÖ – Mobilität mit Zukunft (2014). Wohnen bewegt Menschen. In: VCÖ-Magazin. – 6 (2014), 5, 1. Wien.
- [Zu13] Zurlinden (2013). Der Sihlbogen in Zürich-Leimbach. [http://www.bgzurlinden.ch/projekte/fileadmin/user\\_upload/Sihlbogen/Medien/Zuerich\\_2\\_14112013.pdf](http://www.bgzurlinden.ch/projekte/fileadmin/user_upload/Sihlbogen/Medien/Zuerich_2_14112013.pdf), Abruf: 06.05.2015.