

PHINEO-Förderprojekt

Nachhaltige Mobilität (NaMo) im Alpenraum

Evaluationsbericht für die Sektion Oberland des DAV e.V.

München, 20.12.2025



Ansprechpartnerin:

Ulrike Lierow
Sektion Oberland des DAV e.V., München
089-290709-644
ulrike.lierow@dav-oberland.de



Gutachterin:

Dr. Jessica Le Bris
experience consulting GmbH, München
01590-4289452
jessica.lebris@experience-consulting.de

experience^{...}

Förderung:

Das Projekt wird von PHINEO und der Chrysantil Stiftung im Rahmen der Initiative Mobilitätskultur gefördert.



Inhalt

1.	Projektkontext und Evaluationsrahmen des PHINEO-Projekts.....	1
2.	Modellregion Graswangtal & Aktionstage	4
3.	Mobilitätsangebot DAV-Mitfahrbankerl	11
4.	Lenkungskreis Nachhaltige Mobilität im Alpenraum	18
5.	Alpines Forum zur Nachhaltigen Mobilität	22
6.	Synthese und übergeordnete Erkenntnisse.....	25
7.	Verstetigungsperspektiven und Skalierung	29
8.	Wege in eine gemeinsame Mobilitätszukunft	32

1. Projektkontext und Evaluationsrahmen des PHINEO-Projekts

1.1 Hintergrund

Der Freizeitverkehr im Alpenraum und Alpenvorland hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der drängendsten Themen für Gemeinden, Verkehrsverbünde, Schutzgebiete, touristische Destinationen und zivilgesellschaftliche Akteure entwickelt. Staus, Parkplatzdruck, Belastungen sensibler Naturräume und steigende Besucherzahlen treffen auf zunehmende gesellschaftliche Sensibilität für Klimaschutzziele und nachhaltige Mobilität. Zugleich ist der Freizeit- und Bergsportverkehr stark emotional geprägt: Viele Menschen verbinden den Alpenraum mit Identität, Naturerleben und Erholung – und halten deshalb an vertrauten Mobilitätsmustern fest, selbst wenn Alternativen vorhanden wären. Gleichzeitig sind viele Ziele nur eingeschränkt oder gar nicht mit dem ÖPNV erreichbar. Genau in dieser Kombination aus emotionalen Bindungen und strukturellen Barrieren setzt das von der **CHRYANTIL-Stiftung** im Rahmen der **Initiative Mobilitätskultur / PHINEO** geförderte Projekt „**Nachhaltige Mobilität (NaMo) im Alpenraum**“ an.

Es umfasst vier ineinandergreifende Module:

- 1) **Modellregion Graswangtal** mit Aktionstagen/Mobilitätsformaten, Netzwerkaufbau und Sensibilisierungskampagnen
- 2) **Mitfahrbankerl** als niedrigschwelliges, symbolstarkes Angebot an rund 50 Standorten
- 3) **Lenkungskreis Nachhaltige Mobilität** zur politischen und administrativen Vernetzung sowie gemeinsamen Strategieausrichtung
- 4) **Alpines Forum** als Raum für Diskussion, Vernetzung und Wissensaustausch

Durch diese modulare Anlage verbindet das Projekt konkrete Mobilitätsangebote mit Kommunikationsarbeit, Akteursbeteiligung und strategischer Verankerung. Die vier Module sind Basis der vorliegenden Evaluation.

1.2 Zielsetzung des PHINEO-Projekts

Das Projekt verfolgt die übergeordnete Zielsetzung, klimafreundliche Mobilität im Alpenraum zu fördern und sichtbare Impulse für einen nachhaltigen Freizeitverkehr zu setzen.

Mit dem Projekt soll folgende Wirkung erzielt werden:

- Entlastung der Zielregionen
- Sensibilisierung von Bergaktivem
- Anschub der Verkehrswende im ländlichen Raum
- Vernetzung und Kooperation

Zudem soll die Übertragbarkeit in weitere Regionen geprüft werden.

Im Zentrum stehen dabei Bergaktive, Ausflügler*innen, Familien, Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, Einheimische. Und zugleich kommunale und touristische Akteure sowie Personen oder Initiativen,

die sich im Bereich der nachhaltigen Mobilitätsförderung engagieren, wie bspw. die Mitglieder der Projektgruppe Graswangtal.

1.3 Ziel der Evaluation

Die Evaluation erfüllt vor allem zwei Funktionen:

- 1) Wirkungstransparenz gegenüber PHINEO – pro Modul, als integrierter Handlungsansatz sowie mit Blick auf übergeordnete Erkenntnisse
- 2) Entwickeln nächster konkreter Schritte für Verfestigung und Skalierung sowie strategische Standortbestimmung des Alpenverein München & Oberland im Themenfeld nachhaltige Freizeitmobilität

1.4 Methodik der Evaluation

Die Evaluation kombiniert qualitative und dokumentenanalytische Ansätze, um ein umfassendes Bild der Wirkung, der internen und externen Wahrnehmung sowie der Entwicklungsdynamik des Projekts zu zeichnen.

Bausteine der Evaluation

- a) Dokumenten- und Materialanalyse (November 2025) inkl. Konzeptpapiere, Planungsunterlagen Protokolle, Projektkarten, Kommunikationsmaterialien, Clippings, SoMe-Reports, Zwischenberichte
- b) Online-Reflexionsworkshop der Projektgruppe Graswangtal (20.11.2025)
- c) Interview mit touristischen Akteuren des Projektmoduls Mitfahrbankerl (27.11.2025)
- d) Strategisches Experteninterview mit Projektassoziierten (08.12.2025)
- e) Reflexionsinterview mit der DAV-Sektion Oberland (11.12.2025)
- f) Nutzerbefragung zum Mitfahrbankerl der Universität Passau im Rahmen des EU-Projektes Degree4Alps (November 2025)

Analytischer Rahmen

Die Wirkungsanalyse orientiert sich grundsätzlich an der PHINEO-Wirkungstreppe (Input → Aktivitäten → Output → Outcome → Impact). Diese Struktur ermöglicht eine systematische Zuordnung von Ergebnissen und Wirkungen. Bei den Modulen Modellregion Graswangtal und Mitfahrbankerl wurden die im Projekt beobachtbaren Wirkungen außerdem nach folgenden Dimensionen differenziert:

- 1) Wirkungen bei den Endverbraucher*innen
- 2) Strukturelle Wirkungen
- 3) (Aktivierende) Wirkungen bei den beteiligten Akteuren

Die Evaluation stützt sich überwiegend auf qualitative Daten. Dies entspricht der Natur des Projekts: Veränderungen im Mobilitätsverhalten sind langfristige Prozesse und lassen sich in frühen Projektphasen nur eingeschränkt quantitativ erfassen. Wirkung entsteht zunächst durch Informationsaufnahme, Sensibilisierung

und Einstellungsänderungen; konkrete Verhaltensänderungen (z. B. andere Anreisemuster oder die regelmäßige Nutzung neuer Angebote) treten erfahrungsgemäß erst deutlich später ein. Die Evaluation bildet diese frühen Wirkprozesse daher vor allem qualitativ ab und macht sichtbar, wo Wahrnehmungen, Haltungen und Kooperationsstrukturen in Bewegung geraten sind – als notwendige Voraussetzung für messbare, langfristige Verhaltensänderungen.

Aufbau

Zunächst werden die einzelnen Projektmodule separat betrachtet – jeweils mit Projektskizze, Wirkungsanalyse und modulbezogenen Empfehlungen. Viele dieser Empfehlungen hat der DAV bereits in seiner eigenen konzeptionellen Weiterentwicklung formuliert; zur besseren Übersicht werden sie im Bericht dennoch vollständig dargestellt. Anschließend folgt eine Synthese der übergeordneten Erkenntnisse aus der Evaluation mit Blick auf zentrale Erfolgsfaktoren und bestehende Risiken.

Der Bericht schließt mit der Ableitung von Verstetigungs- und Skalierungsperspektiven ab, die aufzeigen, wie die begonnenen Ansätze langfristig weitergeführt und in andere Regionen übertragen werden können.

Die verwendeten Zitate – farblich markiert – stammen alle aus den durchgeföhrten Leitfadeninterviews bzw. dem Online-Workshops.

2. Modellregion Graswangtal & Aktionstage

2.1 Projektskizze Modellregion Nachhaltige Mobilität im Graswangtal & Aktionstage



Ausgangslage

Das Graswangtal ist eine landschaftlich und kulturell herausragende Region im Landkreis Garmisch-Partenkirchen und steht beispielhaft für die Herausforderungen vieler alpiner Gebiete: hoher Ausflugsverkehr, begrenzte Park- und Verkehrskapazitäten, sensible Ökosysteme und eine wachsende Vielfalt an Besucher*innen. Vor diesem Hintergrund wurde das Tal 2023 als Modellregion ausgewählt.

Zentral war dabei der Ansatz, Mobilität kontinuierlich zu kommunizieren und insbesondere praktisch erlebbar zu gestalten: Probefahrten, Beratung und persönliche Gespräche sollten den Beteiligten ermöglichen, Mobilität als Erfahrungsraum zu erleben. Die Aktionstage und die kontinuierliche Arbeit der Projektgruppe bildeten den Kern eines „Mobilitätslabors“, das Lernen, Testen und Vernetzen gleichermaßen ermöglichte.

Ziele des Projekts im Graswangtal

Das Modellgebiet verfolgt sechs Kernziele:

1. Klimafreundliche Mobilität im Alpenraum stärken & Regionen vor Ort entlasten
2. Naturverträgliche Besucherlenkung unterstützen
3. Zielgruppe der Bergaktivisten, Besucher*innen & Einheimischen sensibilisieren
4. Innovative Mobilitätsmaßnahmen modellhaft erproben
5. Wirksame Lösungen evaluieren & übertragbar machen
6. Regionale Akteure vernetzen & Kooperationen ausbauen

Zitat: „Die Gruppe selbst ist ein riesiger Mehrwert. Wir wollen das Format unbedingt weiterführen.“

Beteiligte Akteure in der Projektgruppe

Die Projektgruppe vereint ein breites Spektrum von Organisationen: Energieversorger (Ammer-Loisach Energie), soziale Einrichtungen (Kitas, Familieninitiativen, Bewegung und Begegnung e.V.), touristische Betriebe (Aura-Hotel, Fahrradverleihs), Mobilitätsentwickler (Escalador = geländegängige Rollstühle), Naturpark Ammergauer Alpen, ADFC, Verwaltung (Gemeinde Ettal, Mobilitätsmanagement des Landratsamtes) sowie Ehrenamtliche unter Leitung des DAV München & Oberland. Diese Vielfalt wurde von den Teilnehmenden immer wieder als große Stärke hervorgehoben, da sie Perspektiven zusammenbrachte, die sonst selten gemeinsam arbeiten.

Zitat: „Die Kombination der Beteiligten gibt es so sonst nirgendwo.“

Zentrale Aktivitäten (2024 – 2025)

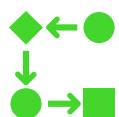
Die Arbeit der Projektgruppe umfasste bislang:

- **Durchführung zweier Aktionstage (2024 & 2025)** inkl. gemeinsamer Umzug über die temporär gesperrte Staatsstraße, Probefahrten, Testgeräte, Rallye-Elemente inkl. Gewinnspiel, interaktive Informationsstände mit Beratungsangeboten, Sichtbarmachen bestehender Mobilitätsangebote wie die Freizeitlinie 9624, E-Car-Sharing), Optimierung des Flächenkonzepts im Jahr 2025
- **Kontinuierliche Treffen der Projektgruppe**
- **Abstimmungen mit Behörden**, u.a. Regierung von Oberbayern/Höhere Naturschutzbehörde, Landratsamt GAP, Gemeindeverwaltungen Oberammergau und Ettal)
- **Kommunikationsmaßnahmen** (alle sektionseigenen Kanäle, Plakate, Presse, Rundfunk, Fachmagazine)



Bilder 1: Impressionen der Aktionstage

2.2 Prozess zur Auswahl der Modellregion



Die Auswahl des Modellgebiets erfolgte in einem strukturierten, mehrstufigen Verfahren.

In einem ersten Schritt wurde der gesamte bayerische Alpenraum gesichtet und ca. 15 möglichen Modellregionen ins Auge gefasst. Anhand eines **klar definierten Kriterienkatalogs** wurden diese Regionen analysiert und bewertet. Dieser umfasste unter anderem:

- ökologische Sensibilität und Schutzstatus
- bestehende Verkehrs- und Besucherdrucksituation
- vorhandene Partnerlandschaft und Kooperationsbereitschaft
- politische Offenheit und erwartbare Entscheidungswege
- logistische Machbarkeit (z. B. Sperrkonzepte, Anreisealternativen, Flächenverfügbarkeit)
- Konfliktpotenziale und Akzeptanzrisiken
- Anschlussfähigkeit an bestehende Mobilitäts- und Tourismusstrukturen

Insgesamt wurden acht potenzielle Modellregionen benannt und das weitere Auswahlverfahren im Rahmen eines sektionsinternen Workshops durchgeführt. Die Gebiete wurden vorgestellt, bepunktet, qualitativ diskutiert und schließlich priorisiert. Bereits im Workshop aber insbesondere in den anschließenden Akquisitionsgesprächen vor Ort zeigte sich, dass die Regionen zwar alle grundsätzlich geeignet waren, jedoch teils auch klare **Hinderungsgründe** aufwiesen, darunter:

- fehlende politische / administrative Rückendeckung auf Gemeinde- oder Landkreisebene
- geringe Reaktionsbereitschaft oder mangelnde Ressourcen zentraler Akteure
- bestehende oder erwartbare Konfliktlagen (z. B. Verkehrs- und Parkraumkonflikte, Widerstand durch touristische Wirtschaftsbetriebe bzw. komplexe Eigentümergemeinschaften)
- fehlende Kooperationsstrukturen / unklare Zuständigkeiten vor Ort
- Vorbehalte gegenüber temporären Aktionen

Das Graswangtal erfüllte die Kriterien gemeinsam mit zwei, drei anderen Regionen insgesamt am besten. Ausschlaggebend für die tatsächliche Umsetzung im Graswangtal waren insbesondere die hohe Bereitschaft des Naturparks Ammergauer Alpen inkl. deren Aktivitäten zur Reduzierung des MIV, der Bürgemeister*in der betroffenen Kommunen und weiterer lokaler Akteure kombiniert mit einem deckungsgleichen Problembewusstsein im Tal. Damit bot die Region eine realistische Grundlage für ein modellhaftes Vorgehen.

Lernprozesse aus der Umsetzung:

Die spätere Projektarbeit zeigte deutlich, wie anspruchsvoll der Aufbau einer Modellregion ist.

Die Genehmigungsprozesse mit Regierung von Oberbayern, dem Landratsamt GAP sowie der Gemeinde Oberammergau machten umfangreiche Abstimmungen notwendig. Die Planung eines autofreien Aktionstags erforderte detaillierte Konzepte zur alternativen Anreise, Flächenorganisation, Sicherheit, Barrierefreiheit und Kommunikation.

Diese Erfahrungen verdeutlichen: Die Entscheidung für nur eine Modellregion war nicht Ausdruck begrenzter Ambition, sondern Ergebnis eines realistischen Umgangs mit Komplexität und Ressourcen. Ein funktionierendes Modellgebiet im Alpenraum erfordert Zeit, stabile lokale Verankerung und intensives Projektmanagement.

2.3 Wirkungsanalyse Modellregion Graswangtal & Aktionstage



2.3.1 Kurze Einordnung nach der PHINEO-Wirkungslogik

Gemäß der PHINEO-Wirkungstreppe zeigt das Modul folgende Entwicklungen:

- **Output:** zwei durchgeführte Aktionstage, zahlreiche Probefahrten, hohe Besucherzahlen, Beratungsgespräche, Kommunikationsmaterialien, wachsende mediale Aufmerksamkeit.

- **Outcome (früh):** gesteigerte Sichtbarkeit nachhaltiger Mobilität, positive Erst-Erfahrungen, veränderte Wahrnehmungen der bestehenden örtlichen Mobilitätsangebote inkl. Linie 9624, neue Kooperationsbeziehungen, zunehmende Eigeninitiative der Akteure.
- **Impact (potenziell):** langfristige Veränderung des Mobilitätsdiskurses im Tal, ggf. dauerhafte Sperrung der Arme-Seelen-Straße über die Aktionstage hinaus, mögliche Verfestigung eines jährlichen Formats, Entwicklung neuer Infrastrukturideen.

Die nachfolgende differenzierte Wirkungsanalyse vertieft diese Outcomes.

2.3.2 Wirkungseffekte bei Endnutzer*innen der Modellregion Graswangtal & Aktionstage

Die Aktionstage richteten sich explizit an Vereinsmitglieder, Ausflügler*innen, Übernachtungsgäste und Einheimische. Sie fungierten als niedrigschwelliger Zugang zur nachhaltigen Mobilität und erzeugten verschiedene Wirkungsformen.

a) Bewusstseinsbildung: Mobilität wird bei den Aktionstagen sichtbar und konkret

Viele Besucher*innen nahmen erstmals wahr, dass alternative Mobilitätsformen im Tal existieren. Informationsstände und persönliche Beratung schafften Zugänge, die über rein digitale Kommunikation hinausgehen. „*Ich wusste gar nicht, dass man hier mit dem Bus herkommt.*“ „*Man hat gesehen: Es gibt Alternativen. Man muss nicht immer das Auto nehmen.*“ Die Sichtbarkeit der Linie 9624 wurde spürbar erhöht. Teilnehmende berichteten, dass sie erstmals bewusst über deren Nutzung nachdachten. „*Viele Besucher sind nur wegen des Aktionstags überhaupt auf die Linie aufmerksam geworden.*“

b) Positive Erfahrungen durch Ausprobieren

Die Möglichkeit, Lastenräder, E-Bikes oder inklusive Mobilitätsgeräte selbst zu testen, führte zu einer hohen emotionalen Resonanz. „*Ich hätte nie gedacht, dass wir so viele Menschen erreichen – besonders Familien mit kleinen Kindern. Die Begeisterung war unglaublich.*“ Diese positiven Erst-Erfahrungen — Freude, Staunen, Überraschung — bildeten die Grundlage für mehr Offenheit gegenüber alternativen Mobilitätsformen.

c) Nachfrage & Interesse

Während und nach dem ersten Aktionstag gab es gezielte Nachfragen zu Routenvorschlägen, Verleihmöglichkeiten, inklusiven Mobilitätsangeboten, ÖPNV Fahrplänen. Diese Nachfragen zeigen deutlich den Übergang von erster Wahrnehmung zu konkreter Intentionsbildung. Die Aktionstage wurden stark von Familien aufgesucht; neue Techniken (autonomes Shuttle) und inklusive Angebote (geländegängige Rollstühle) weckten besonderes Interesse.

d) Lokaler Diskurs

Die Aktionstage fanden hohe Aufmerksamkeit in Medien und sozialen Netzwerken, durch Plakate, Social-Media-Kommunikation, Presse- und Rundfunkberichterstattung sowie die Integration lokaler Informationskanäle. Akteure berichten, dass im Anschluss im Tal vermehrt über Busnutzung, E-Bikes oder Lastenräder gesprochen wurde - quer über Generationen hinweg.

2.3.3 Strukturelle Wirkungen & Governance der Modellregion Graswangtal & Aktionstage

Strukturelle Wirkungen beschreiben jene Veränderungen, die sich in den Beziehungen, Prozessen, Rollen und Strukturen zeigen – und damit zentrale Voraussetzungen für eine langfristige Verfestigung schaffen.

a) Aufbau eines stabilen, vielfältigen Netzwerks

Eines der stärksten Ergebnisse des Projekts ist die Entstehung eines funktionierenden und engagierten Netzwerks, in dem ehrenamtliche Initiativen und Fachakteure gemeinsam gestalten. Kooperationen, die zuvor nicht existierten, entstanden: Kita + ADFC, Aura-Hotel + Escalador, Naturpark + Betriebe. Kooperation ist selbst eine Wirkung. Das Netzwerk wird als „Mehrwert an sich“ beschrieben.

b) Gemeinsames Problembewusstsein

Durch die regelmäßigen Treffen entstand ein klarer Blick auf die Herausforderungen und Möglichkeiten der Freizeitmobilität. Verschiedene Akteure setzen Mobilität nun nicht mehr mit „Verkehr“ gleich, sondern begreifen sie als gesellschaftliches Gestaltungsfeld.

c) Gemeinsames Lernen und Planen

Die Gruppe erweiterte gemeinsam ihr Wissen zur Gestaltung von Flächen für Events, Besucherlenkung, Einsatz von Kommunikationsmaterialien sowie dem Zusammenspiel von Mobilitätsangeboten und ÖPNV.

d) Stärkung der Zusammenarbeit und lokaler Governance im Tal

Das Modellgebiet entwickelte sich zu einem kooperativen Gestaltungsraum. Das Modellprojekt führte zu einer impliziten Rollenfindung und Verantwortung: Akteure sehen sich zunehmend als „*Mobilitätsgestalter*innen im Tal*“. „*Wir sind die Runde, die das Thema hier im Tal wirklich trägt.*“

2.3.4 Wirkungen bei beteiligten Akteuren der Modellregion Graswangtal & Aktionstage

Diese Kategorie beschreibt den Wandel bei jenen Akteuren, die bereits vor Beginn des Projekts engagiert waren und sind.

a) Motivation & Selbstwirksamkeit

Viele Akteure berichten, dass sie durch das Projekt das Gefühl gewonnen haben, tatsächlich Einfluss nehmen zu können: „*Wir können etwas bewegen – und das fühlt sich gut an.*“ Dieses gestärkte Selbstverständnis ist ein zentraler Motor für Verstärkung.

b) Neue Perspektiven und Lerneffekte

Das Projekt wurde wiederholt als „Augenöffner“ beschrieben. „*Es ist nicht nur ein Aktionstag – es ist ein Labor, in dem wir lernen, wie Mobilität sich wirklich verändert.*“ Dazu wurden im Laufe der gemeinsamen Planung und Durchführung konkrete Lerneffekte sichtbar, wie z.B. Wissen über Flächenkonzepte, Layout & Verortung bei der Durchführung öffentlicher Events, Umgang mit Verkehrsflüssen. Die Akteure entwickelten außerdem ein feineres Verständnis für die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen, die Bedeutung inklusiver Mobilität und Kommunikation.

c) Entstehung konkreter Anschlussideen

Im Anschluss an die Aktionstage wurden erste, weitere Projektideen diskutiert, darunter inklusive Mobilitätsstation, regelmäßige Testtage - auch im Ortszentrum, engere Zusammenarbeit mit Schulen.

d) Identitätsbildung & Commitment

Viele Beteiligte begreifen sich inzwischen als Teil eines längerfristigen Veränderungsprozesses: „*Mobilitätsgestalter*innen im Tal*“, stolz, Teil eines Pilotprojekts zu sein, wachsendes Verantwortungsgefühl gegenüber der Region. Dies sind starke Indikatoren für Transformationspotenzial.

2.3.5 Herausforderungen der Modellregion Graswangtal & Aktionstage

a) Abhängigkeit vom Ehrenamt - Die Umsetzung basiert auch auf umfangreichem freiwilligem Engagement.

Risiko: Wegfall einzelner Schlüsselpersonen kann Wirksamkeit deutlich reduzieren.

b) Begrenzte Ressourcen für Kommunikation & Verstetigung - Professionelle, kontinuierliche

Kommunikationsarbeit war nur eingeschränkt möglich. Risiko: Gute Formate verlieren an Sichtbarkeit und Wirkung.

c) Komplexe Abstimmungsprozesse im Tal - Zuständigkeiten verteilen sich auf Gemeinden, Landkreis,

(Naturschutz-)Behörden und einflussreiche Stakeholder wie das Kloster Ettal und Schloss Linderhof.

Risiko: Verzögerungen, Unsicherheiten, begrenzte Steuerbarkeit.

d) Zu definierende Rollen und Verantwortlichkeiten für die Zukunft - Die Projektgruppe ist stark motiviert und die zukünftige Anbindung an den Naturpark Ammergauer Alpen ein erster wichtiger Schritt, die Strukturen zu formalisieren. Risiko/Chance: Der Naturpark Ammergauer Alpen sollte diese Rolle nicht nur für den Übergang, sondern längerfristig einnehmen.

e) Hemmnisse bei Endnutzer*innen - ÖPNV und neue Mobilitätsformen sind teils unbekannt oder werden als unattraktiv wahrgenommen. Risiko: Verhalten ändert sich langsamer, als die Angebote es ermöglichen würden.



2.4 Modulbezogene Weiterentwicklungen und Empfehlungen für die Modellregion Graswangtal & Aktionstage

1) Kommunikation weiter stärken

- Sichtbarkeit im Ort erhöhen: Da Plakatieren im öffentlichen Raum nur äußerst begrenzt möglich ist, sollten Werbeflächen an den Zufahrtstraße zu Ortschaften stärker genutzt werden (Platzierung in Verkehrsströmen)
- Storytelling-Formate nutzen
- Auffälligkeit der Plakate weiter erhöhen

2) Aktionstage als Format verstetigen

- Jährliches Kernformat, ergänzt durch Mini-Aktionen: also kleinere, zielgruppenspezifische Aktionen, die das Thema im Jahresverlauf präsent halten
- Flächenkonzept weiter optimieren und kompakter auch im Ort gestalten
- Rallye-/Gewinnspielformate als "Zugpferd" weiterentwickeln bzw. ausbauen
- Follow-Up-Kommunikation einplanen („Wie geht es weiter?“)

3) Projektgruppe etablieren

- Projektgruppe als regionales Mobilitätsgremium weiter etablieren
- Rollen / Zuständigkeiten (neu) definieren: Familienmodul, Bergsportmodul, Inklusion, (Zukunfts-)Technik, Kommunikation ...
- Moderation längerfristig sichern
- Mikro-Fördermittel für kleine Initiativen oder Maßnahmen prüfen
- Ehrenamtliche Arbeit und Motivation als großes Pfund, aber keinen Selbstläufer verstehen und stabile Potenziale zur Verstetigung fördern

4) ÖPNV-Sichtbarkeit und Verknüpfung vertiefen

- ÖPNV-Infos weiter gezielt verbreiten, After-Event-Kommunikation:
„So geht's mit Bus 9624 in die Berge“
- Kooperation mit Verkehrsverbünden MVV / DB Regio / RVO intensivieren
- Bus-„Erlebnisvermittlung“ fördern (Videos, kurze Clips)

5) Inklusion & Familienangebote ausbauen

- Diese Zielgruppen wirken als Multiplikatoren
- Kooperationen weiter ausbauen / sichtbar machen (Aura-Hotel, Escalador, Kita)

6) Zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahmen über weitere Kooperationen

- Unternehmen und Mitarbeitende (Einheimische) aktivieren über Maßnahmen und Angebote des Betrieblichen Mobilitätsmanagements, z.B. Integration des Aktionstags als Betriebsausflug
- Schulen integrieren, um Sozialisierungsprozesse und die Multiplikatorenwirkung innerhalb der sozialen Netzwerke zu nutzen (z.B. Rallye, Exkursionen mit Schulgruppen)

7) Monitoring Aktionstage ausbauen

- QR-Codebasierte Kurzfeedback integrieren: „Wie sind Sie heute angereist?“
- kurze Interviews mit 10–15 Personen pro Aktionstag
- einfache Kenngrößen erfassen (Beratungsgespräche, Tracking von Probefahrten (nicht personenbezogen))

8) Mobilitätsstationen im Graswangtal prüfen

- Prüfung der Perspektiven und Optionen von Mobilitätsstationen im Graswangtal inkl. Informationsstand / Infopoint, Verleih inklusiver Angebote, E-Bike-/ Lastenradangebote

3. Mobilitätsangebot DAV-Mitfahrbankerl

3.1 Projektskizze DAV-Mitfahrbankerl



Ausgangslage

Das DAV-Mitfahrbankerl ist eine niedrigschwellige Maßnahme zur Förderung spontaner Mitfahrtgelegenheiten im ländlich-alpinen Raum. Die Funktionsweise ist bewusst einfach gestaltet: Eine klar gekennzeichnete Bank signalisiert den Wunsch nach Mitnahme in eine bestimmte Richtung — ganz ohne App, Registrierung oder technische Infrastruktur. Durch diese Einfachheit entsteht ein Mobilitätsangebot, das sowohl sozial als auch kulturell wirkt und zugleich ein sichtbares Zeichen für gemeinschaftliche Mobilität setzt.

Die DAV-Mitfahrbankerl wurden ausschließlich an Wanderparkplätzen installiert. Sie sollen insbesondere die Rückfahrt erleichtern – jenen Teil der Tour, der für Wandernde und Ausflügler*innen häufig schwerer planbar ist als die Hinfahrt. Bislang wurden rund 50 Bankerl in Gemeinden und gemeindefreien Gebieten installiert. Sie sind sichtbar platziert, mit Hinweisschildern und Informationen zum Projekt versehen und werden vor Ort durch Touristiker*innen, Kommunen und Ehrenamtliche kommuniziert.

Ziele des Moduls

- Niedrigschwellige Alternativen zur PKW-Nutzung schaffen.
- Spontane Fahrgemeinschaften fördern — ohne App, ohne Registrierung.
- Mobilitätskultur verändern, indem Mitfahren sichtbarer und akzeptierter wird.
- Lokale Gemeinschaft stärken — Begegnung, Gesprächsanlässe, nachbarschaftliche Verbindungen
- Aufmerksamkeit für Mobilität als Thema erhöhen
- Tourismus, Gemeinden und DAV enger miteinander verbinden

Beteiligte Akteure

Beim Mitfahrbankerl wirk(t)en verschiedene Gruppen mit: Gemeinden (Bürgermeister, Tourismus, Bauhöfe), Bayerische Staatsforsten, Tourismusverbände auf Landkreis- und kommunaler Ebene, Ehrenamtliche, DAV-Projektteam, DAV-Schwesterverbände, lokale Betriebe (Bankerlproduzent) und Private. Die Rollen sind klar verteilt: Kommunen, Bayerische Staatsforsten und Private stellen Standorte bereit, der Alpenverein München & Oberland liefert die Bankerl, Beratung, überregionale Kommunikation, lokale Beratung und Material zur Öffentlichkeitsarbeit. Das Marketing wurde vom Alpenverein facettenreich begonnen und vom regionalen und örtlichen Tourismus ergänzt.

Zentrale Aktivitäten (2024-2025)

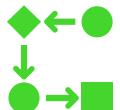
Die Umsetzung des Mitfahrbankerls umfasste bis dato folgende Kernaktivitäten:

- **Standortauswahl mit Gemeinden und Tourismus** – gemeinsame Auswahl stark frequentierter, gut sichtbarer Standorte auf Wanderparkplätzen / an Tourenausgangspunkten; enge Abstimmung zwischen Grundeigentümer*innen, Kommunen/Tourismusorganisationen und DAV

- **Installation der Mitfahrbankerl** – Produktion, Lieferung, Aufbau und Beschilderung von über 50 Bankerl durch beauftragte Zimmerei
- **Kommunikationsmaßnahmen** - Bereitstellung von Informationsmaterialien durch den DAV (Plakate, Erklärskizzen, kurze Erläuterungstexte) und Verbreitung über DAV-Kanäle, lokale Kanäle der Gemeinden und Tourismusverbände, Presse, Rundfunk, Fachmagazine, DB-Regio
- **Einbindung Ehrenamtlicher** – im Aufbau sind die Entwicklung von Bankerl-Patenschaften und ggf. darüber hinausgehend gemeinsamer Aktionen zur Wartung / Sauberhaltung der Standorte
- **Laufender Austausch und Weiterentwicklung** ab Wandersaison 2026 - Regelmäßige Rückmeldungen aus den Gemeinden zur Nutzung, Sichtbarkeit und Standortoptimierung; Ableitung erster Ideen zur Weiterentwicklung (digital, kommunikativ, räumlich sowie weitere Mobilitätsangebote)



Bilder 2: Mitfahrbankerl



3.2 Prozess zur Standortauswahl der DAV-Mitfahrbankerl

Die Standortauswahl der Mitfahrbankerl folgt einem systematischen, durch den Lenkungskreis Nachhaltige Mobilität befürworteten Verfahren. Nach der überregionalen Zustimmung wurde ein mehrstufiger Akquisitionsprozess umgesetzt: zunächst über die Landkreise bzw. deren Tourismusverbände, darauf folgte regional gebündelt die Vorstellung des Projektes für relevanten Kommunen bzw. im Einzelfall die direkte Ansprache von Bürgermeister*innen / Kommunen. Dieses Vorgehen stellte eine breite und nachhaltige regionale Verankerung sicher.

Im Anschluss fanden in allen beteiligten Kommunen Vor-Ort-Begehungen statt. Die jeweiligen Wanderparkplätze waren bereits als Standorte abgestimmt und festgelegt; vor Ort wurde daher die exakte Positionierung der Bankerl abgestimmt. Die Standortwahl orientierte sich an Kriterien wie klarer Sichtbarkeit, sicherer Platzierung im Verkehrsraum sowie Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zwischen Anbieter*- und Nutzer*innen – im Einzelfall mussten aufgrund äußerer Zwänge Kompromisse gefunden werden. Für jeden Standort wurde zudem eine Nutzungsvereinbarung abgeschlossen, was die Governance stärkte und klare Verantwortlichkeiten herstellte.

Die Installation erfolgte in Zusammenarbeit mit einer regionalen Zimmerei sowie kommunalen Bauhöfen. Aufgrund des hohen Interesses mussten Standorte priorisiert werden, da die Nachfrage der Gemeinden das verfügbare Budget deutlich überstieg. Alle Standorte wurden dokumentiert und für die digitale Nutzung aufbereitet, sodass sie neben der sektionseigenen Webseite in ersten Mobilitäts- und Tourenapps zu finden sind (Google Maps, Komoot, alpenvereinaktiv).

Hinderungsgründe im Prozess zeigten sich vor allem dort, wo

- bauliche / naturräumliche Gegebenheiten eine sichere oder sichtbare Platzierung verhinderten,
- unklare kommunale Zuständigkeiten oder komplexe Anforderungen der Administrativen maßgebliche Verzögerungen auslösten,
- oder fehlende Zustimmungen der Eigentümer*innen die Umsetzung verhinderten.

Lernprozesse aus der Umsetzung:

Der Prozess zeigte, dass eine frühzeitige Ansprache politischer Entscheidungsträger*innen entscheidend ist, um Priorität und Akzeptanz zu sichern. Vor-Ort-Begehungungen erweisen sich als zentraler Erfolgsfaktor, da sich viele Standortentscheidungen erst durch die konkrete räumliche Situation bzw. Nutzung klären lassen. Zudem wurde über das persönliche Kennenlernen der Kontakt / die Kooperation mit den lokal Verantwortlichen vertieft. Deutlich wurde zudem auch in ersten Umfragen zum Projekt Mitfahrbankerl, dass die digitale Auffindbarkeit der Standorte ein wesentlicher Hebel für Sichtbarkeit und Nutzung ist und sich die frühzeitige Kooperation mit verschiedenen Anbietern von Touren- und Mobilitäts-Apps bewährt.



3.3 Wirkungsanalyse DAV-Mitfahrbankerl

3.3.1 Kurze Einordnung nach der PHINEO-Wirkungslogik

- **Output:** bis dato über 50 installierte Mitfahrbankerl, Material- und Kommunikationspakete, Präsentation in unterschiedlichen Medien, bei Mobilitätsanbietern und auf Veranstaltungen (u. a. Alpines Forum zur Nachhaltigen Mobilität, Citizens Lab der IAA), lokale Informationskampagnen, visuelle Präsenz durch einheitliche, auffällige Gestaltung
- **Outcome (früh):** erhöhte Aufmerksamkeit für Fahrgemeinschaften und Alternativen zum Auto, konkrete Gespräche im Ort über nachhaltige Mobilität, positive Resonanz von Gemeinden und Tourismus, erste Nutzungserfahrungen, neue kulturelle Offenheit für Mitfahrkonzepte
- **Impact (potenziell):** Sensibilisierung für und Wandel hin zu gemeinschaftlicher Mobilität, Etablierung eines standardisierten Mobilitätsbausteins für ländliche Regionen, Stärkung der lokalen Mobilitätsprofile

3.3.2 Wirkungseffekte bei Endnutzer*innen des DAV-Mitfahrbankerls

Die Wirkung des Mitfahrbankerls entfaltet sich vor allem über Wahrnehmung, Symbolkraft und emotionale Zugänglichkeit. Das Angebot ist sehr niedrigschwellig und einfach in der Nutzung.

a) Sensibilisierung für gemeinsame Mobilität

Bürger*innen nahmen das Bankerl erstmals als Anlass wahr, über spontane Mitfahrgelegenheiten nachzudenken. „*Die Leute fragen: Was ist das genau? Und dann reden wir sofort über Mobilität.*“ Das Bankerl fungiert als sichtbares Zeichen, dass Mobilität nicht ausschließlich individuell gedacht werden muss.

b) Gesprächsanlässe und Diskursverschiebung

Bürger*innen nutzen das Bankerl (oder allein die Tatsache, dass es dort steht), um über Mobilität zu sprechen: über Alternativen zum Auto, über Fahrgemeinschaften, über Verkehr im Ort.

„*Das Bankerl sind ein Türöffner. Die Leute kommen darüber mit uns ins Gespräch — über Mobilität, über das Dorf, über Alternativen.*“

c) Vertrauensbildung durch Einbettung in die DAV Community

Die Verbindung zum Alpenverein und die Nutzung innerhalb der Bergsportcommunity schafft Vertrauen zwischen Fahrer* und Mitfahrer*innen und das Gefühl, Teil einer Gruppe zu sein. Für spontane Mitfahrten ist dies ein zentraler Faktor.

d) Erste Nutzerbefragungen

Ein Großteil der Bankerl wurde im 3. und 4. Quartal 2025 installiert, so liegen aktuell auch noch keine umfassenden Daten vor. Aber Kommentare und Erzählungen konnten aufgegriffen werden, wie etwa „*Es hat funktioniert.*“, „*Ich wurde wirklich abgeholt!*“ Derartige Erlebnisse, ob öffentlich oder privat geteilt, können positive Effekte nach dem Schneeballprinzip auslösen. Zudem wurde durch die Universität Passau eine erste Umfrage zur Nutzung der Bankerl durchgeführt, die insgesamt sehr positiv ausfiel: Ein Großteil der Teilnehmenden kann sich eine Nutzung des Bankerls vorstellen, sofern eine gewisse Zuverlässigkeit der Mitnahme besteht, die Standorte digital gut auffindbar sind und Sicherheitsbedenken ausgeräumt werden können. Erwähnt sei dabei auch, dass die Teilnehmenden überwiegend umweltbewusst sind bzw. schon aktuell zu einem gewissen Teil öffentlich reisen.

3.3.3 Strukturelle Wirkungen & Governance des DAV-Mitfahrbankerls

Das Bankerl wirkt als physischer Markierungspunkt im Raum und fördert über seine Präsenz die Wahrnehmung für alternative Fortbewegungsmöglichkeiten. Somit gibt es auch Anlass für einen Austausch und Auseinandersetzung zu den Potenzialen einer nachhaltigen Mobilitätsförderung in Gemeinden.

a) Neue, sichtbare Mobilitätsinfrastruktur im Raum

Das Bankerl wird zu einem gut sichtbaren Orientierungspunkt – als klar erkennbarer Hinweis auf die Möglichkeit gemeinsamer Rückfahrten. Da die Bankerl bis auf eine Ausnahmen ausschließlich an Wanderparkplätzen stehen, markieren sie genau jene Orte, an denen Rückwege oft schwer planbar sind und spontane Mitfahrgelegenheiten besonders hilfreich werden. Mehrere Gemeinden berichten, dass Besucher*innen aktiv nach den Bankerlstandorten fragen.

b) Stärkung lokaler Governance und Prozesskompetenz

Durch Installation, Abstimmung und Kommunikation entstanden (neue) Abstimmungsprozesse zwischen: Grundeigentümer*innen (privat und öffentlich), Kommunen (Bürgermeister*innen/Gemeindräti*innen, Tourismus, Bauhof) und DAV. Diese Erfahrungen stärken kommunale Umsetzungskompetenz.

c) Standardisierung eines Mobilitätsbausteins

Das Mitfahrbankerl wurde mehrfach als „übertragbares Basismodul“ beschrieben: „*Das ist etwas, das jede Gemeinde sofort versteht — und umsetzen kann.*“ Dadurch eignet sich das Bankerl sehr gut für die Übertragbarkeit in weitere Regionen.

d) Anschlussfähigkeit zu weiteren Mobilitätsangeboten

In manchen Gemeinden entstanden direkt Fragen wie: „*Sollen wir ein weiteres Bankerl aufstellen?*“ „*Können wir das mit ÖPNV-Angeboten verknüpfen?*“ „*Wie binden wir das Bankerl in unsere Tourismuskommunikation ein?*“ Dies zeigt die wachsende Auseinandersetzung damit, wie das Thema nachhaltige Mobilität im Sinne einer integrierten Planung gefördert werden kann.

3.3.4 Wirkungen bei beteiligten Akteuren des DAV-Mitfahrbankerls

Diese Kategorie umfasst die Wirkung auf Gemeinden, Tourismusverbände, lokale Initiativen und den DAV.

a) Identitäts- und Rollenveränderung

Mehrere Akteure beschrieben, dass sie sich durch die Arbeit am Bankerl stärker als Mobilitätsakteure wahrnehmen. Das stärkt Verantwortung und Engagement. „*Wir haben gemerkt: Mobilität ist gar nicht so kompliziert. Man kann einfach anfangen.*“

b) Motivation und Stolz

Das Projekt erzeugte emotional positive Rückmeldungen — und das motiviert: „*Die Bankerl sind ein gutes Gefühl. Man sieht sofort Wirkung. Egal, wie viel genutzt wird.*“ Akteure erleben das Bankerl als machbare, sichtbare Intervention.

c) Zusammenarbeit und gegenseitiges Vertrauen

Die Umsetzung erforderte enge Kooperation zwischen Gemeinden, Tourismus und DAV — was die Beziehungen stärkt und zukünftige Projekte erleichtert.

d) Kompetenzaufbau in Kommunikation & Gestaltung

Akteure berichten, dass sie gelernt haben: wie Mobilität kommuniziert werden kann, wie Standorte gut gewählt werden, welche Zielgruppen das Bankerl erreicht. Diese Kompetenzen sind übertragbar auf weitere Projekte.

e) Entstehung neuer Ideen

Aus dem Bankerl-Modul heraus entstanden erste Überlegungen, wie das Angebot weiterentwickelt werden kann, z. B.: digitale Kartenverknüpfungen, Patenschaften, zusätzliche Standorte, Kombination mit lokalen Veranstaltungen. Diese Ideen zeigen, dass das Projekt als lebendiges Element wahrgenommen wird.

3.3.5 Herausforderungen des DAV-Mitfahrbankerls

a) Schwierige Messbarkeit der Nutzung – Die tatsächliche Nutzung lässt sich bis dato schwer erfassen – zum einen aufgrund der erst jüngst erfolgten Installationen, zum anderen müssen Instrumente für die Messbarkeit entwickelt werden. Risiko: fehlende Daten erschweren politische Legitimation und zukünftige Finanzierung (durch die Kommunen selbst). Gefahr der Überfrachtung von Erwartungen: Mitfahrbankerl ersetzen nicht eine ganzheitliche Verkehrspolitik.

b) Unterschiedliche Standortqualität durch heterogene Wanderparkplätze – Die Qualität der Standorte variiert naturgemäß, weil die Wanderparkplätze sich räumlich stark unterscheiden. Das Projekt hat bewusst verschiedene Parkplatztypen einbezogen, um Erfahrungen unter unterschiedlichen Bedingungen zu sammeln. Vor Ort wurde jeweils der bestmögliche Standort gewählt (u. a. Sichtbarkeit, Sicherheit, Schneeräumung). Dennoch können einige BankerIn aufgrund der örtlichen Gegebenheiten weniger wahrgenommen werden als andere.

c) Digitale Auffindbarkeit weiter stärken – Viele BankerIn sind bereits in zentralen Apps wie Google Maps, alpenvereinaktiv, Komoot, moobly und im MVV hinterlegt – ein wichtiger Erfolgsfaktor, wie auch die aktuelle Umfrage der Universität Passau bestätigt. Jedoch nutzen nicht alle Zielgruppen dieselben Anwendungen. Eine Ausweitung der digitalen Präsenz bleibt daher sinnvoll.

d) Vertrauens- und Sicherheitswahrnehmung – Gerade bei Fremden ist Mitfahren nicht selbstverständlich. Risiko: Hemmschwellen bleiben bestehen, Nutzung bleibt sporadisch.

e) Sicherstellung von Pflege und Sichtbarkeit – Pflege, Sauberkeit und laufende Betreuung der BankerIn sind zentrale Voraussetzungen für ihre Akzeptanz und Nutzung. Diese Aufgaben können – wo vorhanden – durch lokale Pat*innen aus Ehrenamt, Tourismus oder engagierten Einzelpersonen unterstützt werden.

f) Erreichbarkeit und perspektivische Verknüpfung mit weiteren Angeboten – Alle Bankerstandorte sind grundsätzlich mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar, teils jedoch mit Einschränkungen in Komfort oder Taktung. Darauf aufbauend besteht perspektivisch Entwicklungspotenzial insbesondere dort, wo bereits gute Radverbindungen oder touristische Routen vorhanden sind.

g) Kommunikation zwischen Vor-Ort Akteuren und DAV – Regelmäßige Rückmeldungen aus den Gemeinden zum Status der BankerIn sind hilfreich, erfolgten aufgrund des kurzen Umsetzungszeitraumes bislang jedoch nur rudimentär. Der DAV plant, diesen Austausch im Rahmen des Weiterentwicklungskonzepts stärker zu strukturieren und zu erleichtern.



3.4 Modulbezogene Weiterentwicklungen und Empfehlungen für das Projekt DAV-Mitfahrbanker!

1. Digitale Auffindbarkeit ausweiten

- Fortschreibung der Einbindung der Standorte in Karten (bislang Google Maps, Komoot, alpenvereinaktiv, MVV)
- Einfache QR-Codes an den BankerIn („Standort teilen“)

2. Kommunikation und Marketing ausbauen

- Standardisierung und ggf. Ausweitung des Marketingmaterials
- Ausweitung der Bewerbung vor Ort in den Gemeinden / Regionen / an touristischen Knotenpunkten
- Kurzvideos oder Bildserien, die Nutzung zeigen
- Erfahrungsberichte („Ich wurde mitgenommen...“)
- Integration von Gamification Ansätzen (Rallyes, Geocaching ...)
- Erweiterte Kooperationen mit Berghütten, Bergwacht, Verkehrsbetrieben um Multiplikatoreffekte für die Kommunikationsarbeit zu nutzen (z.B. über Verweise auf Homepage)

- Einbindung von Schulen, Kitas, Unternehmen zur Stärkung der Mobilitätsbildung und Erreichung neuer Zielgruppen

3. Kombination mit weiteren Mobilitäts- und Freizeitangeboten prüfen

- Bankerl + ÖPNV-Hinweise und / oder Hinweise zur touristischen Infrastruktur
- Bankerl + On-Demand-Verkehre, Mitfahrzentralen, Uber
- Bankerl + Radverleih
- Bankerl als Teil eines „Mikro-Mobilitätsnetzwerks“

4. Wartung & Pflege

- Ehrenamtliche für Bankerl-Patenschaften akquirieren, kann zugleich eine Chance für die weitere Etablierung der Bankerl über deren Netzwerke sein

5. Monitoring erweitern (niedrigschwellig)

- kurze Online-Abfrage mit QR-Code (1–2 Fragen, wie z.B. Wohin wollen Sie? Wohin wurden Sie mitgenommen?)

6. Weiterverbreitung in der Region

- Das Bankerl eignet sich als Standardmodul für weitere Gemeinden
- Eine regionale „Bankerl-Karte“ könnte Sichtbarkeit herstellen und es als ernstzunehmendes Angebot in der Wahrnehmung stärken

4. Lenkungskreis Nachhaltige Mobilität im Alpenraum

4.1 Projektskizze bzw. Idee des Lenkungskreises



Ausgangslage & Ziele

Der Lenkungskreis Nachhaltige Mobilität wurde als überregionales Gremium eingerichtet, um politische Akteure, fachliche Expert*innen mit der DAV-Mobilitätspraxis zu verbinden. Damit sollte das Thema Freizeitmobilität im Alpenraum auf eine höhere, koordinierende Ebene gehoben und jene Wirkungsketten angestoßen werden, die über einzelne lokale Maßnahmen hinausreichen.

Der Lenkungskreis dient damit als Bindeglied zwischen Praxisprojekten (u.a. Bergbus, NaMo im Graswangtal, EuregioStudie Rißtal, EU-Projekt Degree4Alps) und politisch-administrativen Entscheidungsebenen. Ziel war es, Austausch zu ermöglichen, Problemlagen zu klären, gemeinsame Perspektiven zu entwickeln, die Rolle des DAV sowie regionale Handlungsmöglichkeiten sichtbarer zu machen und übergeordnet ein Commitment zu erzielen, dass die Herausforderung im alpinen Freizeitverkehr nur gemeinsam zu lösen sind

Beteiligte Akteure

Der Lenkungskreis setzt sich zusammen aus den Landrät*innen (bzw. Im Vertretungsfall deren Mobilitätsmanagements) der vom Freizeittourismus aus dem Großraum München besonders betroffenen Landkreise Garmisch-Partenkirchen, Bad Tölz – Wolfratshausen, Miesbach, Rosenheim und Traunstein sowie dem Mobilitätsreferate der LHM, Wissenschaft und Innovationsnetzwerken (z. B. MCube, Stiftung KlimaWirtschaft) sowie dem Alpenverein München & Oberland. Er wurde bewusst politisch-administrativ verankert, um Entscheidungen und Entwicklungen in den Landkreisen zu unterstützen und regionale Mobilitätspolitik mit konkreten Projektpraxisimpulsen zu verbinden.

Der Lenkungskreis ergänzt damit die operative Projektarbeit um eine strategische Rückkopplung und politische Einbettung.

„Wir müssen uns darüber verständigen: Was ist im Alpenraum eigentlich das gemeinsame Zielbild nachhaltiger Mobilität?“

Zentrale Aktivitäten (2023-2025)

Die Arbeit des Lenkungskreises umfasste:

- **Durchführung von Sitzungen** (2024–2025) mit Landrät*innen, Verkehrs- und Wissenschaftsakteuren
- **Inhaltlich-strategische Diskussionen** zu Schwerpunktthemen wie „Letzte Meile“, „Modellregionen“, „Freizeitverkehr“ und „Governance im Alpenraum“
- **Operative Abstimmung zu konkreten Vorhaben** (z. B. ÖPNV-Linien, Besucherlenkung, On-Demand-Verkehre, restriktive Maßnahmen wie Parkplatzgebühren)
- **Sensibilisierung politischer Entscheidungsebenen** für die Relevanz des Freizeitverkehrs (Mobilität als Pflichtaufgabe der Landkreise?)



Bild 3: Treffen des Lenkungskreises



4.2 Wirkungsanalyse Lenkungskreis

4.2.1 Kurze Einordnung nach der PHINEO-Wirkungslogik

- **Output:** hochrangig besetztes Auftakttreffen, gemeinsame Themenschwerpunkte und Zielbilder, Austauschformate zwischen Politik, Verwaltung und Projektpraxis, politische Aufmerksamkeit für das Thema Freizeitverkehr
- **Outcome (früh):** gestiegene Sensibilität auf Landkreisebene, erste politisch-administrative Unterstützung (Aktionstage, Alpines Forum, Pressearbeit)
- **Impact (potenziell):** längerfristige Veränderung der Governance im Alpenraum, stärkere Verankerung nachhaltiger Freizeitmobilität in politischen Agenden, stärkere Kooperation zwischen Landkreisen für gemeinsame Mobilitätsstrategien

4.2.2 Wirkungseffekte des Lenkungskreises

a) Initiierung eines politischen und administrativen Gesprächsraums

Zum ersten Mal wurden Vertreter*innen aus unterschiedlichen Landkreisen, in einem gemeinsamen Format zusammengebracht. Dies führte zu einem strukturierten Austausch, der zuvor nach Wissen des DAV kaum stattgefunden hatte. „*Der Lenkungskreis hat Türen geöffnet, die vorher zu waren.*“

b) Geteiltes Problem bewusstsein für den Freizeitverkehr

In der Gründungssitzung kristallisierte sich heraus, dass alle Beteiligten ähnliche Herausforderungen wahrnehmen: gleichbleibend hoher Ausflugsverkehr, begrenzte Verkehrs- und Parkkapazitäten, hoher

Abstimmungsbedarf zwischen Landkreisen und Gemeinden, Bedarf nach modellhaften Lösungen.

Der Lenkungskreis half, diese Problemstruktur zu benennen und zu teilen. „*Freizeitverkehr ist ein sehr dickes Brett — aber wir müssen jetzt Entscheidungen vorbereiten, sonst passiert nichts.*“

c) Perspektivenwechsel: Mobilität als strategisches Thema

Der Austausch im Lenkungskreis hat die Sichtweise auf und das Verständnis für Mobilität und Verkehr bestätigt: Einer Betrachtung, die Mobilität nicht als reine Verkehrsabwicklung sieht, sondern einer strategischen Betrachtung von Freizeitmobilität als Zukunftsthema bedarf.

„*Wir müssen Freizeitverkehr viel systemischer denken.*“

d) Sichtbarkeit und politische Relevanz für lokale Projekte

Modelle wie Aktionstage im Graswangtal und Mobilitätslösungen für die Letzte Meile wurden als ernstzunehmende Bausteine regionaler Mobilitätsstrategien wahrgenommen und politisch stärker legitimiert. „*Das waren nicht nur Projekte — das waren Beispiele dafür, wie Mobilität anders aussehen kann.*“

4.2.3 Herausforderungen des Lenkungskreises

a) Kontinuierliche Einbindung hochrangiger politischer Akteure – Die Beteiligung von Landräti*innen und weiteren politischen Spitzensakteuren ist grundsätzlich herausfordernd. Während sich die Arbeit bislang auf die Initiierung und politische Rahmensetzung konzentrierte, wird es in der nächsten Phase darum gehen, geeignete Formate zu entwickeln, die eine kontinuierliche Beteiligung auch jenseits der Auftaktphase ermöglichen.

b) Unterschiedliche Prioritäten der Landkreise – trotz der gemeinsamen Belastung durch Freizeitverkehre arbeiten die beteiligten Landkreise mit verschiedenen verkehrlichen Herausforderungen, politischen Schwerpunkten und Geschwindigkeiten. Risiko: Gemeinsame Schritte werden verlangsamt oder nicht konsequent verfolgt.

c) Fehlende dauerhafte Struktur – Der Lenkungskreis ist bislang nicht als langfristiges Gremium etabliert. Risiko: Das Format könnte nach Projektende auslaufen oder an Kontinuität verlieren.



4.3 Modulbezogene Weiterentwicklungen und Empfehlungen für den Lenkungskreis

1. Etablierung einer zweistufigen Struktur

Eine strategische Sitzungsebene für Landräti*innen nach Bedarf und ein regelmäßiges operatives Forum für Fachakteure erhöht die Wahrscheinlichkeit einer stabilen Teilnahme. Politische Vertreter werden entlastet, während der fachliche Prozess kontinuierlich weiterläuft.

- politisch-strategische Ebene: Orientierung, Legitimation, Prioritätssetzung, Botschafterfunktion
- operative Ebene: Arbeitskreis mit Fokus auf Maßnahmen, Kommunikation und Austausch zu Daten und Erfahrungen

2. Bilaterale Gespräche als Ergänzung nutzen

Da politische Spitzen oft wenig Zeit haben, können Direktgespräche vor oder nach Veranstaltungen Bindung und inhaltliche Kontinuität sichern. Sie halten den Kontakt aufrecht, selbst wenn Lenkungskreissitzungen verpasst werden.

3. Informellere Räume schaffen

Kurzformate wie Frühstückstreffen oder einstündige Austauschrunden erleichtern die Teilnahme und stärken persönliche Beziehungen. Solche Settings werden von politischen Akteuren häufig als effizienter wahrgenommen.

5. Alpines Forum zur Nachhaltigen Mobilität

5.1 Projektskizze Alpines Forum



Ausgangslage, Ziel und Akteure:

Das Alpine Forum dient als dialogorientiertes Veranstaltungsformat dazu, aktuelle Themen im Alpenraum sichtbar zu machen und verschiedene Perspektiven zusammenzubringen.

Während die Modellregion Graswangtal und das Mitfahrbankerl konkrete Angebote und Experimentierräume schaffen, fokussiert sich das Alpine Forum, im November 2024 mit Schwerpunkt zur Nachhaltigen Mobilität, auf den Diskurs, die Sensibilisierung und den Austausch über die Zukunft des Alpenraums. Im Mittelpunkt des Alpinen Forums 2024 standen Fragen, mit welchen Ansätzen die Mobilitätswende im Alpenraum befördert werden kann.

Zentrale Aktivitäten (2023-2024)

- **Konzeption und Programmgestaltung** zur Förderung der Nachhaltigen Mobilität und des sanften Tourismus im Alpenraum
- **Durchführung des Alpinen Forums** mit Beiträgen von Expert*innen und Akteuren aus Tourismus, Politik, Verwaltung, Wissenschaft, Naturschutz und Bergsport
- **Moderation von Dialog- und Austausch** zur Vernetzung der beteiligten Akteure und zur gemeinsamen Diskussion zentraler Fragestellungen
- **Kommunikative Aufbereitung** der Inhalte durch den DAV



Bilder 4: Impressionen vom Alpinen Forum



5.2 Wirkungsanalyse Alpines Forum

5.2.1 Kurze Einordnung nach der PHINEO-Wirkungslogik

- **Output:** Durchführung einer Fach- und Dialogveranstaltung mit thematischen Beiträgen und Panels, Marktplatz mit Infoständen von DAV-Gruppen und Expert*innen, Vernetzungsgelegenheiten
- **Outcome (früh):** erhöhte Aufmerksamkeit für nachhaltige Freizeitmobilität, neue Impulse für Touristiker, politische und Verwaltungsakteure sowie Bergsportler*innen
- **Impact (potenziell):** längerfristige Verankerung nachhaltiger Mobilität als Thema im Alpenraum bei Wiederholung derartiger Formate, Positionierung des DAV als moderierender Wissens- und Brückenakteur

5.2.2 Wirkungseffekte des Alpines Forums

a) Sensibilisierung für Mobilität als Zukunftsthema – Das Alpine Forum als öffentliche Veranstaltung hat deutlich gemacht, dass Mobilität im Alpenraum ein zentraler Bestandteil ökologischer und gesellschaftlicher Zukunftsfragen ist. Die Beiträge und Diskussionen förderten die Wahrnehmung von Mobilität, Tourismus, Klimawandel und Naturschutz als zusammenhängendes Themenfeld.

b) Impulse für konkrete Weiterarbeit – Durch Berichte über bestehende Aktionen und Projekte wirkt das Forum als kreativer Impulsgeber. Das Forum zeigte, wie vielfältig die konkreten Umsetzungsmöglichkeiten nachhaltiger Freizeitmobilität sind.

c) Erreichen neuer Zielgruppen – Der DAV verfügt über einen großen Mitgliederkreis und damit über eine besondere Reichweite, um Themen sichtbar zu machen. Durch die thematische Anbindung an Bergsport, Natur und regionale Entwicklung sowie Beiträge Prominenter aus der Bergsportszene konnten neue Zielgruppen für das Thema nachhaltige Mobilität erreicht werden.

d) Sichtbarkeit der laufenden Mobilitätsarbeit des DAV – Die Veranstaltung machte sichtbar, wie viele Aktivitäten, Pilotprojekte und Netzwerke der Alpenverein München & Oberland im Themenfeld Freizeitmobilität bereits aufgebaut hat.

5.2.3 Herausforderungen des Alpines Forums

a) Begrenzte thematische Setzbarkeit – Das Alpine Forum deckt eine große Bandbreite an Themen rund um Bergsport, Natur und gesellschaftliche Entwicklungen ab. Mobilität kann daher nicht in jedem Jahr den inhaltlichen Schwerpunkt bilden.

b) Hoher Aufwand für Vorbereitung und Kommunikation – Die inhaltliche und organisatorische Gestaltung des Forums erfordert erhebliche personelle und zeitliche Ressourcen. Der Aufwand wird häufig unterschätzt, auch wenn die Wirkung des Formats groß ist.

5.3 Modulbezogene Weiterentwicklungen und Empfehlungen für das Alpine Forum



1. Jährliche Verfestigung des Formats

Als wiederkehrendes Format kann das Alpine Forum wesentlich zur kontinuierlichen Sensibilisierung und Vernetzung zu wichtigen Zukunftsthemen beitragen. Eine regelmäßige Durchführung schafft Sichtbarkeit für das Thema Freizeitmobilität und hält Mobilität als Zukunftsthema im regionalen Diskurs präsent. Zugleich sollte geprüft werden, wie das Thema Mobilität sinnvoll und abwechslungsreich integriert werden kann, damit es sich nicht abnutzt und weiterhin als relevanter Impuls wahrgenommen wird.

2. Mobilität als Baustein verstetigen

Das Alpine Forum ist als Format für fachliche Impulse und Austausch etabliert. Um die Kontinuität des Themas Mobilität fortzuführen, sollte es künftig immer als Teilbaustein des Programms mitgedacht werden.

6. Synthese und übergeordnete Erkenntnisse

Die Module des Projekts Nachhaltige Mobilität im Alpenraum mit der Modellregion Graswangtal, dem DAV-Mitfahrbankerl, dem Lenkungskreis sowie dem Alpinen Forum zeigen ein konsistentes Bild: Mobilitätswandel im Alpenraum entsteht dort, wo positives Erleben (anstatt erhobener Zeigefinger), Kooperation und Glaubwürdigkeit zusammenkommen. Die Kombination aus praktischen Angeboten, regionaler Vernetzung und strategischem Diskurs ist der Kern der Wirkung des Projekts – und liefert wichtige Erkenntnisse für Schritte zur Mobilitätswende im Alpenraum und die weitere Arbeit des DAV.

Gleichzeitig zeigt die Evaluation, dass Verhaltensänderungen im Mobilitätsbereich Zeit benötigen und sich nur langfristig stabilisieren lassen. Der Projekterfolg liegt daher vor allem in der erreichten Sensibilisierung, der Schaffung konkreter Erfahrungsräume und der Initiierung von Veränderungsprozessen, auf denen die weiteren Projektbausteine aufbauen.

6.1 Erfolgsfaktoren und Chancen



Erlebbarekeit statt Theorie: Mobilität wirkt, wenn sie erfahrbar wird

Die Aktionstage im Graswangtal und die Mitfahrbankerl zeigen: Menschen reflektieren ihr Mobilitätsverhalten weniger über abstrakte Informationen, sondern stärker über konkrete Erfahrungen. Probefahrten, persönliche Gespräche und sichtbare Interventionen erzeugen Offenheit, Interesse und Handlungsmotivation. Ein wiederkehrender Wirkpfad wurde sichtbar: Erlebnis → Gespräch → Offenheit → Intention. Die Stärke des Projekts lag und liegt darin, Mobilität v.a. emotional anschlussfähig zu machen.

Kontinuierliche Sichtbarkeit und Kommunikation

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die wiederkehrende Sichtbarkeit des Themas in unterschiedlichen Kontexten und über verschiedene Anlässe hinweg. Punktuelle Maßnahmen reichen nicht aus – Wirkung entsteht durch kontinuierliche Präsenz und regelmäßige Kommunikationsanlässe. Der DAV kann dies leisten, weil er viele Berührungspunkte und Formate hat, um Mobilität immer wieder aufzugreifen und sichtbar zu halten.

Kooperative Netzwerke als Transformationsmotor

Das Projekt zeigt eindrücklich, dass nachhaltige Mobilität nur entstehen kann, wenn lokale und regionale Akteure gemeinsam handeln. Im Graswangtal entwickelte sich ein ungewöhnlich vielfältiges Netzwerk aus Verwaltung, Tourismus, sozialen Einrichtungen, Mobilitätsakteuren und Ehrenamt. Der Lenkungskreis wiederum schuf Räume für politische und administrative Perspektiven. Kooperation ist nicht nur Voraussetzung, sondern selbst Wirkung des Projekts – sie verstärkt Motivation, Wissen und gemeinsame Verantwortung und wird so zu einem zentralen Erfolgsfaktor.

Glaubwürdigkeit und Position des DAV

Ein zentraler Erfolgsfaktor, der in den Interviews immer wieder genannt wurde, ist die Glaubwürdigkeit und Reichweite des DAV im Themenfeld nachhaltige Freizeitmobilität. „*Der DAV hat ein Pfund, das kein anderer Player im Alpenraum hat.*“ Er verbindet Natur- und Klimaschutz, Bergsportkultur, Ehrenamt, regionale Verankerung und Multiplikatorenwirkung auf eine Weise, die andere Mobilitätsakteure nicht leisten können. Der DAV wird als authentisch, praxisnah und vertrauenswürdig wahrgenommen – entscheidende Faktoren bei einem emotional und politisch sensiblen Thema wie Mobilität. Dies verschafft ihm Zugang zu Zielgruppen und Räumen, die Verwaltung oder Verkehrsunternehmen allein kaum erreichen.



6.2 Risiken

Trotz der positiven Entwicklungen bleiben zentrale Risiken bestehen, die sowohl struktureller Natur sind als auch aus der aktuellen politischen und gesellschaftlichen Situation erwachsen.

Ressourcenknappheit und Abhängigkeit vom Ehrenamt

Insbesondere im Graswangtal basierten viele Aktivitäten auf freiwilligem Engagement. Auch die vielfaligen Mobilitätsaktivitäten des DAV sind in dieser Dimension nur mithilfe externer Ressourcen möglich. Selbst mit bestehenden Konzepten für eine Verstetigung der Strukturen – etwa für die Modellregion Graswangtal, den Lenkungskreis, das Netzwerk Kommunen & Tourismus oder das Mitfahrerbankerl – sowie zur Fortführung der Formate (Aktionstage, Marketing, Angebote für die letzte Meile) besteht ohne zusätzliche finanzielle Ressourcen das Risiko, dass Aktivitäten nach Projektende an Dynamik verlieren oder auslaufen.

Politische Großwetterlage: Nachhaltigkeit verliert an Priorität

Die aktuelle politische und gesellschaftliche Stimmungslage stellt ein weiteres Risiko dar: Themen wie Klimaschutz und nachhaltige Mobilität scheinen aktuell an Dringlichkeit zu verlieren und fallen teilweise hinter akute wirtschaftliche oder sicherheitspolitische Debatten zurück. Ohne politische Rückendeckung – insbesondere auf Landes- und Kreisebene – ist es deutlich schwerer, Mobilitätsprojekte weiterzuentwickeln oder infrastrukturell zu verankern.

Mobilität als „dickes Brett“

Mobilität ist ein hoch emotionales und oft polarisierendes Feld. Häufig wird eine nachhaltige Mobilitätsförderung mit Verzicht, Kontrolle oder Einschrenkung persönlicher Freiheit assoziiert. Dies erschwert Veränderungen und kann Widerstände hervorrufen. Gerade im Freizeitkontext, in dem Menschen Erholung suchen, sind Maßnahmen zur Besucherlenkung oder zur Einschrenkung des Autoverkehrs besonders sensibel.

Fragmentierte Mobilitäts- und Tourismuslandschaft

Ein strukturelles Risiko besteht in der stark fragmentierten Tourismus- und Mobilitätslandschaft in Deutschland, die – anders als in Sudtirol oder Osterreich – gemeinsame Entscheidungen, klare Verantwortlichkeiten und die Skalierung erfolgreicher Formate erheblich erschwert. Zuständigkeiten sind zersplittet über Landkreise, Gemeinden, Verkehrsverbunde, Destinations-Management Organisationen (DMOs), Behörden (z. B. Regierung von Oberbayern). Dies führt zu Entscheidungstragheit, Abstimmungsaufwand und teilweise widersprüchlichen Prioritäten.

Unübersichtliche Netzwerklandschaft

Die Vielzahl an Mobilitäts- und Nachhaltigkeitsnetzwerken im Großraum München führt zunehmend zu Unübersichtlichkeit: Viele Formate sprechen dieselben Akteur*innen an, häufig mit ähnlichen Themen, aber unterschiedlichen Zuständigkeiten und Schwerpunkten (z.B. MCube, MZM, Verkehrsverbunde wie der MVV, IBA). Dadurch wissen zentrale Beteiligte oft kaum noch, wer eigentlich was macht, wofür welches Netzwerk steht und welche Treffen wirklich relevant sind. Gleichzeitig binden die Möglichkeiten für eine Beteiligung erhebliche zeitliche Ressourcen. Die Gefahr eines „Netzwerk-Einheitsbreis“ wächst: viel Austausch, wenig Umsetzung.

Weiterhin klare Positionierung des Alpenvereins München & Oberland im Bereich Freizeitmobilität

Gerade vor diesem Hintergrund der vielfältigen Netzwerkstrukturen, v.a. im Raum in und um München wird eine klare Rolle des DAV besonders wichtig. Der Verein bringt Perspektiven ein, die in bestehenden Netzwerken häufig fehlen: ländliche Räume, Freizeitmobilität, Naturnähe und die Erreichbarkeit breiter Bevölkerungsschichten sowie Inklusionsthemen. Ohne eine solche strategische Positionierung besteht das Risiko, dass die spezifische Stärke des DAV verwässert oder in der Vielzahl bestehender Netzwerke untergeht.

6.3 Lessons Learned – kurz und prägnant



- **Mobilitätswandel braucht politische Rückendeckung, Geduld und Kontinuität.**
Punktuelle Impulse reichen nicht – Veränderungen entstehen durch langfristige Prozesse und verlässliche Strukturen.
- **Informelle Räume stärken Vertrauen.** Begegnungen abseits formaler Sitzungen sind entscheidend, um Kooperation zu ermöglichen und neue Akteure einzubinden.
- **Sichtbarkeit muss wiederkehrend sein.** Mobilität bleibt nur dann im lokalen und regionalen Diskurs präsent, wenn Angebote und Kommunikation regelmäßig stattfinden.
- **Politische Akteure müssen mitgenommen werden, nicht überfrachtet.**
Klare Rollen, realistische Erwartungen und gezielte Ansprache sind zentrale Erfolgsfaktoren.
- **Erlebnisorientierung wirkt stärker als Information.** Menschen verändern ihr Verhalten eher über Ausprobieren und persönliche Erfahrung als über Broschüren oder Appelle.
- **Niedrigschwellige Formate wirken – besonders für Familien und inklusive Zielgruppen.**
Sie öffnen den Zugang zu Mobilitätsthemen für Gruppen, die sonst schwerer erreichbar sind.
- **Mobilität ist ein Querschnittsthema.** Lösungen entstehen nur durch integrierte Ansätze und sektorübergreifende Zusammenarbeit zwischen Verkehr, Tourismus, Naturschutz, Gesundheit und regionaler Entwicklung.

7. Verstetigungsperspektiven und Skalierung

Die Evaluation zeigt, dass die vier Projektmodule unterschiedliche, aber komplementäre Wirklogiken besitzen. Für eine langfristige Wirkung braucht es sowohl die Verstetigung bewährter Formate als auch den Ausbau struktureller Voraussetzungen.



Die nachfolgenden Perspektiven fassen die wichtigsten Entwicklungsschritte zusammen.

1) Verstetigung und Skalierung der Formate

Modellregion Graswangtal & Aktionstag

- **Verstetigung:** Aus den starken Strukturen sollte wie geplant ein jährlicher Aktionstag entstehen, ergänzt durch Mini-Aktionstage, Inklusionsschwerpunkte. Mobilitätsstationen sind zu prüfen.
- **Skalierung als Blaupause für andere Täler:** Die grundlegenden Erfolgsbausteine – Erlebbarkeit, niedrigschwellige Aktivierung, multiperspektivisches Netzwerk, jährliche Aktionstage – sind übertragbar auf andere belastete Alpen- und Voralpenräume. Wichtig ist dabei insbesondere: ein*e starke*r Hauptkooperationspartner*in wie der Naturpark Ammergauer Alpen (ausgestattet mit vergleichbaren Zielsetzungen und ausreichend Ressourcen) und ein lokales Kernteam, einfache Startmaßnahmen wie kleiner Aktionstag, Testangebote oder ÖPNV-Sichtbarkeit), professionelle Kommunikation und sichtbare Kooperationspartner*innen.

Mitfahrbankerl

- **Verstetigung:** Übertragbares Basismodul mit Potenzial zur Standardisierung für weitere Regionen inkl. digitaler Präsenz).
- **Skalierung als standardisierbarer Mobilitätsbaustein** - Das Bankerl eignet sich besonders gut zur Skalierung, weil: die Idee einfach verständlich ist, die Umsetzung rasch und kostengünstig möglich ist, Gemeinden das Format sofort akzeptieren, die Wirkung vor allem kulturell und symbolisch entsteht. Eine regionale „DAV-Bankerl-Aufbauhandbuch“ könnte entstehen, inkl. Auswahl und Aufbau von Standorten, Patenschaften und Kommunikationsvorlagen.

Lenkungskreis

- **Verstetigung:** Empfohlen wird die geplante zweistufige Struktur: ein politisch-strategischer Kreis, ein operativer Arbeitskreis (verbindlich, praxisorientiert) sowie bilaterale Gespräche zur Erhöhung der Verbindlichkeit.
- **Skalierung als Modell für überregionale Dialogformate** – Das Format zeigt, dass der DAV hochrangige politische und administrative Akteure und Mobilitätsfachleute verbindend an einen Tisch bringen kann. In anderen Regionen könnten ähnliche Gremien entstehen – ggf. moderiert durch DAV-Sektionen, Tourismus, Naturparks oder regionale Mobilitätsinitiativen.

Alpines Forum

- **Verstetigung:** Als wiederkehrender Impuls geeignet, um Diskurse zu rahmen und die Positionierung des DAVs zu stärken.
- **Skalierung des Diskursformats:** Als (wiederkehrender) Impuls lässt sich das Forum leicht weiterentwickeln, etwa: regionalisierte Ableger (z. B. „Forum Mobilität Allgäu“, „Forum

Alpenvorland“), thematische Sonderausgaben (Inklusion, Besucherlenkung, Jugend und Mobilität), Co-Brandings mit Veranstaltungen von Partner*innen.

2) Verstetigung und Skalierung des Austauschs

Damit die bestehenden Netzwerke längerfristig (entsprechend des Bedarfes) tragen, sollten folgende Punkte berücksichtigt werden:

- **Austauschformate mit lokalen Partner*innen verstetigen**, um Erfahrungen, Bedarfe und nächste Schritte kontinuierlich zu spiegeln, gemeinsame Verantwortung zu sichern und Projekte langfristig zu gewährleisten.
- **Regionale Netzwerke aktiv einbeziehen**, damit Mobilitätsthemen nicht isoliert bleiben, sondern in laufende Prozesse von Tourismus, Naturschutz und Mobilitätsmanagement eingebettet werden.
- **Regionale Multiplikatoren gezielt nutzen**, um neue Akteure einzubinden und die Netzwerkbasis zu verbreitern (z. B. Schulen, Vereine, Betriebe im Rahmen betrieblichen Mobilitätsmanagements, Touristiker*innen).

3) Freizeit- und ländliche Mobilität als strukturelle Lücke – und Chance für Verstetigung

Die Evaluation zeigt: Freizeitmobilität ist ein strategisches Zukunftsthema, wird in der Alpenregion jedoch bislang nur punktuell koordiniert. Tourismusorganisationen sind häufig fragmentiert, sehr unterschiedlich ausgestattet und behandeln Mobilität eher als Randthema. Gleichzeitig liegt ein Großteil der Herausforderungen – und Potenziale – im ländlichen Raum, wo die meisten Freizeitverkehre stattfinden.

Bestehende Mobilitätsnetzwerke wie MCube oder das MZM konzentrieren sich vor allem auf urbane Räume und technische Innovationen. Für den Alpen- und Voralpenraum existiert dagegen kaum ein übergeordnetes Netzwerk, das Freizeitverkehr, Tourismus, Naturschutz und regionale Entwicklung gemeinsam denkt.

Gerade deshalb eröffnet die Verstetigung der Projektmodule eine zentrale Chance: Sie zeigen, dass Freizeit- und ländliche Mobilität durch niedrigschwellige Formate, regionale Netzwerke, emotional anschlussfähige Kommunikation und praxisnahe Experimentierräume konkret gestaltbar werden. Die im Projekt entwickelten Strukturen erreichen Zielgruppen, die Behörden und Verbünde kaum erreichen, und verbinden Mobilität mit Naturerleben, Verantwortung und regionaler Identität.

Damit entsteht ein strategisches Arbeitsfeld, das bislang weitgehend unbesetzt ist – und in dem die im Projekt aufgebauten Formate und Netzwerke besonders wirksam verstetigt und skaliert werden können

4) Mobilität als Querschnittsthema – politische Anbindung stärken

Die Evaluation zeigt, dass (Freizeit-)Mobilität mehrere Politikfelder zugleich berührt (Tourismus, Naturschutz, Gesundheit, Wirtschaft). Für eine langfristige Verankerung sollten die entstandenen Dialoge daher auch auf Landesebene weitergeführt werden – nicht nur im Verkehrsressort, sondern auch im Wirtschafts-, Umwelt- und Gesundheitsministerium sowie bei Bedarf in Richtung Staatskanzlei. Eine solche ressortübergreifende Anbindung erhöht die Chancen, dass Modellregionen, Bausteine und Netzwerke künftig politische Rückendeckung und finanzielle Unterstützung erhalten.

5) Stetige Optimierung der Kommunikationsaktivitäten

Die Evaluation zeigt: Kommunikation ist der Hebel, der Mobilität sichtbar, anschlussfähig und attraktiv macht. Für die Zukunft empfiehlt sich fortzuführen bzw. zu initiieren:

- **klare visuelle und begriffliche Linie der Mobilitätsförderung**
(ggf. Entwicklung einer Wort-Bild-Marke und eigener CI, ggf. über eine Agentur)
- **stärkere Sichtbarkeit in den Projektorten selbst**, soweit lokal umsetzbar
(s. Verbot des Plakatierens im öffentlichen Raum)
- **zielgruppenorientierte Kampagnen**, insbesondere für Familien, ältere Menschen, Jugendliche und inklusive Gruppen – hier war im Projekt eine hohe Ressonanz sichtbar. Außerdem sind dies Gruppen, die von den anderen Netzwerken bisher weniger adressiert werden.)
- **Storytelling statt Zahlen** — Geschichten schaffen Identifikation und Motivation

6) Finanzierungssicherheit

Um die Aktivitäten fortzuführen, ist der Alpenverein München & Oberland auf ergänzende Finanzierungsquellen wie Stiftungen, Sponsoring, Förderprogramme oder Fondsmodelle angewiesen. Daher wird die langfristige Sicherung von Ressourcen für solche zusätzlichen Aufgaben zu einer strategischen Notwendigkeit.

7) Monitoring etablieren (pragmatisch, leicht umsetzbar)

Ein einfaches, kontinuierliches Monitoring unterstützt Lernprozesse, erhöht Transparenz und erleichtert die politische Legitimation von Mobilitätsmaßnahmen. Dafür braucht es keine komplexen Systeme – vielmehr können bereits leicht umsetzbare Instrumente wichtige Erkenntnisse liefern. Dazu zählen etwa QR-Schnellerhebungen, kurze Feedbackgespräche an Aktionstagen, anonymes Tracking von Probefahrten sowie qualitative Wirkungsberichte („Mobility Stories“). So entsteht schrittweise ein belastbares Bild darüber, wie Angebote wahrgenommen werden, welche Zielgruppen erreicht werden und wo Weiterentwicklungen sinnvoll sind.

8) Zukunftsperspektive: weitere Rollenklärung des Alpenverein München & Oberland

Abschließend zeigt die Evaluation, dass die Fortführung der Mobilitätsaktivitäten von einer weiteren strategischen Differenzierung im Bereich Freizeitmobilität profitieren würde – in Abhängigkeit von zusätzlichen Ressourcen.

8. Wege in eine gemeinsame Mobilitätszukunft

Der Blick auf die vergangenen Monate zeigt deutlich: Mobilitätswandel im Alpenraum entsteht dort, wo Menschen gemeinsam Verantwortung übernehmen. Wo Gemeinden bereit sind, neue Wege zu denken; wo Tourismus, Naturschutz und Mobilität nicht gegeneinander ausgespielt, sondern miteinander verbunden werden; und wo Bürger*innen erleben können, wie sich nachhaltige Mobilität anfühlt – konkret, alltagstauglich und zugleich naturnah.



Die Arbeit in der Modellregion hat eindrucksvoll gezeigt, wie viel entstehen kann, wenn Akteur*innen sich auf einen gemeinsamen Prozess einlassen. Sie hat aber auch sichtbar gemacht, dass Veränderung Zeit braucht: verlässliche Zusammenarbeit, strukturelle Kontinuität und Räume, in denen Neues nicht nur geplant, sondern ausprobiert werden darf. Genau hier kann der DAV Orientierung geben, Impulse setzen und Brücken bauen zwischen lokalen Initiativen, politischen Ebenen und einer breiteren Öffentlichkeit.

Nachhaltige Mobilität ist kein Zustand, den man erreicht und abschließt, sondern ein fortlaufender Lernprozess. Er erfordert Mut, Dialogbereitschaft, Kooperation, Ressourcen – und häufig Geduld. Doch überall dort, wo Menschen erfahren, dass Mobilität einfacher, leiser und naturverträglicher funktionieren kann, wächst die Bereitschaft zur Veränderung. Positive Erlebnisse schaffen Vertrauen; Vertrauen schafft Offenheit für neue Wege.

Das Projekt hat gezeigt, wie groß das Potenzial für nachhaltige und inklusive Mobilität im Alpenraum ist – und wie wirksam die Rolle des DAV dabei sein kann. Wenn die begonnenen Ansätze verstetigt, weiterentwickelt und in größere Zusammenhänge eingebettet werden, kann der DAV zu einer Klammer werden, die Regionen miteinander verbindet und Orientierung stiftet. Zu einem Akteur, der Veränderungen nicht nur anstößt, sondern begleitet und ermöglicht.

So entsteht Schritt für Schritt eine gemeinsame Mobilitätszukunft: eine Zukunft, die Natur schützt, Menschen verbindet und den Alpenraum liebens- und lebenswert hält – heute und für die kommenden Generationen.