



BACHELORARBEIT

Frau
Johanna Linda Hess

**Betriebliches
Mobilitätsmanagement bei
Unternehmen im ländlichen
Raum – eine empirische
Untersuchung**

Mittweida, 2022

BACHELORARBEIT

Betriebliches Mobilitätsmanagement bei Unternehmen im ländlichen Raum – eine empirische Untersuchung

Autor:
Frau

Johanna Linda Hess

Studiengang:
Energie- und Umweltmanagement

Seminargruppe:
EU19w1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr.-Ing. Ralf Hartig

Zweitprüfer:
Christina Kolb, M.Eng.

Einreichung:
Mittweida, 21.09.2022

Verteidigung/Bewertung:
Mittweida, 2022

Faculty Industrial Engineering

BACHELORTHESIS

Operational mobility management in companies in rural areas - an empirical study

author:

Ms.

Johanna Linda Hess

course of studies:

Energy- and Environmental Management

seminar group:

EU19w1-B

first examiner:

Prof. Dr.-Ing. Ralf Hartig

second examiner:

Christina Kolb, M.Eng.

submission:

Mittweida, 21.09.2022

defence/ evaluation:

Mittweida, 2022

Bibliografische Beschreibung:

Hess, Johanna Linda:

Betriebliches Mobilitätsmanagement bei Unternehmen im ländlichen Raum – eine empirische Untersuchung - 2022 - 8, 55, 134 S.

Mittweida, Hochschule Mittweida, Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen,
Bachelorarbeit, 2022

Abstract:

Unternehmen verursachen einen signifikanten Anteil am Verkehrsaufkommen und somit auch einen wesentlichen Teil an verkehrsbedingten Treibhausgas-Emissionen. Das Ziel in der vorliegenden Arbeit besteht darin, die Forschungsfrage zu beantworten, ob und inwiefern Unternehmen aus Mittweida die Personenmobilität beeinflussen und Anreize zur Reduzierung des anfallenden betrieblichen Verkehrs schaffen können. Um dies zu beantworten, wurde eine qualitative Studie in Form von Experteninterviews mit der jeweiligen Standortleitung von acht verschiedenen Unternehmen aus Mittweida durchgeführt. Mithilfe einer Literaturrecherche konnten Maßnahmen zur Beeinflussung des Mobilitätsmanagement unterteilt werden in: Sharing, standortbezogene Maßnahmen, Maßnahmen zur finanziellen Unterstützung, Arbeitsorganisation und Sensibilisierung. Die Auswertung ergab, dass sechs der acht Interviewpartner Unternehmen aus Mittweida Mobilitätsmaßnahmen im Rahmen des betrieblichen Mobilitätsmanagement eingeführt haben und somit die Personenmobilität beeinflussen.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	III
Tabellenverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Anlass und Ablauf der Arbeit	1
1.1 <i>Aktualität und Motivation der Arbeit</i>	1
1.2 <i>Zielstellung und Aufbau der Arbeit</i>	2
2 Theoretische Grundlagen	4
2.1 <i>Klärung zentraler Begriffe</i>	4
2.1.1 <i>Verkehr</i>	4
2.1.2 <i>Mobilität</i>	5
2.1.3 <i>Mobilitätsmanagement</i>	7
2.2 <i>Betriebliches Mobilitätsmanagement</i>	9
2.2.1 <i>Schwerpunkt</i>	9
2.2.2 <i>Rahmenbedingungen</i>	9
2.2.3 <i>Akteure</i>	11
2.2.4 <i>Mobilitätsmaßnahmen</i>	14
2.3 <i>Betriebliches Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum</i>	15
3 Methodenteil	21
3.1 <i>Methodologisches Vorgehen</i>	21
3.2 <i>Datenerhebung</i>	24
3.3 <i>Qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsmethode</i>	25
4 Auswertung der Interviews und Ergebnisdarstellung	30
4.1 <i>Standort Mittweida</i>	30
4.1.1 <i>Gründe der Standortwahl</i>	30
4.1.2 <i>Standortvorteile im Untersuchungsraum Mittweida</i>	32
4.1.3 <i>Standortnachteile im Untersuchungsraum Mittweida</i>	33
4.2 <i>Standortvergleich mit einem Ballungsgebiet</i>	34
4.2.1 <i>Standortvorteile eines Ballungsgebiets</i>	34

4.2.2	Standortnachteile eines Ballungsgebiets	35
4.3	<i>Verständnis Mobilitätsbegriff</i>	36
4.4	<i>Herkunft und Mobilitätsträger der Mitarbeiter</i>	38
4.5	<i>Betriebliches Mobilitätsmanagement</i>	39
4.5.1	Eingeführte Maßnahmen zur Beeinflussung der Personenmobilität	40
4.5.1.1	Mitarbeiter	40
4.5.1.2	Betriebliche Mobilität	44
4.5.2	Fuhrpark	46
4.6	<i>Auswertung und Ergebnisdarstellung</i>	48
5	Fazit	52
5.1	<i>Zusammenfassung</i>	52
5.2	<i>Kritische Betrachtung</i>	54
5.3	Ausblick	55
Literatur	56

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aufbau der Arbeit.....	3
Abbildung 2: Begriffsfeld Verkehr	4
Abbildung 3: Begriffsfeld Mobilität	6
Abbildung 4: Akteure des BMM	12
Abbildung 5: Unternehmensdichte in Deutschland	18
Abbildung 6: Auszug aus der Auswertungstabelle mit Generalisierung	27
Abbildung 7: Auszug aus der Auswertungstabelle mit Generalisierung und Reduktion..	28
Abbildung 8: Gründe für Standortwahl.....	30
Abbildung 9: Vorteile Standort Mittweida	32
Abbildung 10: Nachteile Standort Mittweida	33
Abbildung 11: Standortvorteile in einem Ballungsgebiet	34
Abbildung 12: Standortnachteile in einem Ballungsgebiet	35
Abbildung 13: Herkunft Mitarbeiter	38
Abbildung 14: Eingeführte Mobilitätsmaßnahmen	43

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anlässe für die Einführung des BMM	10
Tabelle 2: Vorteile des BMM	11
Tabelle 3: Unterteilung der Mobilitätsmaßnahmen	14
Tabelle 4: Übersicht Interviewpartner	24
Tabelle 5: gebildete Auswertungskategorien	29
Tabelle 6: Verständnis Mobilitätsbegriff	36
Tabelle 7: Übersicht Fuhrpark	46
Tabelle 8: Status der Hypothesen in Kategorien nach Ergebnissen der Interviewstudie	48

Abkürzungsverzeichnis

BMM	betriebliches Mobilitätsmanagement
DW	Dienstwagen
MM	Mobilitätsmanagement
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
PFZ	Poolfahrzeuge

1 Anlass und Ablauf der Arbeit

Einleitend werden Aussagen zur Aktualität des Themas sowie zum Anlass der Arbeit getroffen. Es werden die Ziele präzisiert und der Ablauf der Arbeit dargestellt.

1.1 Aktualität und Motivation der Arbeit

Damit die Reduzierung von Treibhausgasen und somit die Klimaziele der Europäischen Union erreicht werden können, ist unter anderem auch ein Neudenken im Mobilitätssektor unabdingbar.¹ Aristoteles sagte einst: „Wir können den Wind nicht ändern aber die Segel anders setzen.“² Um dies zu erreichen, muss der Verkehr umweltfreundlicher und vor allem effizienter gestaltet werden, da in diesem eine der Hauptquellen der verursachten Emissionen liegen.³

Unternehmen verursachen einen signifikanten Anteil am Verkehrsaufkommen und somit auch einen wesentlichen Teil an Treibhausgasen. Die verursachten Umweltbelastungen von Betrieben entstehen zu einem erheblichen Anteil durch die betrieblichen und berufsbedingten Verkehrswege.⁴ In Form von Anfahrtswegen der Mitarbeiter, Kundenbesuchen sowie der Erfüllung von Aufträgen und dem Transport von Gütern und Rohstoffen wird beispielsweise Verkehr verursacht.⁵ Dadurch entsteht eine hohe Verantwortung und auch ein beträchtliches Potenzial für die Mitgestaltung des verkehrsbezogenen Klimaschutzes durch Unternehmen. Ziel sollte es in diesem Sektor sein, die vorhandene betriebliche Mobilität zu reduzieren und alternative, umweltfreundlichere Mobilitätsträger gegenüber dem Auto zu schaffen, um etappenweise die Einsparung von Treibhausgasen zu erreichen. Unter dem Begriff Mobilitätsträger

¹ Europäische Kommission: „Klima- und energiepolitischer Rahmen bis 2030“, zugegriffen am 6. April 2022.

² Aphorsimen: „Zitat von Aristoteles zum Thema Schicksal“, zugegriffen am 5. Juli 2022.

³ Umweltbundesamt: „Emissionsquellen“, zugegriffen am 15. Juli 2022.

⁴ Umweltbundesamt: „Mobilitätsmanagement“, zugegriffen am 15. Juli 2022.

⁵ In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulin verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint.

werden „Verkehrsmittel beziehungsweise Fahrzeug[e], welche entweder selbst- (Auto, Roller, Fahrrad) oder fremdgesteuert (Bus, Taxi) sein kann“⁶ verstanden.

Die Mobilität gerade im ländlichen Raum ist für Unternehmen aber auch für die Bevölkerung unabdingbar. Die Entfernungen zur Arbeit, in die Bildungseinrichtungen, zum Einkaufen u.v.m. sind in ländlichen Regionen im Durchschnitt weiter als in urbanen.⁷ Dies führt unweigerlich dazu, dass der PKW als meist genutzter Mobilitätsträger gewählt wird. Dies liegt auch an der oft geringen Vernetzung und fehlenden Angeboten des öffentlichen Personennahverkehrs in ländlichen Regionen.⁸

So zählt die Einführung eines betrieblichen Mobilitätsmanagements (BMM) im ländlichen Raum zu den Möglichkeiten für Unternehmen, die betriebliche anfallende Mobilität zu verringern. Mithilfe des BMM können alternative, umweltfreundlichere Möglichkeiten zum PKW geschaffen und der CO₂-Fußabdruck verringert werden.⁹

1.2 Zielstellung und Aufbau der Arbeit

Das Ziel dieser empirischen Untersuchung besteht darin, herauszufinden, ob und inwiefern Unternehmen aus Mittweida die Personenmobilität beeinflussen und Anreize zur Reduzierung des anfallenden betrieblichen Verkehrs schaffen können. Um diese Forschungsfrage zu beantworten, wird eine systematische qualitative Datenerhebung in Form von Experteninterviews mit der jeweiligen Standortführung der interviewten Unternehmen durchgeführt. Die Ergebnisse sollen darüber Aufschluss geben, ob Unternehmen betriebliches Mobilitätsmanagement eingeführt haben, um die verursachte Mobilität zu reduzieren. Es werden außerdem die Gründe, sowie die Vor- und Nachteile des Unternehmensstandortes in Mittweida untersucht. Dazu werden im nachfolgenden Kapitel die theoretischen Grundlagen erarbeitet. Diese basieren auf einer Literaturrecherche zu den Kernfragen:

⁶ Ralf Hartig, Alexander Knauer, Clemens Fröhlich, Christina Kolb, René Härtel: Anforderungen an Digitale Identitäten von Mobilitätsträgern in einer Sharing-Economy. In: Mobilitätsforum Duisburg 2022. Im Druck.

⁷ Kirsten Aner und Ute Karl: „Handbuch Soziale Arbeit und Alter“, 2020, S. 444.

⁸ Umweltbundesamt: „Emissionsquellen“, zugegriffen am 18. Juli 2022.

⁹ Oliver Schwedes und Alexander Rammert: „Mobilitätsmanagement: Ein neues Handlungsfeld Integrierter Verkehrsplanung“, 2020, S. 8.

- 1) Was ist betriebliches Mobilitätsmanagement?
- 2) Welche Motivation sowie Vor- und Nachteile für Unternehmen gibt es bei der Einführung von betrieblichem Mobilitätsmanagement?
- 3) Wie können Unternehmen Mobilitätsmanagement gestalten?
- 4) Welche Faktoren spielen bei der Standortwahl für Unternehmen eine Rolle?

Aufbauend auf den Ergebnissen werden im Kapitel 2.3 Hypothesen abgeleitet, die zur Untersuchung der realen Bedingungen ausgewählter Unternehmen in Mittweida dienen. Das Kapitel drei beschreibt die angewendete Methodik sowie die Durchführung der Interviews. Im Kapitel vier werden die Aussagen der Interviewpartner ausgewertet und die jeweiligen Ergebnisse dargestellt. Diese Bachelorarbeit endet mit einem Fazit und gibt Ansatzpunkte für weitere Untersuchungen. In der Abbildung 1 sind die einzelnen Schwerpunkte der Arbeit im Gesamtablauf dargestellt.

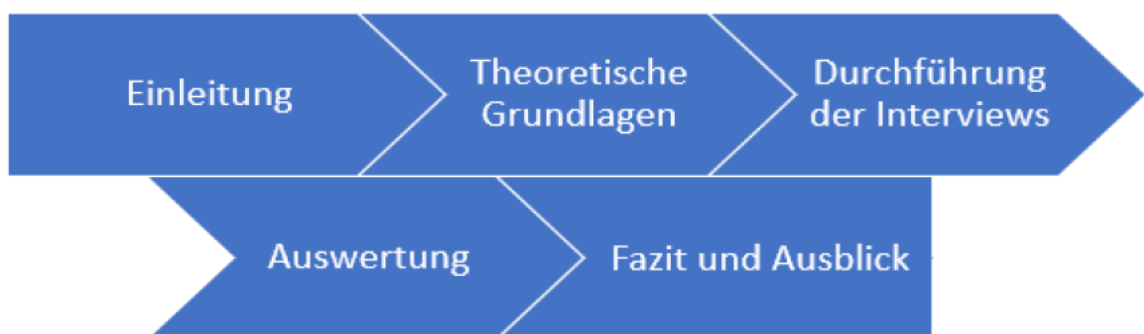


Abbildung 1: Aufbau der Arbeit
Quelle: Eigene Darstellung

2 Theoretische Grundlagen

Mithilfe einer Literaturrecherche werden im folgenden Kapitel die theoretischen Grundlagen im Zusammenhang mit der Forschungsfrage erläutert und die in der Einleitung genannten Kernfragen beantwortet. Aufbauend darauf werden im Kapitel 2.3.1 Hypothesen gebildet.

2.1 Klärung zentraler Begriffe

2.1.1 Verkehr

Da der Frage nachgegangen wird, ob und inwiefern Unternehmen aus Mittweida die Personenmobilität beeinflussen und Anreize zur Reduzierung des anfallenden betrieblichen Verkehrs schaffen können, sind zunächst die zentralen Begriffe „Mobilität“ und „Verkehr“ zu klären. Die Begriffe werden oft synonym verwendet und stehen in einer engen Beziehung zueinander, beinhalten aber unterschiedliche Begriffsinhalte.¹⁰ Die nachfolgende Grafik dient zur Veranschaulichung des Begriffsfeldes Verkehr.

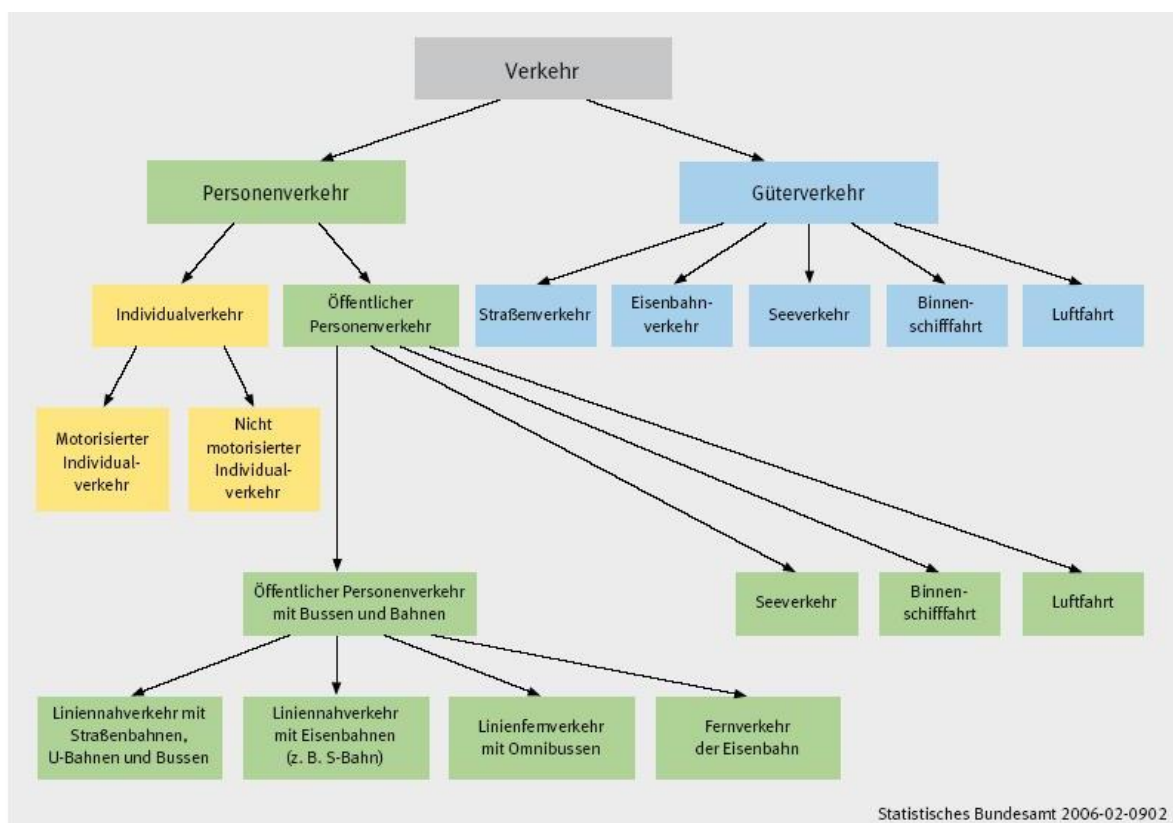


Abbildung 2: Begriffsfeld Verkehr

Quelle: Statistisches Bundesamt (2006): „Was gehört zum Verkehr?“

¹⁰ Sven Groß: „Handbuch Tourismus und Verkehr“, 2017, S. 37.

Als Verkehr wird die Ortsveränderung von Menschen, Produkten, Gütern und Informationen verstanden.¹¹ Der Verkehr unterteilt sich in Personen- und Güterverkehr. Unter Personenverkehr wird die Beförderung und Bewegung von Menschen verstanden. Sie ist grundlegende Voraussetzung für das Zurücklegen der Wege zur Arbeit, Bildungseinrichtungen, Einkaufen u.v.m.. Es erfolgt hierbei eine weitere Unterteilung in motorisierten Individualverkehr und in öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Das Auto ist beim motorisierten Individualverkehr mit Abstand das meistgenutzte Fahrzeug.¹² Zum nicht motorisierten Individualverkehr zählen zum Beispiel: das Zufußgehen und das Fahrradfahren. Beim öffentlichen Personenverkehr werden Reiseentfernungen über 50 Kilometer in die Kategorie öffentlicher Personenfernverkehr eingeordnet, dazu zählen Fernzüge und Busse. Alles unter einer Reiseentfernung von 50 Kilometer gehört dem ÖPNV an.¹³

Seeverkehr, Binnenschifffahrt und Luftfahrten zählen ebenfalls zum öffentlichen Personenverkehr, welche verstärkt gewählt werden, wenn sich der Zielort in großer Distanz befindet und/oder Meere (o.ä.) dazwischen liegen. Der Güterverkehr umfasst den Transport von Gütern aller Art zwischen verschiedenen Orten. Aufgrund der fortschreitenden Globalisierung steigt die Distanz der Transportwege, sodass der Güterverkehr für das reibungslose Funktionieren von Wertschöpfungsketten an Bedeutung gewinnt. Die Güter werden mithilfe von LKWs, Eisenbahnen, Schiffen und Flugzeugen transportiert.¹⁴

2.1.2 Mobilität

Der Begriff „Mobilität“ entstammt laut der Etymologie aus dem lateinischen „mobilitas“, was übersetzt „Bewegung“ oder „Beweglichkeit“ bedeutet.¹⁵ Sowohl in der Fachliteratur als auch im allgemeinen Sprachgebrauch wird der Begriff häufig mehrdeutig verwendet, da der Satz „Mobil sein“ so viel wie „sich von sich aus bewegen zu können und es zu tun“¹⁶ bedeutet.¹⁷ Mobilität beschreibt somit die Beweglichkeit (Ortsveränderung) von Personen und Gütern.¹⁸

¹¹ Josef Michael Schopf: „Begriffsbestimmung und Analyse“, 2001, S. 5.

¹² Statistisches Bundesamt: „Personenverkehr“, zugegriffen am 21. Juni 2022.

¹³ (ebenda)

¹⁴ Statistisches Bundesamt: „Güterverkehr“, zugegriffen am 21. Juni 2022.

¹⁵ Zierer, M & Zierer, K: „Zur Zukunft der Mobilität“, 2010, S. 19.

¹⁶ (ebenda)

¹⁷ Zoche, P et al.: „Virtuelle Mobilität: Ein Phänomen mit physischen Konsequenzen?“, 2002, S. 7.

¹⁸ Ahrend, C et al.: „kleiner Begriffskanon der Mobilitätsforschung“, 2013, S. 2.

Mobilität lässt sich grundsätzlich in drei Arten unterscheiden:

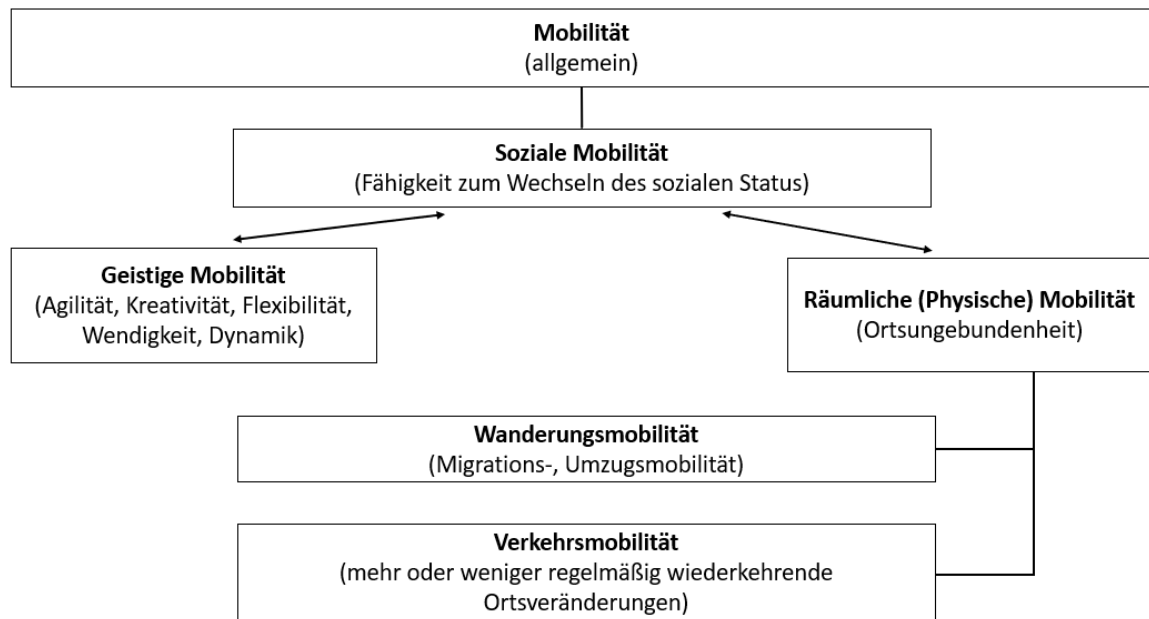


Abbildung 3: Begriffsfeld Mobilität

Quelle: Eigene Darstellung nach Forschungs-Informationssystem (2021): „Das Begriffsfeld Mobilität“

1. soziale Mobilität: umfasst die „Fähigkeit zum Wechseln des sozialen Status“¹⁹
2. geistige Mobilität: beinhaltet die Bewegungen von Gedanken und Vorstellungen²⁰
3. physische Mobilität: bezieht sich auf physische Bewegungen im räumlichen Aspekt zwischen zwei Standorten

In dieser Arbeit liegt der Schwerpunkt auf der räumlichen (physischen) Mobilität und insbesondere auf der Verkehrsmobilität. Die Wanderungsmobilität stellt ebenfalls einen Teilbereich der räumlichen Mobilität dar, ist aber nicht Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit.²¹

Zusammenfassend sind Verkehr und Mobilität nicht synonym zu verwenden, auch wenn sie Gemeinsamkeiten aufweisen. Somit wird Mobilität als das Potenzial der Bewegung angesehen und Verkehr als Bewegung selbst. Diesen Zusammenhang unterstreichen auch TULLY und BAIER: „Das Verkehrssystem ist notwendige Voraussetzung für Mobilität und Mobilität vergegenständlicht sich als Verkehr. Die Potenzialität der Mobilität steht der

¹⁹ Forschungs-Informationssystem: „Das Begriffsfeld Mobilität“, zugegriffen am 29. April 2022.

²⁰ Funke, J & Wink, M: „Perspektiven der Mobilität“, 2018, S. 7.

²¹ Joachim Funke: „Mobilität als Bewegung im physischen, sozialen und geistigen Raum“, 2018, S. 7.

Aktualität des Verkehrs gegenüber.“²² Somit lässt sich die Mobilität aus Unternehmenssicht und der Verkehr aus Arbeitnehmersicht gestalten und beeinflussen. Damit wird in dieser Arbeit Mobilität als entscheidender Faktor gesehen, mit dem der Verkehr in Aufkommen und Zusammensetzung gestaltet werden kann.

2.1.3 Mobilitätsmanagement

Mit der Klärung des Einflussbereiches der Unternehmen kann sich der Forschungsfrage „ob und inwiefern Unternehmen aus Mittweida die Personenmobilität beeinflussen und Anreize zur Reduzierung des anfallenden betrieblichen Verkehrs schaffen können“, angenähert werden. Die unternehmerische Einflussnahme wird unter dem Begriff des Mobilitätsmanagements subsumiert. Dabei umfasst Management allgemein die Steuerung, Leitung oder Führung in einem Unternehmen.²³ Der Etymologie zufolge stammt das Wort aus dem lateinischen „manus agere“, was übersetzt bedeutet „an der Hand führen.“²⁴

Der Begriff „Mobilitätsmanagement“ geht auf die amerikanische Bezeichnung „Transport Demand Management“ zurück und wurde in Deutschland durch FIELDER in den 1980er Jahren übersetzt.²⁵ Durch seine Initiative entstand die Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen. Im Rahmen dieser wurde der Begriff Mobilitätsmanagement 1995 wie folgt definiert: „Das Mobilitätsmanagement richtet sich an den einzelnen Verkehrsteilnehmer und will ihn zu einem Überdenken seiner Mobilitätsansprüche sowie zu einer ‚intelligenten Verkehrsmittelwahl‘ veranlassen.“²⁶

Das bedeutet wiederum, dass dem Verkehrsteilnehmer die Wahl für alternative und umweltfreundliche Verkehrsmittel erleichtert wird und er sich somit gegen den PKW entscheidet. Das Mobilitätsmanagement zielt darauf ab, das Verkehrsaufkommen besser zu koordinieren und das individuelle Verkehrsverhalten „intelligent“ zu beeinflussen.²⁷ Im

²² Claus J. Tully und Dirk Baier, *Mobiler Alltag: „Mobilität zwischen Option und Zwang: vom Zusammenspiel biographischer Motive und sozialer Vorgaben“*, 2006, S. 39.

²³ Dirk Vallée, Barbara Engel, und Walter Vogt: *„Stadtverkehrsplanung Band 1: Grundlagen, Ziele und Perspektiven“*, 2021, S. 162.

²⁴ (ebenda)

²⁵ Robert Roithinger: *„Betriebliches Mobilitätsmanagement mit besonderem Bezug auf den Raum Linz“*, 2005.

²⁶ Vallée, Engel, und Vogt, S. 163.

²⁷ (ebenda)

Jahr 2001 wurde diese Definition vom Umweltbundesamt weiterentwickelt, sodass folgende Begriffserklärung entstand:

„Mobilitätsmanagement ist als strukturierter, kontinuierlicher Abstimmungs- und Entscheidungsprozess mit allen Beteiligten (Verwaltung, Politik, Straßenbaulastträger, Verkehrsunternehmen, Interessensvertretungen usw.) zu begreifen, der durch einen ressortübergreifenden zuständigen Mobilitätsmanager geleitet wird.“²⁸

Im Laufe der Jahre entstanden weitere Definitionen, die weitestgehend darin übereinstimmen, dass das Ziel von Mobilitätsmanagement darin besteht, den Verkehr umwelt-, sozialverträglicher und effizienter zu gestalten.²⁹ Eine besondere Herausforderung liegt damit in einer umweltverträglichen Entwicklung der Mobilität.³⁰ Dies wird mithilfe von Konzepten geschaffen, welche durch Mobilitätsmaßnahmen das individuelle Mobilitätsverhalten beeinflussen sollen.

Die Definition aus dem Jahr 2013 nach LOUEN beschreibt den Begriff wie folgt: „Das Mobilitätsmanagement beschäftigt sich [...] also mit Maßnahmen und Strategien zur Steuerung bzw. Beeinflussung von Mobilität.“³¹ Die Definition des Begriffes befindet sich weiterhin aufgrund der unterschiedlichen Perspektiven und der zeitlichen Einordnung in einer wissenschaftlichen Diskussion und in fortlaufender Entwicklung. Im Rahmen dieser Arbeit wird der Begriff Mobilitätsmanagement nach der Definition von LOUEN verstanden. Mobilitätsmanagement kann auch in ein Unternehmen eingeführt werden, sodass von einem betrieblichen Mobilitätsmanagement gesprochen wird. Voraussetzung für ein systematisches, betriebliches Mobilitätsmanagement stellt in dieser Arbeit das Vorhandensein eines Mobilitätsmanagementbeauftragten im jeweiligen interviewten Unternehmen dar.

²⁸ Vallée, Engel, und Vogt, S. 163.

²⁹ siehe z.B.: Gruber (2019); Schmitt (2021); Umweltbundesamt (2022).

³⁰ Umweltbundesamt: „Mobilitätsmanagement“, zugegriffen am 20. Juni 2022.

³¹ Vallée, Engel, und Vogt: „Stadtverkehrsplanung Band 1“, 2021, S. 163.

2.2 Betriebliches Mobilitätsmanagement

2.2.1 Schwerpunkt

Das Ziel des BMM besteht darin, die Mobilitätsbedürfnisse des Unternehmens und der Mitarbeiter effizienter und umweltfreundlicher zu gestalten, um eine sozialverträgliche Personenmobilität zu fördern.³² Zu den Handlungsfeldern des BMM zählen laut WEHNER, REHME, DÖRING und ROTHER: die Arbeitswege der Mitarbeiter, Dienstreisen, Güter- und Werksverkehr, Besucher- und Kundenverkehr.³³

2.2.2 Rahmenbedingungen

Die Einführung des BMM ist nicht rechtlich verpflichtend, dennoch können sich innerbetriebliche- und überbetriebliche Anlässe ergeben, die zu dieser freiwilligen Maßnahme führen. Innerbetriebliche Anlässe stellen betriebliche Ziele dar, wie beispielsweise die verkehrsbedingten Kostensenkungen im Unternehmen oder die betriebliche Gesundheitsförderung der Mitarbeiter, die sich u.a. mit Mobilitätsveränderungen erreichen lassen.³⁴ Auch die Fachkräftegewinnung durch vielfältige Mobilitätsangebote spielt bei der Einführung von BMM verstärkt eine Rolle.³⁵ Neben den innerbetrieblichen Anlässen ergeben sich auch überbetriebliche, die aufgrund äußerer Rahmenbedingungen entstehen. Dazu zählen zum Beispiel die Verknappung von Parkplatzflächen, die sich in Ballungsräumen aufgrund der verstärkten Flächenknappheit entwickeln können.³⁶ Dies führt dazu, dass der Unternehmensstandort für Arbeitnehmer schlechter erreichbar wird. Der Arbeitgeber kann den Auswirkungen auf diverse Wirtschaftsprozesse durch Verspätungen, zum Beispiel, mit der Bereitstellung von alternativen Verkehrsmitteln im Rahmen der Einführung des BMM entgegenwirken.

Die Corona-Pandemie ist der wohl bislang größte überbetriebliche Anlass, welcher enorme Auswirkungen auf die Mobilität im Allgemeinen und die betriebliche Mobilität im Speziellen hat. Die folgende Tabelle bietet einen beispielhaften Überblick über innerbetriebliche als auch überbetriebliche Motivationen, die zur Einführung eines BMM führen können.

³² Umweltbundesamt: „Mobilitätsmanagement“, zugegriffen am 24. Juli 2022.

³³ Heike Proff: „Transforming Mobility – What Next?: Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte“ 2022, S. 138.

³⁴ IHK Köln: „Betriebliches Mobilitätsmanagement Chancen für die regionale Wirtschaft“, 2019, S.12.

³⁵ B.A.U.M: „Leitfaden zum Betrieblichen Mobilitätsmanagement (BMM)“ 2021, S. 5.

³⁶ (ebenda)

Innerbetriebliche Anlässe für die Einführung eines BMM	Überbetriebliche Anlässe für die Einführung eines BMM
<ul style="list-style-type: none"> – Fachkräftesicherung durch steigende Attraktivität des Unternehmensstandortes – Reduzierung der verkehrsbedingten Kosten – Unzufriedenheit der Mitarbeiter durch Parkplatzmangel – Imagegewinn durch Beitrag zum Klimaschutz – Verspätung der Mitarbeiter aufgrund der schlechten Verkehrsanbindung 	<ul style="list-style-type: none"> – Integration in kommunal veranlassten Mobilitätsmanagementprojekten – Verbesserung der Erreichbarkeit des Standortes – Bauvorhaben, die den Verkehrsfluss in einer Region einschränken – Anreize wie Förderprogramme und Unterstützungsangebote – Pandemien

Tabelle 1: Anlässe für die Einführung des BMM

Quelle: Karth(2009): „Betriebliches Mobilitätsmanagement am Beispiel des Otto-Wagner-Spitales“ S.14

Bei der Einführung des betrieblichen Mobilitätsmanagement entstehen Kosten in unterschiedlichen Höhen, je nach Unternehmensgröße sowie Art und Umfang der eingeführten Mobilitätsmaßnahmen. Ebenso bedarf die Einführung eines gewissen Zeitaufwandes. Ein weiterer Nachteil kann sein, dass der Beschluss der Maßnahme und dessen Nutzungsmöglichkeit nicht zeitgleich geschehen. So kann es beispielsweise zu Verzögerungen aufgrund von Lieferschwierigkeiten zwischen Bestellung und Auslieferung eines Job-Bikes kommen. Dennoch überwiegen langfristig die Vorteile, die für das Unternehmen, deren Mitarbeiter und die Umwelt entstehen.

Nachfolgend eine Auflistung möglicher Vorteile und Anreize für Unternehmen zur Einführung eines BMM (ohne Anspruch auf Vollständigkeit).

Vorteile Unternehmen	Vorteile Beschäftigte
Imagegewinn bessere Außenwirkung Steigerung der Lebensqualität Beitrag zum Klimaschutz bessere Erreichbarkeit des Standortes Verbesserung der Fitness und Gesundheit der Mitarbeiter	
<ul style="list-style-type: none"> – Fachkräftegewinnung und -Sicherung – CO₂-Einsparung – Reduzierung von Parkflächen 	<ul style="list-style-type: none"> – Senkung von anfallenden Fahrtkosten (z.B. Treib- und Betriebsstoffe) – Verbesserung des Betriebsklimas

Tabelle 2: Vorteile des BMM

Quelle: Kreiner (2008): „Betriebliches Mobilitätsmanagement“, S. 20

Wie der Tabelle zu entnehmen ist, finden sich hauptsächlich die gleichen Vorteile, sowohl auf der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite. Gleichzeitig entstehen positive Umweltleistungen wie zum Beispiel die Reduzierung der Schadstoffausstöße, die aufgrund der umweltfreundlichen Mobilitätsträger entstehen, die mithilfe des BMM eingeführt werden (z.B.: Job-Bike).³⁷

2.2.3 Akteure

Um erfolgreich BMM einführen zu können, ist ein Zusammenspiel zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmern notwendig, um Probleme zu identifizieren und Lösungen zu erarbeiten.³⁸ Um die Akzeptanz der Maßnahmen zu erhöhen, ist eine frühzeitige Einbindung der Mitarbeiter unabdingbar.³⁹ Im betrieblichen Mobilitätsmanagement steht der Verkehr, der durch die Mitarbeiter verursacht wird, im Fokus, somit zählen diese als Hauptakteure. Akteure sind nicht als Stakeholder zu verstehen. Der Unterschied liegt darin, dass Akteure unweigerlich an der Einführung des BMM beteiligt sind, während Stakeholder lediglich Interesse am Verlauf oder den Ergebnissen des BMM aufweisen. Neben den Mitarbeitern existieren noch weitere Akteure, die direkt und indirekt Einfluss auf das BMM nehmen. Die

³⁷ Epomm – the european platform on mobility management: „Mobilitätsmanagement: eine Definition des Mobilitätsmanagements und Kategorisierung der Mobilitätsmanagement-Maßnahmen“, (o. D.), S. 12.

³⁸ B.A.U.M.: „Leitfaden zum Betrieblichen Mobilitätsmanagement (BMM)“ (München, 2021), (o. D.) S. 9.

³⁹ Forschungsinformationssystem: „Akteure im betrieblichen Mobilitätsmanagement“, zugegriffen 23. Mai 2022.

nachfolgende Grafik gibt einen Überblick über die direkten und indirekten Akteure des BMM.



Abbildung 4: Akteure des BMM

Quelle: Forschungs-Informations-System (2018): „Akteure im betrieblichen Mobilitätsmanagement“

Zu den direkten Akteuren zählen:

- Betrieb
- Beschäftigte
- Berater

Die *Beschäftigten* sind die zentralen Akteure, da das betriebliche Mobilitätsmanagement das Ziel verfolgt, die Mobilitätsbedürfnisse des Unternehmens und der Mitarbeiter effizienter und nachhaltiger zu gestalten, um eine sozialverträgliche Personenmobilität zu fördern.⁴⁰ Zu der Akteursgruppe *Betrieb* zählen die Geschäftsführung und die Personalabteilung. Die Akteursgruppe der *Berater* wirkt unterstützend bei der Einführung des BMM in Unternehmen. Beispielsweise berät der „Bundesdeutsche Arbeitskreis für

⁴⁰ Umweltbundesamt: „Mobilitätsmanagement“, zugegriffen am 24. Juni 2022.

Umweltbewusstes Management“ (B.A.U.M. e.V.) Mitgliedsunternehmen bei der Erstellung von Mobilitätskonzepten.⁴¹ Zu den indirekten Akteuren zählen:

- Nachbarbetriebe
- Multiplikatoren
- Politik
- Kommune
- Dienstleister

Die *Nachbarbetriebe* können die Mobilitätsmaßnahmen und Verhandlungen mit Mobilitätsdienstleistern untereinander abstimmen, sodass dadurch mehr Synergien gewonnen werden.⁴² Zu den *Multiplikatoren* für das BMM zählen: „Kammern, Umweltverbände, Interessenverbände, Krankenkassen und Berufsgenossenschaften“⁴³, diese engagieren sich aus eigenem Interesse für das BMM. Die Berufsgenossenschaften sind die Träger der gesetzlichen Unfallversicherung und vertreten das Interesse, die Wegeunfälle zu reduzieren. Das BMM kann beispielsweise dazu beitragen, den ÖPNV mit einem Job-Ticket attraktiver zu gestalten, um somit die Mitarbeiter zu einem Umstieg (vom PKW) zu bewegen. Eine Folge wäre die statistische Abnahme von Autounfällen durch weniger Verkehrsaufkommen.⁴⁴ Die *Politik* im Sektor Verkehr beeinflusst das Mobilitätsverhalten und stellt die Rahmenbedingungen und kann durch Förder- und Finanzierungsmaßnahmen Einfluss auf das BMM nehmen.⁴⁵ Auf der *kommunalen Ebene* spielt das BMM bei der „Verkehrs- und Stadtplanung, in der Wirtschaftsförderung und beim Umweltschutz“⁴⁶ eine Rolle, denn es kann dort einen wesentlichen Beitrag zur Stadtgestaltung und zum Umweltschutz leisten. *Dienstleister* wie beispielsweise Carsharing-Anbieter, regionale Fahrradhändler sowie die Verkehrsverbände profitieren von den Maßnahmen des BMM, da sie die Möglichkeit haben, einen Teil zur Einführung

⁴¹ Forschungsinformationssystem: „Akteure im betrieblichen Mobilitätsmanagement“, zugegriffen am 11. Mai 2022.

⁴² Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie: „Erkenntnisse für die Praxis aus dem Projekt BMM HOCH DREI: BMM HOCH DREI, Betriebliches Mobilitätsmanagement im Bergischen Städtedreieck“, 2019, S. 6.

⁴³ (ebenda)

⁴⁴ Statistisches Bundesamt: „Unfälle und Verunglückte im Straßenverkehr“, zugegriffen am 11. Juli 2022.

⁴⁵ Forschungsinformationssystem: „Rahmenbedingungen des betrieblichen Mobilitätsmanagements (BMM)“, zugegriffen am 11. Mai 2022.

⁴⁶ (ebenda)

beizutragen und damit den Umsatz des eigenen Unternehmens zu steigern.⁴⁷ All diese Akteure tragen dazu bei, das BMM auf unterschiedliche Weise direkt und indirekt zu beeinflussen.

2.2.4 Mobilitätsmaßnahmen

Das Unternehmen hat vielfältige Möglichkeiten, Mobilitätsmaßnahmen im Rahmen des BMM einzuführen. Je nach geografischer Lage des Unternehmens und den in Tabelle 1 aufgeführten Anlässen bieten sich unterschiedliche Möglichkeiten an. Diese Arbeit gliedert die Maßnahmen in fünf Oberbegriffe. Es folgt eine Übersicht der Maßnahmen mit Beispielen (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

Kategorie	Beispiele
Sharing	<ul style="list-style-type: none"> – Van-Pooling, – Busdienst – Fahrgemeinschaftsbörsen
standortbezogene Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> – Radabstellanlagen – Errichtung von Sanitäreinrichtungen
Maßnahmen zur finanziellen Unterstützung	<ul style="list-style-type: none"> – Jobticket – Bahncard – Prämien – Förderung Diensträder
Arbeitsorganisation	<ul style="list-style-type: none"> – 4-Tage Woche – Gleitzeit – Homeoffice – Dienstreisen, z.B. Nutzung digitaler Kanäle zur Kommunikation mit Kunden nutzen
Sensibilisierungen	<ul style="list-style-type: none"> – Workshops, Schulungen – Vorträge – Nutzung von E-Autos

Tabelle 3: Unterteilung der Mobilitätsmaßnahmen

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage von EPOMM (o.D): „Mobilitätsmanagement: eine Definition“, S. 10

Zu der ersten Unterteilung *Sharing* zählen Fahrgemeinschaften, die entweder von den Mitarbeitern selbst oder mithilfe der Geschäftsführung organisiert werden. Eine weitere Möglichkeit wäre die Organisation eines Fahr- oder Busdienstes. Der Bustransfer richtet sich nach den Arbeitszeiten und Wohnorten der Mitarbeiter. Grundvoraussetzung zur

⁴⁷ Forschungsinformationssystem: „Akteure im betrieblichen Mobilitätsmanagement“, zugegriffen am 23. Mai 2022.

Schaffung einer solchen Bedingung ist ein bestehender Bedarf dafür.⁴⁸ Die zweite Unterteilung bilden die *standortbezogenen Maßnahmen*. Dazu zählen beispielsweise neben den Sanitäranlagen auch die Errichtung von eingezäunten und überdachten Fahrradparkplätzen. Der Bau von Fahrradabstellplätzen kann dabei mit der Einführung eines Job-Bikes (o.ä.) verbunden werden.⁴⁹ Die Angebote eines Job-Bikes und Jobtickets (o.ä.) für Mitarbeiter gehören zu den *Maßnahmen zur finanziellen Unterstützung*. In die Unterteilung *Arbeitsorganisation* fallen Maßnahmen wie die 4-Tage-Woche, Gleitzeitarbeit und Homeoffice. Letzteres kann die Anzahl der Arbeitswege stark reduzieren und somit die betriebliche Mobilität beeinflussen.⁵⁰ Die Schulungen der Mitarbeiter durch Workshops und Vorträge tragen zu einer *Sensibilisierung* des Mobilitätsverhalten bei.

2.3 Betriebliches Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum

Die im Kapitel 2.2 aufgezeigten Facetten des betrieblichen Mobilitätsmanagements wurden in einer generischen Auseinandersetzung ohne Bezugnahme auf infrastrukturelle Besonderheiten wie beispielsweise Standortgegebenheiten dargestellt. Im Folgenden wird untersucht, ob ländliche Räume die Schwerpunkte, Rahmenbedingungen sowie die Akteure und mögliche Maßnahmen von betrieblichen Mobilitätsmanagement beeinflussen. Dazu werden Hypothesen abgeleitet, die als Grundlage der empirischen Untersuchung in Mittweida dienen. Im Folgenden wird der Begriff Organisationen synonymisch für Unternehmen sowie Bildungseinrichtungen verwendet.

Der Begriff „ländlicher Raum“ unterlag im Laufe der Jahre aufgrund des Wandlungsprozesses von der Agrargesellschaft zur Industriegesellschaft einer starken Veränderung. Während zu Beginn des 19. Jahrhunderts der Begriff durch Berufe in der Landwirtschaft, mehrschichtige soziale Gruppierungen wie Kirche, Nachbarschaft und Stadt und „herrschaftliche und genossenschaftliche Bindungen in der Rechtsordnung und Wirtschaft mit daraus folgender Einschränkung einer individuellen Berufstätigkeit charakterisiert war, wurde der Begriff in den vergangenen Jahren unter Berücksichtigung der demografischen und soziologischen Merkmale weiter spezifiziert.⁵¹ Je nach

⁴⁸ (ebenda)

⁴⁹ Epomm – the european platform on mobility management: „Mobilitätsmanagement: eine Definition des Mobilitätsmanagements und Kategorisierung der Mobilitätsmanagement-Maßnahmen“, (o. D.), S. 12.

⁵⁰ Kreiner: „Betriebliches Mobilitätsmanagement“, (o. D.), S. 35.

⁵¹ Alexandra Zuralski: „Der ländliche Raum - Definition, Funktionen und Merkmale des ländlichen Raumes“ 2008, S. 3.

Themenstellung und Forschungsgebiet werden andere Indikatoren bzw. Kriterien für die Kategorisierung des Begriffes „ländlicher Raum“ verwendet. Laut SCHÄFERS und ZAPF werden Ländliche Räume in zwei verschiedene Grundtypen unterschieden⁵²:

- 1) Ländliche Räume höherer Dichte
„Regionen mit Dichte > 100 E/ km²: Regionen, die eine für ländliche Räume relativ hohe Bevölkerungsdichte und i.d.R. ein bedeutsames Zentrum aufweisen.“⁵³

- 2) Ländliche Räume geringerer Dichte
„Regionen mit einer Dichte < 100 E / km²: Regionen, die eine insgesamt geringere Bevölkerungsdichte aufweisen, selbst wenn ein bedeutsames Zentrum vorhanden ist.“⁵⁴

Die höchste Stufe der Bevölkerungsdichte wird als „Verdichtungskern“, mit über 1.000 Einwohnern pro km², definiert. Im Vergleich dazu lebten im Untersuchungsgebiet Mittweida mit Stand 01.12.2021 auf einer Fläche von 41,24 km² 16.161 Einwohner.⁵⁵ Das entsprach einer Bevölkerungsdichte in der Stadt von 392 Einwohnern je Quadratkilometer. Der Untersuchungsraum entspricht somit einem ländlichen Raum höherer Dichte. Bezogen auf den ländlichen Raum um Mittweida mit den umliegenden Ortsteilen wie zum Beispiel: Frankenau, Thalheim, Lauenhain, Falkenhain und der Stadt Mittweida, ergibt sich eine geringere Bevölkerungsdichte von 142 Einwohnern je Quadratkilometer im Landkreis Mittelsachsen.⁵⁶

Es ist anzunehmen, dass Standortgegebenheiten Einfluss auf die Rahmenbedingungen und Eignung möglicher Maßnahmen haben. Unter Berücksichtigung der Kategorisierung nach SCHÄFERS und ZAPF ergibt sich ein Forschungsbedarf zu den Grundlagen und Rahmenbedingungen des betrieblichen Mobilitätsmanagement. Das Ziel des BMM besteht darin, unabhängig, ob es sich um die Einführung des BMM in einem Unternehmen im ländlichen Raum oder im Ballungsgebiet (verstädterter Raum mit mindestens einer Bevölkerungsdichte von 1000 Einwohner je Quadratkilometer⁵⁷) handelt, die Mobilitätsbedürfnisse des Unternehmens und der Mitarbeiter effizienter und nachhaltiger zu

⁵² Bernhard Schäfers und Wolfgang Zapf: „Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands“, 2001, S. 687.

⁵³ (ebenda)

⁵⁴ (ebenda)

⁵⁵ Mittelsachsen: „Der Kreis“, zugegriffen 21. Juni 2022.

⁵⁶ (ebenda)

⁵⁷ Duden: „Ballungsgebiet“, zugegriffen am 18. Juli 2022.

gestalten, um eine sozialverträgliche Personenmobilität zu fördern.⁵⁸ Daraus ergibt sich folgende Hypothese:

H1: Ein Ziel des BMM ist es, unabhängig vom Unternehmensstandort, die Mitarbeitermobilität zu beeinflussen und den motorisierten Individualverkehr zu reduzieren.

Wie im Kapitel 2.2.3 beschrieben, sind die Mitarbeiter die Adressaten des BMM, sodass diese unmittelbar in die Mitgestaltung des BMM einbezogen werden müssen. Es werden dadurch höhere Erfolge bei der Einführung von Mobilitätsmaßnahmen erzielt. Daraus lässt sich folgende Hypothese ableiten:

H2: Die Einbeziehung der Mitarbeiter in die Gestaltung des BMM verspricht eine bessere Umsetzung der Maßnahmen.

Die Beeinflussung der Mitarbeitermobilität gestaltet sich aufgrund der Ausgangssituation im ländlichen Raum anders als in Ballungszentren. Während bei letzterem zum Beispiel: aufgrund der Flächenknappheit und folglich des Parkplatzmangels sich die Zeit für die Parkplatzsuche erheblich steigern kann, wird in selbem Maße die Erreichbarkeit des Unternehmensstandortes zeitintensiver. In solch einem Fall eignen sich besonders Maßnahmen zur Förderung der Nutzung des ÖPNV. Im ländlichen Raum dagegen sind die meist unzureichende Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr, eine zu geringe Frequentierung von Bussen und Zügen sowie das spärliche Haltestellenangebot ausschlaggebende Gründe, doch das Auto zu nutzen.⁵⁹ Die Standortfaktoren des ländlichen Raums unterscheiden sich aufgrund der Rahmenbedingungen von denen in Ballungsgebieten. Dennoch gibt es viele Betriebe im ländlich geprägten Umland, die sich aufgrund vorteilhafter Standortfaktoren dort etablieren konnten.

Eine geringe Bevölkerungsdichte, die meist unzureichenden Anbindungen an das Autobahnnetz und das ausbaufähige Netz der Deutschen Bahn stellen gerade für Unternehmen im ländlichen Raum enorme Herausforderungen dar.⁶⁰ Die Wahl des Standortes ist somit für Unternehmen existenziell. Für diese ist die Lage möglichst so zu wählen, dass langfristig eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung gewährleistet ist.⁶¹ Sechs verschiedene Faktoren sind für die Wahl des Standortes ausschlaggebend. Dazu zählen die

⁵⁸ Umweltbundesamt: „Mobilitätsmanagement“, zugegriffen am 28.Juni 2022.

⁵⁹ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft „Ländliche Regionen verstehen“, 2020, S. 22.

⁶⁰ (ebenda)

⁶¹ Kußmaul, H.: „B. Rechtsstrukturen und Standortwahl“, (o. D.) S. 145.

absatzorientierende Faktoren (1.), welche den Absatzmarkt analysieren. Das bedeutet, es wird nach möglichen Konkurrenten und Absatzkontakten sowie Lieferanten gesucht.⁶² Die Dichte der Konkurrenz branchengleicher Unternehmen im ländlichen Raum ist geringer als im Verdichtungskern.⁶³ In der folgenden Abbildung wird eine signifikant höhere Anzahl an Unternehmen in der Nähe von Ballungsgebieten deutlich.

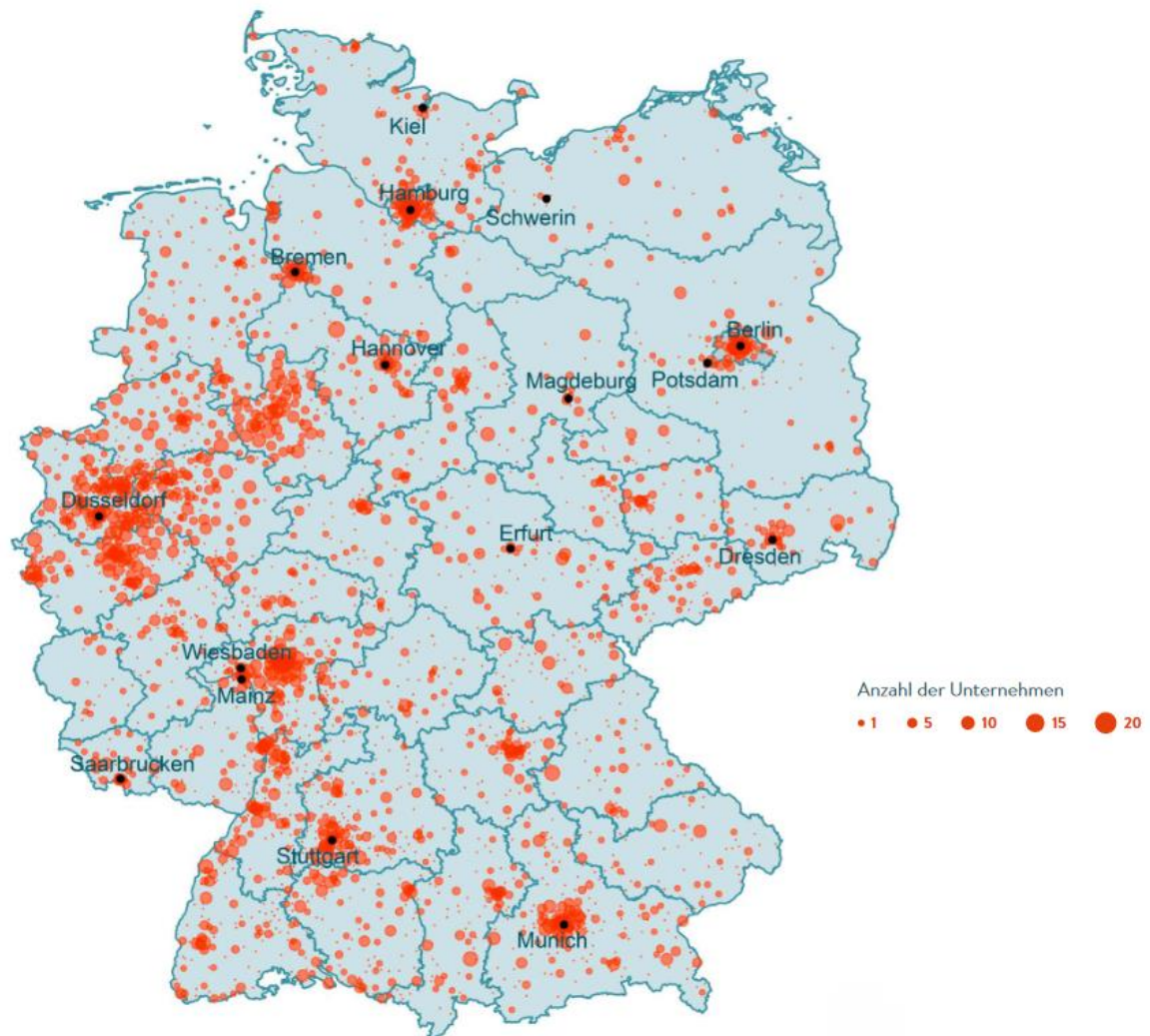


Abbildung 5: Unternehmensdichte in Deutschland

Quelle: Stifterverband und Bertelsmann Stiftung, CC-Survey 2018, S.7

Daraus ergibt sich folgende Hypothese:

H3: Organisationen mit Sitz im Untersuchungsraum haben weniger lokale Konkurrenten als branchengleiche Organisationen in einer Großstadt.

⁶² Kußmaul, H.: „B. Rechtsstrukturen und Standortwahl“, (o. D.) S. 145.

⁶³ Anaël Labigne u. a.: „Bessere Daten für besseres Unternehmensmanagement“, 2018, S. 7.

Ein weiterer Standortfaktor im ländlichen Raum beschäftigt sich mit dem *Arbeitsmarkt (2.)*.⁶⁴ Es werden das Gehaltsniveau und das Qualifikationsniveau der möglichen Arbeitnehmer im Umland geprüft. Durch die Schaffung von Arbeitsplätzen stellt das Unternehmen in gewisser Weise eine Existenzsicherung für die Bevölkerung dar, sodass Mitarbeiter vor allem verstärkt aus der Region für das Unternehmen arbeiten.⁶⁵ So sind zum Beispiel Hochschulen, wie in Mittweida ansässig, oder Universitäten im ländlichen Raum ein guter Garant, um nach Studienabschluss junge, ausgebildete Arbeitskräfte in die Unternehmen zu führen und diese auch längerfristig an sich zu binden. Aufgrund der geringeren Dichte von Unternehmen im ländlichen Raum haben diese günstigere Möglichkeiten an Projekten und Kooperationen mit der Hochschule im Untersuchungsraum mitzuwirken. Es ergeben sich daraus folgende Hypothesen:

H4: Organisationen zählen die Hochschulnähe als Vorteil, weil dadurch die Chancen auf Kooperationen und Projekte sowie die Gewinnung von hochqualifizierten Mitarbeitern steigt.

H5: Organisationen mit Sitz im Untersuchungsraum sind subjektiv stark mit der Region verbunden.

H6: Der Großteil der Mitarbeiter der Organisationen stammen aus der Region.

Bei den *Fertigungsfaktoren (3.)* werden die technischen Begebenheiten bzw. die baulichen Voraussetzungen analysiert.⁶⁶ Mithilfe der *betriebswirtschaftlichen Aspekte (4.)* erfolgt eine Analyse der Standortkosten, dazu zählen: Mietpreis, Nebenkosten sowie die Grundstückspreise.⁶⁷ Durch die verfügbaren und zum Teil großen Gewerbeflächen kann es im ländlichen Raum zu Preisnachlässen⁶⁸ kommen, sodass sich folgende Hypothese ableiten lässt:

H7: Zu den Hauptvorteilen für die Standortwahl im ländlichen Raum zählen die günstigeren Gewerbeflächen.

⁶⁴ Herbert, J.: „Industriebetriebslehre: Handbuch für Studium und Prüfung“, 1990, S. 35.

⁶⁵ Kußmaul, H. „B. Rechtsstrukturen und Standortwahl“, (o. D.), S. 145.

⁶⁶ (ebenda)

⁶⁷ (ebenda)

⁶⁸ Simon Werther: „Coworking als Revolution der Arbeitswelt: von Corporate Coworking bis zu Workation“, 2021, S. 5.

Zu den *infrastrukturellen Faktoren* (5.) zählen Verkehrsanbindungen zum Beispiel: öffentlicher Nahverkehr, Autobahnanbindung, öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungsanbieter, die im ländlichen Raum disperser sind als in Ballungszentren.⁶⁹ Anhand dessen ergibt sich folgende Hypothese:

H8: Je besser die Anbindung (ÖPNV, Autobahn) an die Organisation, desto mehr Mitarbeiter arbeiten aus dem Umland für das Unternehmen.

Als letzter Faktor fließen *rechtliche Aspekte* (6.) mit ein, dazu zählen die Baunutzungsverordnung sowie der Bebauungsplan.⁷⁰ Erst wenn all diese Faktoren analysiert wurden, kann eine Aussage getroffen werden, ob der Standort für das Unternehmen geeignet ist.

⁶⁹ (ebenda)

⁷⁰ Heinz Kußmaul: „B. Rechtsstrukturen und Standortwahl“, 2016, S. 99.

3 Methodenteil

Um die Forschungsfrage zu klären, ob und inwiefern Unternehmen aus Mittweida die Personenmobilität beeinflussen und Anreize zur Reduzierung des anfallenden betrieblichen Verkehrs schaffen können, wurde der qualitative Forschungsansatz in Form eines leitfadengestützten Experteninterviews gewählt. Im Kapitel 3.1 wird das methodologische Vorgehen erläutert. Aufbauend darauf erfolgt im Kapitel 3.2 die Beschreibung der Datenerhebung und im Kapitel 3.3 wird die Auswertungsmethode nach Mayring vorgestellt.

3.1 Methodologisches Vorgehen

Anhand der generierten Hypothesen aus der Literatur entstand, ausgehend von der aktuellen Grundlage des Wissenstandes, ein Forschungsanspruch. Aus der Erkenntnis wird eine Forschungsmethode aus dem Bereich der empirischen Sozialforschung als geeignet identifiziert. Die vorliegende empirische Studie untersucht das Einflussvermögen von Unternehmen im ländlichen Raum basierend auf der betrieblichen Personenmobilität und der oben genannten Forschungsfrage. Diese zielt nicht (wie bei einer quantitativen Forschung) auf numerische Ergebnisse, sondern auf subjektive Einschätzungen zur Thematik ab, weshalb es einer Forschungsmethode bedarf, die eine offene und flexible Datenerhebung ermöglicht.⁷¹ Um herauszufinden, wie Unternehmen aus Mittweida, die Personenmobilität beeinflussen, fiel die Wahl auf die Forschungsmethode des leitfadengestützten Experteninterviews. Der vorab dafür entwickelte thematische Leitfaden unterstützt den Interviewer dabei, während des Interviews die Kernthemen im Blick zu behalten und eine Vergleichbarkeit der Aussagen zwischen verschiedenen Befragten sicherzustellen. Als Interviewpartner wurden die acht größten Arbeitgeber der Region ausgewählt.

Die Hauptvorteile dieser offenen Erhebungsmethode liegen darin, dass der Befragte frei und offen erzählen und auf Nachfrage spezifischer antworten sowie persönliche Sichtweisen und Erfahrungen darlegen kann. Der Nachteil an dieser empirischen Erhebungsmethode ist das Sampling: aufgrund der geringen Anzahl von Interviews, kann keine Repräsentativität der Ergebnisse beansprucht werden.

⁷¹ Doris Berger-Grabner: „Praxis empirischer Sozialforschung und Begrifflichkeiten“, 2016, S. 117.

Die Schwerpunkte des Leitfadens wurden anhand der Ergebnisse der Literaturrecherche festgelegt. Somit wird die Prüfung der Hypothesen durch die Experteninterviews ermöglicht. Die Leitfragen sind erst einmal so gestaltet, dass für die Befragten genug Spielraum für die Beantwortung der Fragen besteht. Nach jeder dieser Leitfragen folgen spezifizierte Unterfragen, um detailliertere Informationen zu. Der Leitfaden besteht aus vier Themenblöcken.

Themenblock 1

- Gründe des Unternehmenssitzes in Mittweida
- Vor- und Nachteile des Unternehmenssitzes Mittweida

Themenblock 2

- beinhaltet detaillierte Aspekte zur betrieblich verursachten Mobilität wie zum Beispiel. der Mobilität durch Arbeitswege, Kundenbesuche, Aufträge und Dienstgänge

Themenblock 3

- Untersuchung der Mitarbeitermobilität
- Aufschluss über das Mobilitätsverhalten der Mitarbeiter
- Verantwortung des Unternehmens im Bezug zur Mitarbeitermobilität

Themenblock 4

- Analyse des Interesses der Unternehmen an regionaler Zusammenarbeit
- Überdenken und Organisation einer zukünftigen gemeinschaftlichen Mobilität

Zur Sicherung der Validität des Interviewdesigns wurde einerseits der Leitfaden inklusive Steckbrief mit fachkundigen Personen mehrfach besprochen, andererseits wurde nach zwei Interviews der Leitfaden reflektiert und spezifiziert. Bei der Entwicklung des Leitfadens wurde eine große Vielfalt an Fragen erarbeitet, die sich aus der Unterschiedlichkeit möglicher Personenmobilität (Arbeitswege, Kundenbesuche, Aufträge und Dienstgänge) sowie der Vielzahl potenzieller Maßnahmen, wie in Kapitel 2.2.4 beschrieben, ergab. Um die Komplexität der Interviews zu reduzieren und die Interviewzeit entsprechend zu kürzen, erhielten die Interviewpartner vorher einen standardisierten Steckbrief, der gleichzeitig als Vorbereitung diente. In dessen Auswertung wurden die Fragen für das Interview individuell angepasst. Der Steckbrief befindet sich im Anhang 1 und umfasste sieben Schwerpunkte:

1. Gründungsjahr
2. Art der Unternehmensführung
3. weitere Unternehmensstandorte
4. Anzahl der Mitarbeiter am Standort
5. Herkunft der Mitarbeiter
6. Ausbildung
7. Gründe zur Entstehung von Mobilität

Die Qualitätssicherung der wissenschaftlichen Untersuchung wird mittels der Gütekriterien der qualitativen Forschung: Transparenz, Intersubjektivität und Reichweite gewährleistet und angewendet. Auf die Studie bezogen bedeutet das, dass die Durchführung nachvollziehbar und detailliert dokumentiert und die Wahl der Forschungsmethode begründet sein muss (Transparenz). Die Ergebnisse werden nachvollziehbar und neutral dargestellt, sodass die Leser es selbst interpretieren sowie sich eine eigene Meinung bilden können (Intersubjektivität). Bei einer wiederholten Durchführung der Interviews würden ähnliche Ergebnisse erzielt werden können (Reichweite).

3.2 Datenerhebung

Im Zeitraum vom 18.03.2022 bis 05.05.2022 konnten acht Interviews durchgeführt werden. Die Interviewdauer betrug zwischen 9 und maximal 40 Minuten. Die Auswahl der Interviewpartner erfolgte anhand der größten Arbeitgeber der Region, diese wurden durch Telefon und E-Mail-Kontakt für das Interview gewonnen. Als Interviewpartner wurden Führungskräfte der jeweiligen Standortleitungsebene von Unternehmen im Untersuchungsraum – Mittweida ausgewählt. Die Zustimmung zur digitalen Aufzeichnung des Gesprächs mittels des Videokonferenztools ZOOM oder des hochschuleigenen Endgerätes wurden vorab eingeholt. Die Interviewpartnern waren: vier Industrieunternehmen (I¹, I², I⁵, I⁷), zwei Bildungseinrichtungen (I⁶, I⁸) sowie zwei Dienstleistungsunternehmen (I³, I⁴).

Folgende Interviewpartner wurden akquiriert:

Interview	Branche	Unternehmensgröße in Anzahl Mitarbeiter	Datum	Durchführung
I ₁	Elektronik	34 Mitarbeiter	18.03.2022	Online
I ₂	Luft- und Raumfahrt	364 Mitarbeiter	31.03.2022	Online
I ₃	Fitness	11 Mitarbeiter	12.04.2022	Präsenz
I ₄	Finanzen	200 Mitarbeiter	12.04.2022	Präsenz
I ₅	Elektrotechnik	130 Mitarbeiter	14.04.2022	Online
I ₆	Bildung	64 Mitarbeiter	26.04.2022	Präsenz
I ₇	Textil	129 Mitarbeiter	27.04.2022	Präsenz
I ₈	Bildung	602 Mitarbeiter	05.05.2022	Präsenz

Tabelle 4: Übersicht Interviewpartner

Quelle: Eigene Darstellung

Die aufgenommenen Audiodateien der Interviews wurden mit der Transkriptionssoftware Amberscript⁷² automatisiert, transkribiert und anschließend manuell geprüft und gemäß dem einfachen Transkriptionssystem nach Dresing und Pehl aufbereitet. Es erfolgte eine Überprüfung und Nachbereitung des vorgefertigten transkribierten Dokuments in Microsoft Word. Die Transkripte sind im Anhang 4 dargestellt. Für die Auswertung der Interviews wurden die Namen der Befragten sowie deren Unternehmensname anonymisiert. Lediglich die Branche, Unternehmensgröße, Datum und Art der Durchführung wurden aufgeführt.

⁷² www.amberscript.de

3.3 Qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsmethode

Die Datenauswertung in dieser Forschung orientiert sich an der qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYRING. Dabei wird zwischen drei Analysetechniken: Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung unterschieden. Die Auswertung erfolgt anhand des Ablaufmodells der zusammenfassenden Technik mit der induktiven Kategorienbildung. Nach MAYRING ist eine Möglichkeit des Interpretierens die zusammenfassende Technik: „Ziel der Analyse ist es, das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion einen überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist.“⁷³ Das Vorgehen der Datenauswertung wird nachfolgend anhand von Auszügen aus den Auswertungstabellen exemplarisch dargelegt. Um mit der Datenauswertung zu beginnen, müssen zunächst als Vorbereitung die Begriffe Auswertungseinheit, Kodiereinheit, Kontexteinheit, Paraphrase, Generalisierung und Reduktion im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse in Bezug nach Mayring festgelegt werden:

- *Auswertungseinheit*
Bestimmt welche Textteile ausgewertet werden. In dieser Forschung geht es um die Experteninterviews, sodass jedes Experteninterview einer Auswertungseinheit entspricht.
- *Kodiereinheit*
Kleinster Textbestandteil, der ausgewertet und der unter eine Kategorie fallen kann, wie zum Beispiel die Wörter: Mittweida, Standort, Mitarbeitermobilität.⁷⁴
- *Kontexteinheit*
Festlegung des größten Textbestandteiles, der unter eine Kategorie fallen und ausgewertet werden kann. Dazu zählen bei den Experteninterviews ganze Sätze, die zum Beantworten der Forschungsfrage beitragen.⁷⁵
- *Paraphrase*
Textbausteine werden auf den wesentlichen Inhalt beschränkt und runtergekürzt⁷⁶ zum Beispiel. wird aus der Aussage (I₄, Z. 269): „Ich denke, es schaut ja jeder Arbeitgeber, wie kann er seinen Mitarbeitern gegenüber auch attraktiv sein? Und die Möglichkeiten gibt es. Das ist ein Vorteil vom Mitarbeiter und ich glaube, im Betrieb kostet es nicht allzu viel. Von daher sind wir da aufgeschlossen solchen Dingen gegenüber und bieten das (Mobilitätsangebote) halt auch an!“ → „Allgemein ist die Geschäftsführung gegenüber solchen mobilitätsbezogenen Mitarbeiterunterstützungen positiv und offen eingestellt.“

⁷³ Philipp Mayring: „Qualitative Inhaltsanalyse Grundlagen und Techniken“, 2015, S. 67.

⁷⁴ Philipp Mayring: „Qualitative Inhaltsanalyse Grundlagen und Techniken“, 2015, S. 61.

⁷⁵ (ebenda)

⁷⁶ (ebenda)

- *Generalisierung*
Ist die Verallgemeinerung von Inhalten⁷⁷. Aus „Allgemein ist die Geschäftsführung gegenüber solchen Mitarbeiterunterstützungen positiv und offen eingestellt“, entsteht: „Wohlvollende Einstellung gegenüber Maßnahmen zur Mitarbeitermobilität zur Steuerung und Lenkung.“
- *Reduktion*
Stellt die Kürzung der generierten Aussagen auf das Wesentliche dar.⁷⁸

Mit der Bestimmung der Analyseeinheit fängt die Durchführung der Auswertung an. In diesem Schritt werden die Kodier- und Kontexteinheiten festgelegt. Als Analyseeinheit zählt jede Aussage der Befragten über die Mobilität im Unternehmen sowie über den Standort Mittweida. Im nächsten Schritt wird die Paraphrasierung vorgenommen, dafür werden die Kodiereinheiten in eine gekürzte, nur auf den Inhalt begrenzte, aber beschreibende Form abgewandelt. Nicht relevante Textbausteine werden dabei gestrichen. MAYRING sieht für die Paraphrasierung folgende Interpretationsregeln (Z1) vor⁷⁹:

- Textbestandteile wie Wiederholungen oder attributive Wendungen sowie nicht signifikante Informationen werden gestrichen.
- Die inhaltstragenden Textstellen werden durch eine einheitliche Sprachebene angeglichen.
- Umformen auf eine grammatikalische Kurzform.

Anschließend erfolgte die Generalisierung, in der die Paraphrasen verallgemeinert wurden. Die erarbeiteten Hypothesen im Kapitel 2.3 legten das Abstraktionsniveau fest. Die Paraphrasen waren so zu generalisieren, dass ein direkter Bezug auf die zu untersuchenden Annahmen hergestellt werden konnten. Folgende Regeln (Z2) waren zu beachten:

- „Generalisiere die Gegenstände der Paraphrasen auf die definierte Abstraktionsebene, sodass die alten Gegenstände in den neu formulierten impliziert sind!
- Generalisiere die Satzaussagen (Prädikate) auf die gleiche Weise!
- Belasse die Paraphrasen, die über dem angestrebten Abstraktionsniveau liegen!
- Nimm theoretische Vorannahmen bei Zweifelsfällen zu Hilfe“⁸⁰

⁷⁷ (ebenda)

⁷⁸ (ebenda)

⁷⁹ Mayring, Qualitative Inhaltsanalyse Grundlagen und Techniken, S. 72.

⁸⁰ Mayring, S. 72.

Die Auswertungsschritte wurden in einer Tabelle niedergeschrieben, um den Ablauf nachzuvollziehen zu können. In diesem nachfolgenden Auszug der Auswertungstabelle wurden nun die Paraphrasen und Generalisierung erstellt.

Interview	Zeilennummer	Paraphrase	Generalisierung
I ₅	4	Organisation gehört zur Elektrotechnikbranche	Elektrotechnikbranche
I ₅	12	Weiterentwicklung des gegründeten Einzelunternehmens	Ausgründung des Einzelunternehmens
I ₅	18	Verwurzelung des Geschäftsführers mit der Stadt Mittweida als ehemaliger Mitarbeiter der Hochschule	Regionale Verbundenheit mit Mittweida
I ₅	20	Zusammenarbeit mit der Hochschule stand im Vordergrund	Gute Zusammenarbeit mit Hochschule
I ₅	32	Thema des öffentlichen Personennahverkehrs im ländlichen Raum	Anbindung im ländlichen Raum
I ₅	34	Herausforderung Fachkräftemangel im Ingenieurbereich von höheren qualifizierbaren Aufgaben	Fachkräftemangel für qualifizierbare Aufgaben
I ₅	35	Viele Mitarbeiter kommen aus Chemnitz und Mittweida	Regionale Verbundenheit
I ₅	36	In der Fertigung werden viele Mitarbeiter aus der Region gewonnen	
I ₅	44	Weniger Konkurrenz im ländlichen Raum als Industriebetriebe in großen Ballungszentren	Wenig Konkurrenz

Abbildung 6: Auszug aus der Auswertungstabelle mit Generalisierung

Quelle: Eigene Darstellung

Durch die Generalisierung entstanden inhaltsgleiche Paraphrasen, an denen eine erste Reduktion vorgenommen wurde (Z3).⁸¹

- Bedeutungsgleiche Paraphrasen werden gestrichen.
- Nicht inhaltstragende Paraphrasen werden gestrichen.
- Zentral relevante Paraphrasen werden übernommen.
- Theoretische Vorannahmen bei Zweifelsfällen werden angewandt.

⁸¹ Mayring, S. 72.

In dieser Auswertung kam es zu keinen bedeutungsgleichen Paraphrasen, sodass diese identisch und ohne Einkürzungen übernommen werden konnten:

Interview	Zeilennummer	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
I ₅	4	Organisation gehört zur Elektrotechnikbranche	Elektrotechnikbranche	Organisationsbranche: <ul style="list-style-type: none"> • Elektrotechnik
I ₅	12	Weiterentwicklung des gegründeten Einzelunternehmens	Ausgründung des Einzelunternehmens	Mittweida als Standort gewählt, weil: <ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung des Unternehmens • Regionale Verbundenheit • Gute Verbindung mit Hochschule
I ₅	18	Verwurzelung des Geschäftsführers mit der Stadt Mittweida als ehemaliger Mitarbeiter der Hochschule	Regionale Verbundenheit mit Mittweida	
I ₅	20	Zusammenarbeit mit der Hochschule stand im Vordergrund	Gute Zusammenarbeit mit Hochschule	
I ₅	32	Thema des öffentlichen Personennahverkehrs im ländlichen Raum	Anbindung im ländlichen Raum	Nachteile des Standortes: <ul style="list-style-type: none"> • Schlechte Anbindung • Fachkräftemangel
I ₅	34	Herausforderung Fachkräftemangel im Ingenieurbereich von höheren qualifizierbaren Aufgaben	Fachkräftemangel für qualifizierbare Aufgaben	
I ₅	35	Viele Mitarbeiter kommen aus Chemnitz und Mittweida	Regionale Verbundenheit	Vorteile des Standortes: <ul style="list-style-type: none"> • Regionale Verbundenheit • Kaum Konkurrenz
I ₅	36	In der Fertigung werden viele Mitarbeiter aus der Region gewonnen		
I ₅	44	Weniger Konkurrenz im ländlichen Raum als Industriebetriebe in großen Ballungszentren	Wenig Konkurrenz	

Abbildung 7: Auszug aus der Auswertungstabelle mit Generalisierung und Reduktion

Quelle: Eigene Darstellung

Anhand einer zweiten Reduktionsphase erfolgt eine Zusammenfassung von fallübergreifenden Paraphrasen. Durch eine neue Aussage werden diese wiedergegeben:

- „Fasse Paraphrasen mit gleichem (ähnlichem) Gegenstand und ähnlicher Aussage zu einer Paraphrase (Bündelung) zusammen!
- Fasse Paraphrasen mit mehreren Aussagen zu einem Gegenstand zusammen (Konstruktion/Integration)!
- Fasse Paraphrasen mit gleichem (ähnlichem) Gegenstand und verschiedener Aussage zu einer Paraphrase zusammen (Konstruktion/Integration)!
- Nimm theoretische Vorannahmen bei Zweifelsfällen zu Hilfe!⁸²

Mithilfe der zweiten Reduktionsphase entstehen neue, komprimierte Aussagen, die als Kategoriensystem verstanden werden. Die Formulierungen der ersten Paraphrase werden dahingehend überprüft, ob diese in den neu gebildeten Kategorien enthalten sind. Ist dies der Fall, ist die Auswertung abgeschlossen, sodass durch das entwickelte Kategoriensystem die Aussagen der Interviewpartner untereinander verglichen werden

⁸² Mayring, S. 72.

können. Wäre dies nicht der Fall, müssen alle Schritte ab der Paraphrasierung wiederholt durchgeführt werden.

Durch den im Interview verwendeten Leitfaden wurde die Kategorisierung erleichtert, da sich die Antworten unter einem Oberbegriff zusammenfassen ließen. Daraus ergaben sich für die Auswertung folgende Kategorien mit entsprechenden Schwerpunkten:

Kapitel	Kategorie	Schwerpunkte
4.1	Standort Mittweida	<ul style="list-style-type: none"> – Gründe für die Wahl des Standortes – Vorteile des Standortes – Nachteile des Standortes
4.2	Standortvergleich mit einem Ballungsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> – Vorteile – Nachteile
4.3	Verständnis Mobilitätsbegriff	<ul style="list-style-type: none"> – Mobilität – Betriebliche Mobilität – Verantwortungsbereich Mitarbeitermobilität
4.4	Herkunft und Mobilitätsträger	<ul style="list-style-type: none"> – Mitarbeiter
4.5	Betriebliches Mobilitätsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> – Eingeführte Maßnahmen für Mitarbeiter – Eingeführte Maßnahmen für betriebliche Mobilität – Fuhrpark

*Tabelle 5: gebildete Auswertungskategorien
Quelle: Eigene Darstellung*

4 Auswertung der Interviews und Ergebnisdarstellung

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Experteninterviews dargestellt. Die Ergebnisse basieren auf den acht durchgeführten Interviews. Das Ziel dieses Kapitels besteht darin, die Hypothesen anhand der gebildeten Kategorien zu überprüfen. Um dies zu erreichen, werden die Aussagen der Interviewpartner im Rahmen des ausgearbeiteten Kategoriensystems bewertet.

4.1 Standort Mittweida

Die erste Kategorie befasst sich mit den Gründen für die Unternehmensstandortwahl in Mittweida sowie den Standortvor- und -Nachteilen. Dies dient als Basis für den abschließenden Vergleich im Kapitel 4.6. In diesem wird untersucht, ob Organisationen im ländlichen Raum anderen Herausforderungen gegenüberstehen und somit eine andere Ausgangsbasis aufweisen als Organisationen in Ballungsräumen.

4.1.1 Gründe der Standortwahl

Die nachfolgende Abbildung stellt die genannten Gründe der Interviewpartner für den Unternehmensstandort in Mittweida dar. Im Rahmen der Beantwortung waren Mehrfachnennungen möglich.

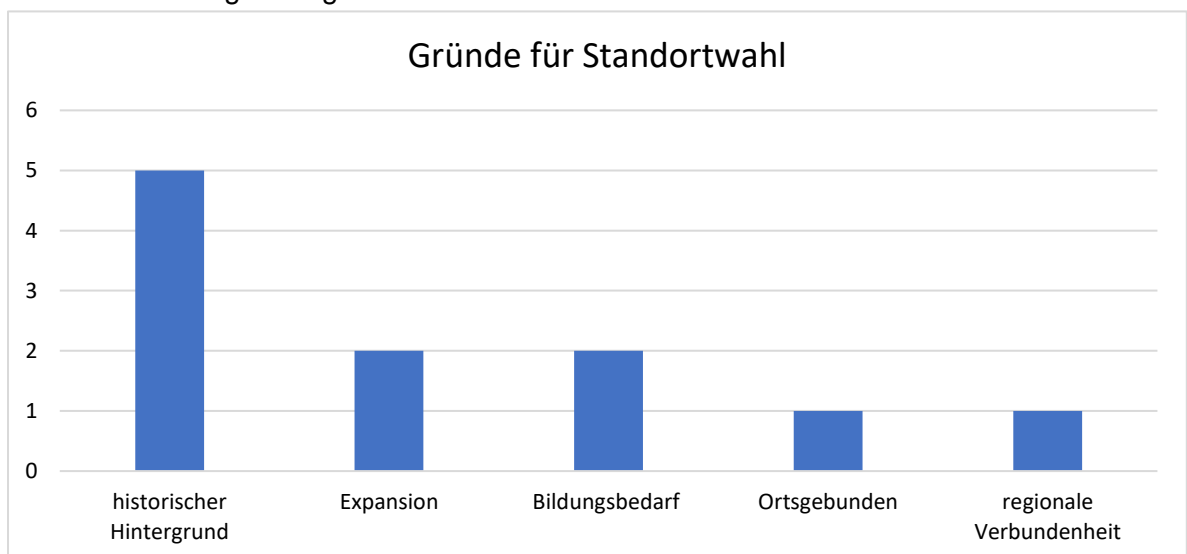


Abbildung 8: Gründe für Standortwahl
Quelle: Eigene Darstellung

Der historische Hintergrund wurde von fünf (I₂, I₄, I₆, I₇, I₈) der acht Interviewpartner genannt. Die Organisationen, die diesen Grund angaben, befinden sich seit Jahrzehnten am Standort Mittweida. Die Entstehung dieser Organisation basiert auf historischen Ereignissen. Der Interviewpartner I₄ gab zum Beispiel an, dass diese Organisation aus einem Zusammenschluss verschiedener Kaufleute heraus entstand. Die Interviewpartner I₆ und I₈ gehören dem Bildungssektor an. Diese erklärten, dass in den vergangenen Jahren in der Stadt Mittweida der Bildungsbedarf gedeckt werden sollte. Aus dieser Notwendigkeit heraus wurden die Bildungseinrichtungen geschaffen. Dies führte gleichzeitig dazu, dass die Stadt Mittweida attraktiver gestaltet wurde. Zwei Organisationen der Industriebranche (I₁, I₂) gaben als Grund für die Standortwahl Mittweida die Expansion an. Aufgrund von branchengleichen Organisationen, die bereits am Standort Mittweida existierten und in Insolvenz gingen, haben diese beiden Organisationen, unabhängig voneinander, die insolventen Organisationen aufgekauft und somit einen weiteren Standort eröffnen können. Der Interviewpartner I₃ nannte als Grund für die Standortwahl Mittweida die Ortsgebundenheit und Nähe zum Partnerunternehmen, welches ebenfalls in Mittweida ansässig ist. Der Standortleiter aus der Organisation I₅ erklärte, dass der Grund für die Standortwahl auf der regionalen Verbundenheit des Geschäftsführers basierte. Als ehemaliger Mitarbeiter der Hochschule blieb der Geschäftsführer in der Stadt und gründete sein Einzelunternehmen, welches sich bis heute weiterentwickelt.

4.1.2 Standortvorteile im Untersuchungsraum Mittweida

Die folgende Abbildung zeigt die genannten Vorteile des Standortes Mittweida. Im Rahmen der Beantwortung waren Mehrfachnennungen möglich.

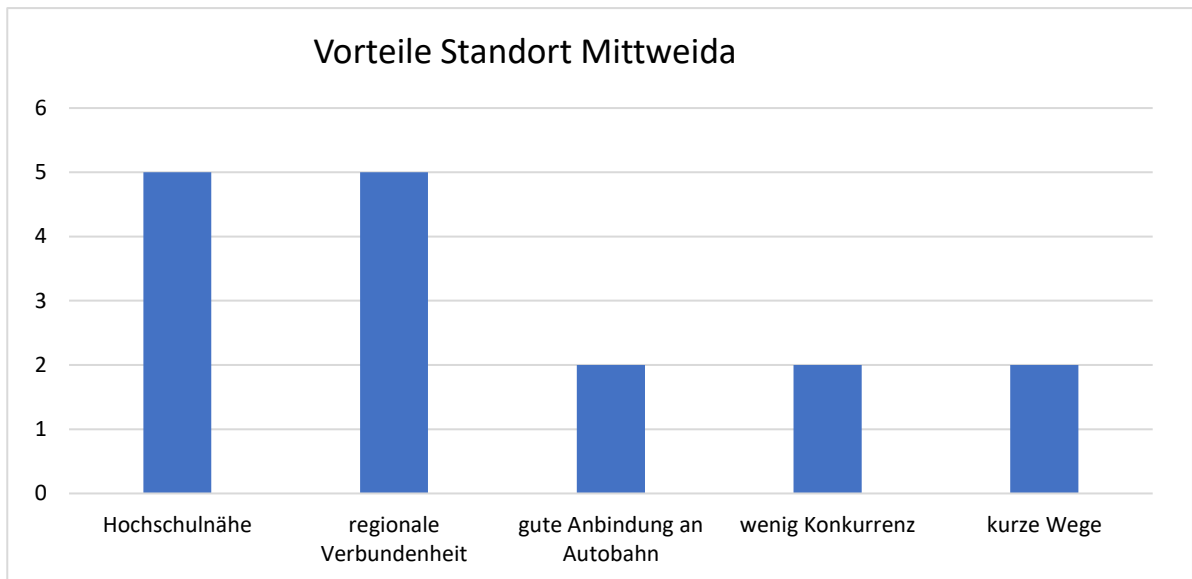


Abbildung 9: Vorteile Standort Mittweida

Quelle: Eigene Darstellung

Anhand der Abbildung wird deutlich, dass die Hochschulnähe einer der zwei Hauptvorteile des Standortes Mittweida darstellt. Die Interviewpartner I₁, I₂, I₄, I₆ und I₇ sehen die Hochschulnähe als Standortvorteil, weil dadurch Kooperationen und Projekte einhergehen, die für die Organisationen von Vorteil sind. Die Organisation des Interviewpartners I₁ sieht die Hochschule ebenfalls als Chance, weil durch diese hoch qualifizierte Fachkräfte gewonnen werden können. Aufgrund der Anzahl der Mitarbeiter, die in Mittweida wohnen und für die Organisationen arbeiten sowie des lokalen Einzugskreises von Kunden, gaben fünf Organisationen (I₃, I₄, I₅, I₆, I₇) die regionale Verbundenheit als Standortvorteil an. Der Interviewpartner I₇ erklärte, dass in der Organisation Technologien angewendet werden, die aus Limbach-Oberfrohna stammen, dies bestätigt den Standortvorteil der regionalen Verbundenheit. Für die Interviewpartner I₂ und I₆ ist die gute Autobahnanbindung ein wesentlicher Standortvorteil: „Mittweida liegt ziemlich zentral an der Autobahn und von daher ist die Lage für uns nicht schlecht“.⁸³ Auch die fehlende Konkurrenz wurde von den Interviewpartnern I₃ und I₅ als Standortvorteil angegeben, da für diese Organisationen lediglich die lokale Konkurrenz für einen erfolgreichen Geschäftsbetrieb von Bedeutung ist. Die beiden Bildungseinrichtungen, I₆ und I₈, gaben als weiteren Standortvorteil die kurzen Wege an, die in der Stadt Mittweida anfallen.

⁸³ I₂, Z. 20

4.1.3 Standortnachteile im Untersuchungsraum Mittweida

Die nachfolgende Abbildung stellt die genannten Nachteile des Standortes Mittweida grafisch dar. Im Rahmen der Beantwortung waren Mehrfachnennungen möglich.

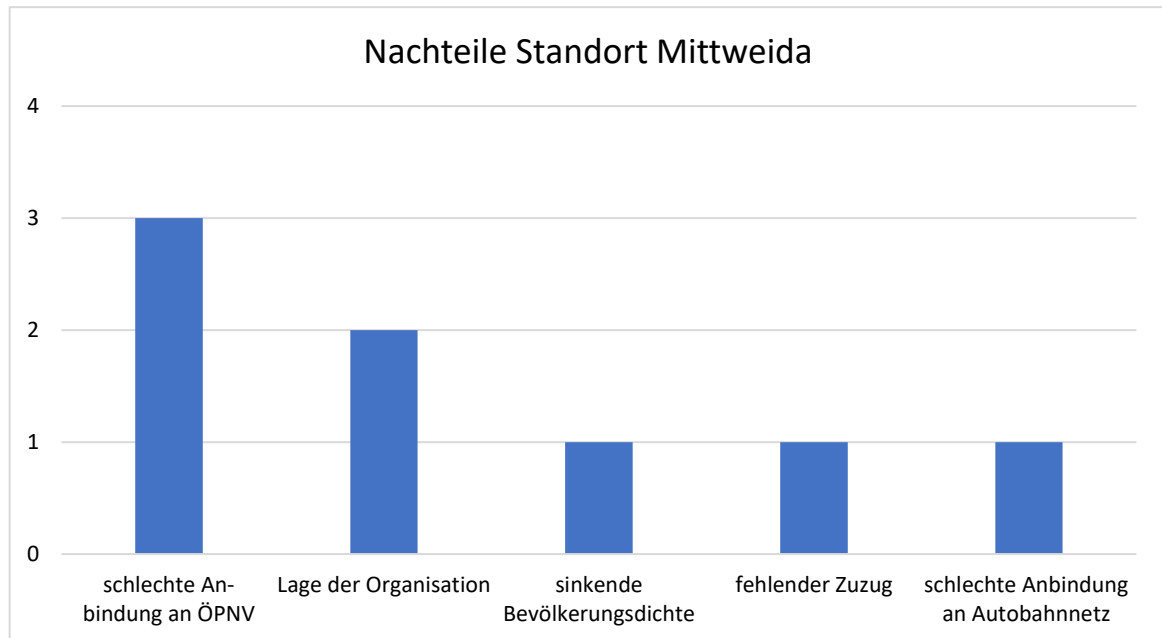


Abbildung 10: Nachteile Standort Mittweida
Quelle: Eigene Darstellung

Die Interviewpartner I₁, I₂ und I₆ konnten keinen Nachteil des Standortes nennen. Die Interviewpartner I₃, I₅ und I₇ jedoch gaben die schlechte Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr als wesentlichen Nachteil des Standortes an. Auch die mangelnde Anbindung an das Autobahnnetz wurde vom Interviewpartner I₇ als Nachteil genannt. Die Lage der Organisation im ländlichen Raum benannten die Interviewpartner I₄ und I₈ ebenfalls als Nachteil. Die Organisation der Dienstleistungsbranche I₄ zählte die sinkende Bevölkerungsdichte und den fehlenden Zuzug als Nachteile auf.

4.2 Standortvergleich mit einem Ballungsgebiet

Das Ziel dieses Kapitel ist es, die verschiedenen Vor- und Nachteile eines Unternehmensstandortes in einem Ballungsgebiet zu erarbeiten. Abschließend wird im Kapitel 4.6 verglichen, ob Organisationen im ländlichen Raum anderen Herausforderungen gegenüberstehen und somit eine andere Ausgangsbasis aufweisen als Organisationen in Ballungsräumen.

4.2.1 Standortvorteile eines Ballungsgebiets

Die folgende Abbildung zeigt die Antworten der Interviewpartner zu der Frage: „Was wären Ihrer Meinung nach Vorteile des Unternehmensstandortes in einem Ballungsgebiet gegenüber Mittweida?“ Im Rahmen der Beantwortung waren Mehrfachnennungen möglich.

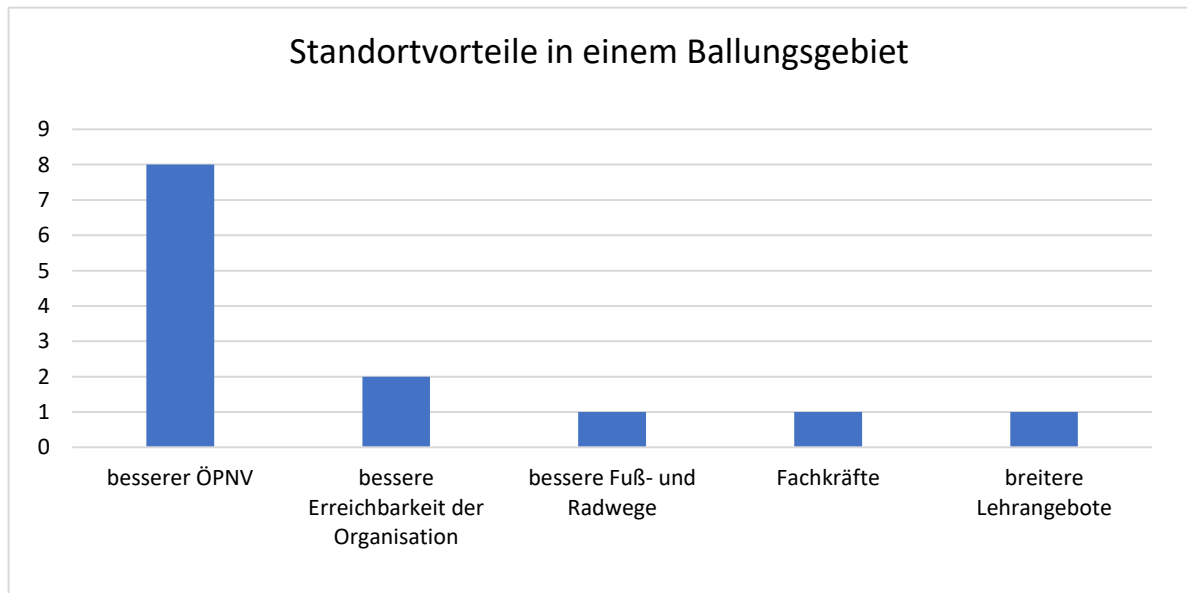


Abbildung 11: Standortvorteile in einem Ballungsgebiet

Quelle: Eigene Darstellung

Alle acht Interviewpartner nannten den besser ausgebauten ÖPNV als wesentlichen Unternehmensstandortvorteil in einem Ballungsgebiet. Die beiden Dienstleistungsunternehmen I_3 und I_4 ergänzten diesbezüglich, dass dadurch die Erreichbarkeit der Organisation leichter sei und das Auto nicht mehr der meistgenutzte Mobilitätsträger wäre. Denn die Organisation I_3 betonte, dass im ländlichen Raum die Abhängigkeit vom Auto das größte Problem darstellt. Interviewpartner I_4 berichtete im Zuge der Reduzierung des Autoverkehrs, dass in einem Ballungsgebiet die Nutzung von E-Rollern von signifikanter Bedeutung wäre. Denn diese Roller benötigen im Gegensatz zu Autos keine großen Parkflächen und sind zudem für jeden frei zugänglich. Der Interviewpartner I_1 sprach als Einziger die Fuß- und Radwege an, die in einem

Ballungsgebiet besser ausgebaut sind als im Untersuchungsraum Mittweida. Neben den genannten Mobilitätsfaktoren wurde vom Interviewpartner I₅ der Fachkräftemangel angesprochen. Er ist der Meinung, dass aufgrund der höheren Bevölkerungsdichte in einem Ballungsgebiet der Fachkräftemangel geringer ausfallen würde als im ländlichen Raum. Die Bildungseinrichtung I₆ sieht die größere Anzahl und Vielfalt an Bildungseinrichtungen in einem Ballungsgebiet als Standortvorteil an. So ist es möglich, die Lehre und Forschung außerhalb der Einrichtung und in Kooperation mit anderen Bildungseinrichtungen zu absolvieren. Dies wiederum führt dazu, dass das Lehrangebot vielfältiger gestaltet werden kann.

4.2.2 Standortnachteile eines Ballungsgebiets

Die folgende Abbildung zeigt die genannten Nachteile des Unternehmensstandortes in einem Ballungsgebiet. Im Rahmen der Beantwortung waren Mehrfachnennungen möglich.

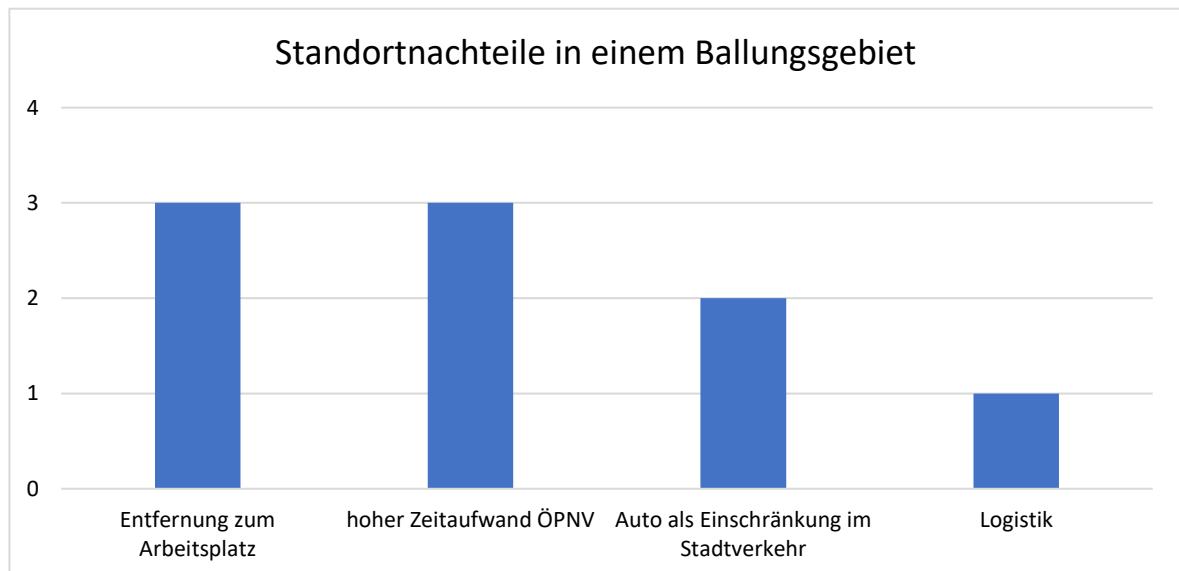


Abbildung 12: Standortnachteile in einem Ballungsgebiet

Quelle: Eigene Darstellung

Anhand der Abbildung wird ersichtlich, dass die Interviewpartner in der Summe weniger Nachteile als Vorteile für den Unternehmensstandort in einem Ballungsgebiet genannt haben. Die Organisationen I₅, I₇ und I₈ gaben an, dass die Entfernung zum Arbeitsplatz der Organisation in einem Ballungsgebiet zunehmen würde, da die Angestellten aufgrund der Wohnungssuche bereit sind, weitere Wege zurückzulegen. Unter anderem benannten die Organisationen I₅, I₇ und I₈ als Vorteil den ÖPNV, sehen aber gleichzeitig die Nutzung als mühsam und zeitaufwendig an. Aufgrund des sehr hohen Verkehrsaufkommens zu Stoßzeiten wurde von den Interviewpartnern I₅ und I₇ die Nutzung des Autos eher als Einschränkung gesehen. I₅ vertritt die Meinung, dass in einem Ballungsgebiet für kurze Strecken längere Anfahrtszeiten mit dem Auto benötigt werden als in Mittweida. Lediglich

Interviewpartner I₂ nannte die Logistik als Standortnachteil. Er stellte sich die Anlieferung und Abholung von Waren logistisch herausfordernd vor.

4.3 Verständnis Mobilitätsbegriff

In diesem Kapitel werden von den Interviewten die Aussagen zu den Begriffserklärungen Mobilität und betriebliche Mobilität analysiert. Parallel dazu werden die Aussagen zu der Frage nach dem Verantwortungsbereich der Mitarbeitermobilität ausgewertet.

Interview-partner	Begriffserklärung Mobilität	Begriffserklärung betriebliche Mobilität
I ₁	„Mobilität ist, also von A nach B zu kommen, in irgendeiner Form“ ⁸⁴	/
I ₂	„Wie komme ich von A nach B?“ ⁸⁵	/
I ₃	„[...] irgendwo dieses von A nach B kommen.“ ⁸⁶	- Mobilität, die innerhalb der Organisation anfällt (Kundenbesuche, Pendelverkehr der Mitarbeiter)
I ₄	„Mobilität bedeutet für mich in erster Linie [...] wie komme ich entspannt von A nach B.“ ⁸⁷	- (möglichst ressourcenschonend) die anfallende Mobilität in der Organisation
I ₅	„Ich denke, dass Mobilität tatsächlich die Flexibilität, sich quasi zwischen Wohnort und Arbeitsstätte dementsprechend frei zu entscheiden.“ ⁸⁸	- Mobilität, die innerhalb der Organisation anfällt (Kundenbesuche, Pendelverkehr der Mitarbeiter)
I ₆	„persönlich über irgendein Mittel zu verfügen, um mobil zu sein“ ⁸⁹	- Ähnliches Verständnis wie bei Mobilität
I ₇	„Ich leite es von mobil ab logischerweise. Also in Bewegung bzw. vielleicht auch fremd bewegt durch Fahrzeuge oder ähnliches.“ ⁹⁰	Unterscheidung zwischen: - Innerbetrieblicher Mobilität (Mobilität innerhalb des Prozessflusses) - Außerbetriebliche Mobilität (Pendelbewegung, Kundenbesuche, Anlieferung von Roh- und Hilfsstoffen, Versand und Fertigprodukten) ⁹¹
I ₈	„Das beweglich sein von A nach B, ohne Einschränkung, ohne räumliche, ohne zeitliche Einschränkung und die Möglichkeit, insofern auch meine, meine täglichen Aufgaben sowohl an diesem Ort als auch an einem anderen Ort erledigen zu können“ ⁹²	- Mobilität umfasst einschließlich der Beweglichkeit der Mitarbeiter, Pendelverkehr, Kundenbesuche ⁹³

Tabelle 6: Verständnis Mobilitätsbegriff

Quelle: Eigene Darstellung

⁸⁴ I₁, Z. 36

⁸⁵ I₂, Z. 35

⁸⁶ I₃, Z. 48

⁸⁷ I₄, Z. 79

⁸⁸ I₅, Z. 63

⁸⁹ I₆, Z. 112

⁹⁰ I₇, Z. 38

⁹¹ I₇, Z. 47

⁹² I₈, Z. 52

⁹³ I₈, Z. 63

Alle Interviewten verstanden den Begriff Mobilität in etwa gleich. Als Ergebnis wird der Begriff branchenunabhängig adäquat verstanden. Die Interviewpartner interpretierten mit dem Begriff Mobilität die Bewegung von einem Ort A zu einem anderen Ort B mit einem Mobilitätsträger, den sie frei wählen können. Im Kapitel 2.1.2 wurde die Definition des Begriffes gleichermaßen dargestellt. Der Begriff betriebliche Mobilität wurde ebenso – branchenunabhängig - gleich verstanden. Lediglich die Interviewpartner aus I₁ und I₂ nannten keine Begriffserklärung. Unter dem Begriff wurde die Mobilität verstanden, die im Zusammenhang mit der Organisation auftritt. Als Beispiele wurden der Pendlerverkehr der Mitarbeiter, Kundenbesuche (verstärkt von I₃ und I₄) und Aufträge und Dienstgänge genannt. Auffallend war, dass diese Beispiele im Steckbrief vorgegeben waren und somit eventuell die Antworten beeinflusst haben. Nur der Interviewpartner I₇ nannte weitere Beispiele wie die Anlieferung von Roh- und Hilfsstoffen sowie den Versand von Fertigprodukten. Die Frage nach dem Verantwortungsbereich der Mitarbeitermobilität wurde von den Interviewpartnern unterschiedlich beantwortet. I₁ erklärte, dass die Mitarbeitermobilität bei jedem Mitarbeiter selbst im Verantwortungsbereich liegt und nicht nur beim Geschäftsführer. Die Standortleitung aus Organisation I₃ und I₆, sahen wie Interviewpartner I₁, die Mitarbeitermobilität nicht im Verantwortungsbereich der Organisation. Interviewpartner I₂ und I₇ sahen die Mitarbeitermobilität während der Arbeitszeit teilweise in ihrem Verantwortungsbereich. Für diese beiden Interviewpartner zählten Dienstreisen ebenfalls dazu. Die Interviewpartner I₅ und I₈ gaben an, dass für sie die Mitarbeitermobilität im Verantwortungsbereich der Organisationen liegt. Vom Interviewpartner I₄ konnten keine Daten diesbezüglich gewonnen werden.

4.4 Herkunft und Mobilitätsträger der Mitarbeiter

Diese Kategorie befasst sich mit der Herkunft und den Mobilitätsträgern der Mitarbeiter im Rahmen ihrer Arbeitswege. Es wird analysiert, ob es Unterschiede von den Mobilitätsträgern der Mitarbeiter mit Wohnsitz aus Unternehmensnähe und -ferne existieren.

Die folgende Grafik bietet eine Gesamtübersicht zur Herkunft der Mitarbeiter aus den interviewten Organisationen. Bei dem Interviewpartner I₈ konnten diesbezüglich keine Daten gewonnen werden.

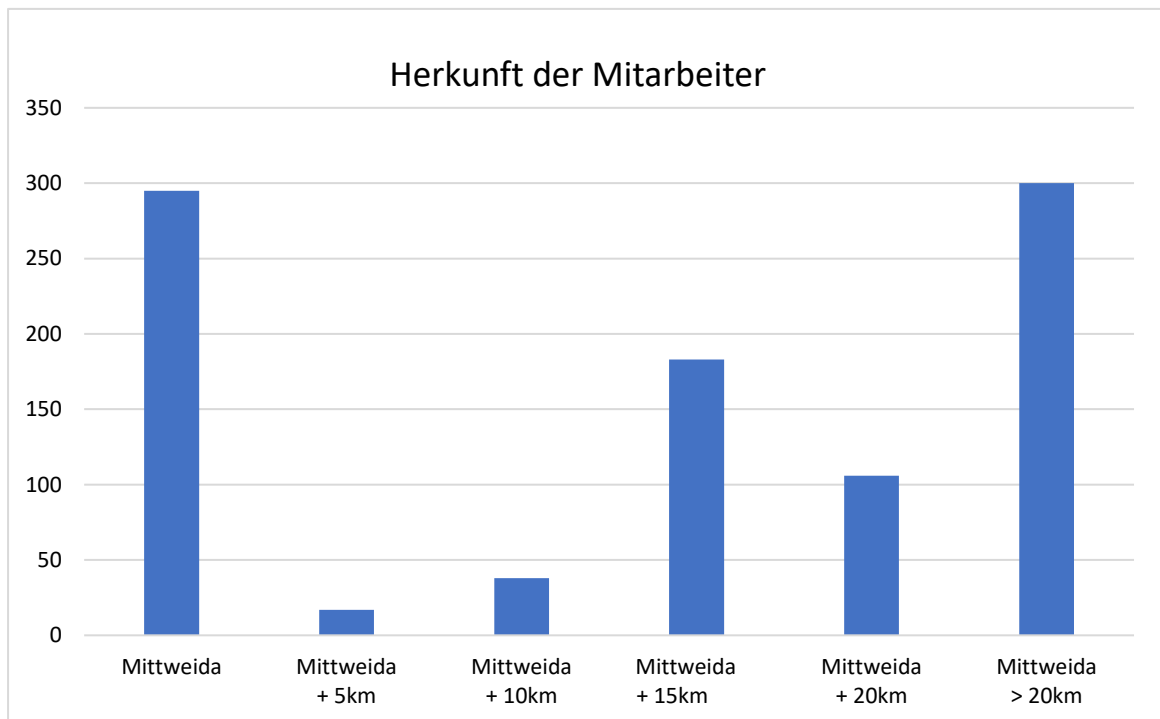


Abbildung 13: Herkunft Mitarbeiter

Quelle: Eigene Darstellung

Anhand der Grafik wird sichtbar, dass der größte Teil der Mitarbeiter (300 Mitarbeiter) aus einer Entfernung von mehr als 20 Kilometern nach Mittweida pendelt. Die Mitarbeiter kommen u.a. aus Dresden, Leipzig und Chemnitz. Die Interviewpartner I₂ und I₆ gaben als Standortvorteil in Mittweida die gute Autobahnanbindung an, sodass es Mitarbeitern aus den genannten Großstädten ermöglicht wird, über die A4, A14 und A72 nach Mittweida zu pendeln. Der zweitgrößte Teil (295 Mitarbeiter) der interviewten Organisationen stammt direkt aus Mittweida. Die Organisation I₄, ist dabei die einzige, bei deren mehr Mitarbeiter aus Chemnitz statt aus Mittweida kommen. Der Hauptteil der Mitarbeiter stammt aus einer Entfernung von bis zu 20 Kilometern ausgehend von Mittweida. Wobei in Summe 289 Mitarbeiter eine Entfernung von 15 oder 20 Kilometer zur Organisation zurücklegen.

17 Mitarbeiter kommen aus einer Entfernung von 5 Kilometern und weitere 38 Mitarbeiter müssen eine Entfernung von bis zu 10 Kilometern zur Arbeitsstätte zurücklegen.

Die Mitarbeiter aus den acht interviewten Organisationen, die ihren Wohnsitz in Organisationsnähe (Mittweida) haben, nutzen das Auto, Fahrrad oder kommen zu Fuß zum Arbeitsplatz. Mitarbeiter mit Wohnort in Organisationsferne (5 Kilometer und mehr) nutzen zusätzlich dazu noch den ÖPNV, wobei verstärkt betont wurde, dass das Auto der meistgenutzte Mobilitätsträger der Mitarbeiter für den Weg zur Arbeit darstellt. Der Interviewpartner I₂ steht der Nutzung des ÖPNV für den Weg zur Arbeit kritisch gegenüber: „Mit öffentlichen Verkehrsmitteln von Dresden hierher, das wird nichts. Da fahren Sie nach Chemnitz und von Chemnitz nach Mittweida. Da können Sie auch laufen.“⁹⁴ Hingegen hat der Interviewpartner I₅ die öffentliche Anbindung von Chemnitz nach Mittweida als gut bewertet, konnte aber keine Antwort auf die Frage geben, weshalb diese Anbindung dann nicht mehr Mitarbeiter nutzen. Interviewpartner I₃ betonte nachdrücklich, dass die Abhängigkeit vom Auto signifikant ist. Sobald es den Mitarbeitern möglich ist mit dem Auto auf Arbeit zu kommen, wird dies auch getan. Die höhere Flexibilität und Unabhängigkeit wurden als Gründe genannt. Die Interviewpartner I₆, I₇ und I₈ berichteten, dass es unter den Mitarbeitern Fahrgemeinschaften gibt.

4.5 Betriebliches Mobilitätsmanagement

Diese Kapitel dient zur Auswertung des betrieblichen Mobilitätsmanagement. Hinblickend auf die Forschungsfrage liegt hierbei der Schwerpunkt darin, herauszufinden, welche Maßnahmen die einzelnen Organisationen unternahmen und einführten, um die anfallende betriebliche Mobilität zu verringern und die Personenmobilität zu beeinflussen. Die eingeführten Maßnahmen unterteilen sich in Maßnahmen für Mitarbeiter (Kapitel 4.5.1.1) und in Maßnahmen für die betriebliche Mobilität (Kundenbesuche, Aufträge und Dienstgänge) (Kapitel 4.5.1.2). Für die Bildungseinrichtungen I₆ und I₈ wird die entstandene Mobilität durch Schüler sowie Studierende als anfallende Kundenmobilität betrachtet. Im Kapitel 4.5.2 wird der Fuhrpark der interviewten Organisationen bewertet.

⁹⁴ I₂, Z. 138

4.5.1 Eingeführte Maßnahmen zur Beeinflussung der Personenmobilität

4.5.1.1 Mitarbeiter

Die Organisation I₁ hat für einen einzelnen Mitarbeiter eine Ausnahme geschaffen, indem für ihn aufgrund der Entfernung zur Organisation permanent Homeoffice zur Verfügung steht. Darüber hinaus werden jedoch keine weiteren mobilitätssteuernde Maßnahmen ergriffen oder geplant. I₂ bietet für seine Mitarbeiter keine anderweitigen mobilitätsunterstützenden Maßnahmen an. I₂ hatte die Überlegung, ein Job-Bike anzuschaffen, diese Idee kam aus dem Personalwesen. Aufgrund der Coronapandemie und den einhergehenden wirtschaftlichen Problemen wurde die Idee jedoch nicht weiterverfolgt. Weitere Anfragen seitens der Mitarbeiter für Mobilitätsunterstützungen fanden nicht statt.

Die Mitarbeiter der Organisation I₃, die den ÖPNV nutzen, haben nicht nach einem Jobticket gefragt. Für Mitarbeiter der Organisation, die zum Beispiel aus Leipzig pendeln, wird eine 4-Tage Woche angeboten, um den Arbeitsweg zu reduzieren sowie die anfallende Mobilität zu verringern. Ein Mitarbeiter befindet sich komplett auf eigenen Wunsch im Homeoffice, da es sich um eine Tätigkeit handelt, die unabhängig vom Arbeitsplatz ausgeführt werden kann. Es existieren in der Organisation leistungsabhängige Prämien in Form von Tankgutscheinen, die einmal im Monat ausgegeben werden. Anderweitige Unterstützungen wie ein Job-Bike existieren nicht, da dies von den Mitarbeitern noch nicht thematisiert wurde. Der Interviewpartner sieht die Initiative bei den Mitarbeitern und betonte, dass, solange die Mobilitätswünsche nicht angesprochen und angefordert werden, sich daran nichts ändern wird.

Die Organisation I₄ bietet seit zwei Jahren die Mitfinanzierung eines Job-Bike an. Dieses Angebot haben viele Mitarbeiter genutzt. Der Wunsch kam von der Personalabteilung und die Geschäftsführung reagierte darauf. Die Organisation sah es als Chance, die Attraktivität der Organisation gegenüber den Mitarbeitern zu steigern. Im Zuge der Einführung des Job-Bikes erfolgte die Errichtung von eingezäunten, überdachten Fahrradabstellplätzen mit der Möglichkeit zum Laden für E-Bikes. Die Organisation bietet für die Mitarbeiter mobiles Arbeiten in Form von Homeoffice an. Dieses Angebot steht den Mitarbeitern frei zur Verfügung und kann nach Bedarf genutzt werden. Anderweitige Mobilitätsmaßnahmen wie zum Beispiel ein Jobticket sah der Interviewpartner als nicht angebracht an, da „Die, [die]

mit dem Auto kommen, auch keinen Vorteil hätten.“⁹⁵ Der Interviewpartner betonte, dass die Organisation bei Mobilitätsmaßnahmen offen und aufgeschlossen eingestellt sei.

In der Organisation I₅ werden Maßnahmen umgesetzt, um die Mitarbeitermobilität zu beeinflussen. Die Organisation stellt seit der Pandemie den Mitarbeitern, bei denen mobiles Arbeiten möglich ist, zwei Tage Homeoffice pro Woche zur Verfügung. Dieses Angebot nehmen die Mitarbeiter aus verschiedenen Gründen unterschiedlich an. So berichtete der Interviewpartner, dass es Mitarbeiter gibt, die noch mehr im Homeoffice arbeiten würden und andere sagen, dass die Präsenz im Betrieb für das „Team-Building“⁹⁶ wichtig wäre. Es besteht auch die Möglichkeit, für nicht schichtgebundene Mitarbeiter Gleitzeitarbeiten zu nutzen. So stand die Organisation im Austausch mit den Trägern von öffentlichen Verkehrsmitteln, um unter anderem die Anbindung an die Organisation zu verbessern. Dies wurde allerdings nicht umgesetzt, da die Nutzung des Autos durch die Mitarbeiter bevorzugt wird. Ebenso gab es die Überlegung, E-Ladesäulen für Fahrräder zu errichten, da ein Teil der Mitarbeiter mit dem E-Bike zur Arbeit fährt. Aufgrund der Pandemie wurde die Umsetzung jedoch verschoben. Die Errichtung von Fahrradständern wurde von der Geschäftsführung umgesetzt. Ein anderer Mitarbeiter trat an die Geschäftsführung mit der Bitte für ein Job-Bike heran. Dies wurde in einem gewissen Budgetrahmen genehmigt. Allerdings war dies eine Individualmaßnahme. Der Interviewpartner konnte sich zum Interviewzeitpunkt (14.04.2022) aber nicht vorstellen, dass alle Mitarbeiter die Möglichkeit haben werden, ein Job-Bike zu erhalten. Er erwähnte außerdem, dass die Nachfragen von Fahrtzuschüssen angestiegen seien.

Bei der Bildungseinrichtung I₆ existieren keine mobilitätsunterstützenden Maßnahmen. Der Interviewpartner betonte, dass die Initiative von den Mitarbeitern kommen sollte, bevor Maßnahmen eingeführt werden, um eine hohe Akzeptanz zu schaffen.

Die Organisation I₇ bietet in verschiedenen Arbeitsbereichen, in denen es möglich ist, Homeoffice an. Dies erfolgt nach Absprache mit dem Vorgesetzten. Am Anfang der Pandemie, so der Interviewpartner, mussten erst die technischen Voraussetzungen geschaffen werden, um Homeoffice anbieten zu können. Diese Mobilitätsmaßnahme stößt bei den Mitarbeitern auf große Resonanz. Eine weitere Maßnahme sind die monatlichen Tankgutscheine in Höhe von 50 €, die jeder Mitarbeiter bekommt, unabhängig mit welchem Mobilitätsträger der Weg zur Arbeit absolviert wird. Die Organisation bietet seit zwei Jahren die Mitfinanzierung eines Job-Bikes für die Beschäftigten an. Die Einführung dieser Mobilitätsmaßnahme erfolgte von der Geschäftsführung, um die Organisation sowie die

⁹⁵ I₄, Z. 374

⁹⁶ I₅, Z. 339

Arbeitsbedingungen attraktiver zu gestalten und gleichzeitig die Gesundheit und Fitness der Mitarbeiter zu stärken. Dieses Angebot wird von schätzungsweise 15-20 der 130 Mitarbeiter genutzt. In Zuge der Mobilitätsmaßnahme erfolgte die Errichtung eines überdachten Fahrradabstellplatzes. Die Nachfrage nach den Job-Bikes steigt an, sodass demnächst ein weiterer Fahrradparkplatz errichtet werden muss. Um die Mitarbeiter weiter zu motivieren, zahlt das Unternehmen monatliche Bonusprämien. Diese Prämie setzt sich aus verschiedenen Faktoren zusammen, wie zum Beispiel: Produktionszahlen, Ordnung und Sauberkeit am Arbeitsplatz. Eine Job-Ticket (o.ä.) wird nicht angeboten. Da dies von den Angestellten, welche den ÖPNV nutzen, bisher noch nicht angefragt wurde. Aber nicht nur Mobilitätsmaßnahmen verwirklicht die Textilorganisation, sondern sie setzt auch auf das Wohlbefinden und eine hohe Arbeitssicherheit ihrer Mitarbeiter. Es wird Wert darauf gelegt, dass eine enge Bindung zwischen Verwaltung und Produktion entsteht und dass die Mitarbeiter in der Organisation geschätzt und respektiert werden. „Unser Ziel ist, dass Mitarbeiter, die heute früh zur Arbeit kommen, heute Nachmittag gesund nach Hause gehen. Das ist unser oberstes Gut der Mitarbeiter, und das muss geschützt werden“⁹⁷, der Interviewpartner sieht Lob, Kommunikation und Feedback zwischen der Geschäftsführung und den Mitarbeitern als oberste Priorität für ein harmonisches und erfolgreiches Miteinander. Der Befragte empfindet diese Wertschätzung als viel wichtiger und ausschlaggebender als Mobilitätsmaßnahmen.

Die Bildungseinrichtung I₈ befand sich zum Zeitpunkt der Durchführung des Interviews (05.05.2022) im mobilen Arbeiten, alle Mitarbeiter, bei denen Homeoffice möglich war, sollten dies auch nutzen. Im Zuge dessen wurde jedoch betont, dass es vermieden werden soll, die ganze Woche im Homeoffice oder aber nur am Arbeitsplatz zu arbeiten. Diese Mobilitätsmaßnahme wurde unterschiedlich von den Beschäftigten aufgenommen. Befürworter und Gegner der Maßnahme verteilten sich gleichmäßig. Seit Januar 2021 hat die Bildungseinrichtung einen Klima- und Umweltschutzbeauftragten, der als Ansprechpartner für das Kollegium und darüber hinaus für die Kunden tätig ist, um an Klimakonzepten zu arbeiten. Dieser war auch Teilnehmer des durchgeführten Interviews. Seine Aufgabe beinhaltet u.a. das Erfassen von Mobilitätswünschen, die von den Mitarbeitern und Kunden angesprochen werden. Darauf aufbauend ist die Erarbeitung von Konzepten und Fördermöglichkeiten zur Erfüllung dieser Bedürfnisse ein Tätigkeitsschwerpunkt. Er erwähnte, dass eine erhöhte Nachfrage zu den Job-Bikes existiert, sowie der Wunsch nach überdachten und abgeschlossenen Fahrradabstellanlagen. Letzteres stellt den am meisten genannten Punkt der Mitarbeiter

⁹⁷ I₇, Z. 409

dar. An zweiter Stelle wurden die Errichtung von E-Lademöglichkeiten für Fahrräder genannt. Dies wurde zum Teil mit der Errichtung einer Ladesäule im Sommer 2022 erfüllt. Die Mitarbeiter der Bildungseinrichtung verfügen über ein Jobticket, das die Nutzung des ÖPNV ermöglicht.

Die folgende Grafik bietet eine zusammenfassende Übersicht über die vorher im Detail beschriebenen eingeführten Mobilitätsmaßnahmen in den verschiedenen Organisationen.

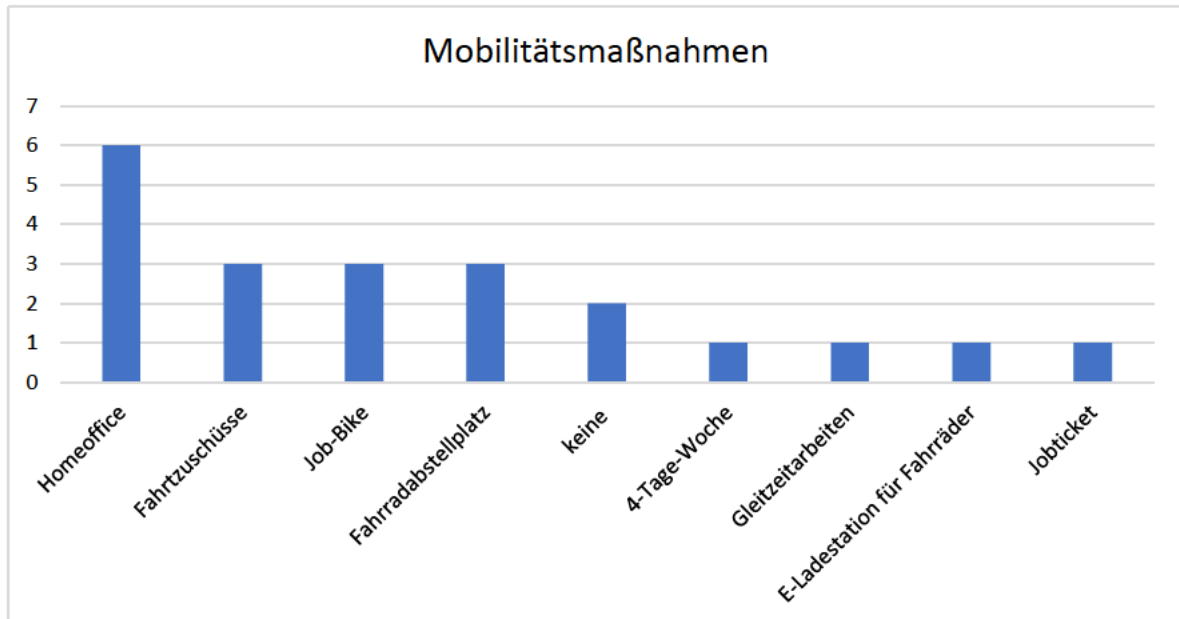


Abbildung 14: Eingeführte Mobilitätsmaßnahmen

Quelle: Eigene Darstellung

Anhand der Abbildung wird ersichtlich, dass das Homeoffice die am meisten eingeführte Maßnahme darstellt. Es ist zu erwähnen, dass die pandemische Situation, ausgelöst durch das Coronavirus, darauf einen großen Einfluss hat. Mithilfe dieser Maßnahme entfallen die Anfahrts- und Abfahrtswege der Mitarbeiter, sodass der motorisierte Individualverkehr gesenkt wird.

4.5.1.2 Betriebliche Mobilität

Alle befragten Industrieorganisationen weisen einen nationalen und internationalen Kundenkreis auf. Dabei wird bei diesen das Verkehrsaufkommen durch vertriebliche Kundenbesuche, Aufträge und Dienstgänge verursacht. Aufgrund der Pandemie gibt es bei allen Organisationen zurzeit weniger Kundenbesuche als davor. Vor der Pandemie erfolgten die Kundenbesuche je nach Entfernung mit dem Auto oder Flugzeug. Bei den Organisationen I₅ und I₇ finden aktuell die vertrieblichen Kundenbesuche virtuell statt. Dies wird auch gleichzeitig als Möglichkeit angesehen, die Mobilität zu reduzieren und zu beeinflussen, da somit die Anfahrtswege entfallen. Die digitale Kommunikation hat sich laut dem Interviewpartner gut etabliert und soll auch nach der Pandemie fester Bestandteil der Kundenkommunikation bleiben. Der Befragte aus der Organisation I₇ vertritt die Meinung, dass es bei bestimmten Themen, wie zum Beispiel bei Preisverhandlungen, persönliche Treffen stattfinden sollten, sodass Präsenztreffen weiterhin bestehen bleiben, aber in deutlich geringerer Häufigkeit erfolgen sollten.

Bei den beiden Dienstleistungsorganisationen wird Mobilität vor allem durch Kundenbesuche, Aufträge und Dienstgänge verursacht. Der Einzugskreis der Kunden vom Unternehmen I₃ hat einen Radius von 8-10 Kilometer vom Standort Mittweida aus. Im Durchschnitt kommen ca. 150 Kunden pro Tag in die Organisation. Am häufigsten wird das Auto für die An- und Abreise verwendet. Das Fahrrad und der Weg zu Fuß wurden auch als mögliche Mobilitätsträger genannt. Aufgrund der großen Abhängigkeit des Autos, existieren Fahrgemeinschaften unter den Kunden. Der Interviewpartner ist der Meinung, dass es keine direkte Änderung geben wird, wenn zu diesen Themen keine offene Kommunikation stattfindet. Die Aufträge und Dienstgänge werden mit dem Firmenauto absolviert. In der Organisation I₄ erfolgen die Kundenbesuche mit dem PKW. Die vertrieblichen Kundenbesuche finden seit der Pandemie verstärkt digital statt. Der Interviewpartner empfindet eine große Beeinflussung der Kundenmobilität aufgrund der eingeführten Online-Beratung.

Bei den Bildungseinrichtungen wird am meisten Mobilität durch die Anfahrtswege der Kunden verursacht. Der Hauptteil der Kunden aus der Bildungseinrichtung I₆ kommt aus Mittweida. Der Einzugskreis reicht von Chemnitz, Striegistal bis hin zum Erzgebirge. Die Kunden legen den Weg zur Einrichtung verstärkt mit dem Moped, Auto, per Fahrgemeinschaften, Bus, Fahrrad oder zu Fuß zurück. Kunden aus der Umgebung von Mittweida nutzen verstärkt den ÖPNV. Damit die Kunden die öffentlichen Verkehrsmittel erreichen und somit lange Wartezeiten entfallen, wurden die Unterrichtszeiten an die Fahrpläne des ÖPNV angepasst. Die Möglichkeit zur Nutzung eines vergünstigten ÖPNV-

Tickets besteht. Während der Corona-Pandemie wurde die Lehre vorrangig online durchgeführt. Diese Maßnahme wird aber nicht weiter beibehalten.

Es konnten keine Angaben zu der Herkunft und zu den genutzten Mobilitätsträgern der Kunden bei der Bildungseinrichtung I₈ ermittelt werden. Die Kunden verfügen nicht über die Möglichkeit eines vergünstigten ÖPNV-Ticket. In den vergangenen Jahren stieg die Nachfrage an, sodass auf einer zeitnahen stattfindenden Konferenz die Einführung eines solchen Tickets diskutiert werden soll. Die Lehre wird zum Teil nach wie vor online durchgeführt. In der Organisation fallen auch vertriebliche Kundenbesuche wie zum Beispiel durch Tagungen. Diese Treffen fanden während der Pandemie digital statt, was man auch teilweise weiter beibehalten will.

Um die Kundenmobilität zu beeinflussen, haben I₄, I₅, I₇, und I₈ digitale Meetings eingeführt. Dies diente gleichzeitig als Gesundheitsschutz, um Kontakte zu verringern und somit nach den aktuellen Richtlinien des Robert Koch Instituts zu handeln. Die Interviewten waren sich einig, dass digitale Meetings auch nach der Coronapandemie fester Bestandteil des Arbeitsalltags bleiben sollen.

4.5.2 Fuhrpark

Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht bezüglich der Fuhrparke der interviewten Organisationen.

I	Branche	PFZ	DW	Anspruch	Stillstandzeiten
I ₁	Elektronik	nicht vorhanden	vorhanden	DW für Vertriebler	hoch
I ₂	Luft und Raumfahrt	vorhanden	vorhanden	PFZ für alle MA verfügbar DW personen-gebunden	DW höher als bei PFZ
I ₃	Fitness	vorhanden	nicht vorhanden	PFZ für alle MA verfügbar	hoch
I ₄	Finanzen	vorhanden + E-Roller	nicht vorhanden	PFZ für alle MA verfügbar	unterschiedlich, je nach Auftragslage
I ₅	Elektrotechnik	vorhanden	vorhanden	Vertriebler nutzen DW, andere MA nutzen PFZ	hoch
I ₆	Bildung	nicht vorhanden	nicht vorhanden		
I ₇	Textil	vorhanden	vorhanden	Vertriebler nutzen DW, andere MA nutzen PFZ	hoch
I ₈	Bildung	vorhanden	nicht vorhanden	PFZ für alle MA verfügbar	gering

I = Interviewpartner, PFZ = Poolfahrzeuge, DW = Dienstwagen, MA = Mitarbeiter

Tabelle 7: Übersicht Fuhrpark

Quelle: Eigene Darstellung

Jede Organisation, außer die Bildungseinrichtung I₆, besitzen einen Fuhrpark und/oder Dienstwagen für die Mitarbeiter. In der Organisation I₁ haben Vertriebsmitarbeiter Anspruch auf einen Dienstwagen. Die Stillstandzeiten der Poolfahrzeuge oder Dienstwagen wurden als hoch benannt. Alle Mitarbeiter aus Organisation I₂ haben Zugriff auf einen Fahrzeugpool und einige Mitarbeiter haben einen personengebundenen Dienstwagen. Wenn alle Poolfahrzeuge in Nutzung sind, besteht die Möglichkeit, auf diese zurückzugreifen. Die Organisation I₃ besitzt ein Firmenauto, auf das alle Mitarbeiter Zugriff haben, um Firmenaufgaben im Rahmen der Arbeitszeit zu erledigen. In der Organisation I₄ existieren zwei E-Roller, ein Transporter sowie zwei Hybrid-Golfs, welche von allen Mitarbeitern über ein integriertes Buchungssystem genutzt werden können. Je nach der aktuellen Auftragslage unterscheiden sich die Stillstandzeiten. Die Organisation I₅ besitzt personengebundene Firmenfahrzeuge für die Geschäftsleitung und die Vertriebler. Des Weiteren existiert ein Fuhrpark, der von allen Mitarbeitern genutzt werden kann. Der Interviewpartner I₇ berichtete, dass die Vertriebler einen Dienstwagen nutzen und die

anderen Angestellten Zugriff auf einen Fahrzeugpool haben. Die Poolfahrzeuge werden nur selten genutzt, sodass es zu sehr hohen Stillstandzeiten kommt. Die Organisation hat sich das Ziel gesetzt, den Fahrzeugpool schrittweise auf E-Mobilität umzustellen. Die Bildungseinrichtung I₈ besitzt einen Fahrzeugpool von ungefähr 10 Autos. Einige sind permanent für das Facility Management reserviert. Die anderen Autos im Fahrzeugpool können von allen Mitarbeitern zum Beispiel für Dienstreisen verwendet werden. Die Auslastung der Fahrzeuge sieht der Befragte als hoch an, sodass Stillstandzeiten nur in der Nacht entstehen.

4.6 Auswertung und Ergebnisdarstellung

Im Folgenden werden die in Kapitel 2.3 aufgestellten Hypothesen mit den vorgestellten detaillierten Ergebnissen der Interviewstudie im Rahmen der beschriebenen Kategorien evaluiert.

Kapitel	Kategorie	Hypothesen	Status Hypothese
4.1	Standort Mittweida	H3	bestätigt
		H4	bestätigt
		H5	bestätigt
		H7	nicht bestätigt
4.2	Standortvergleich mit einem Ballungsgebiet	-	-
4.3	Verständnis Mobilitätsbegriff	-	-
4.4	Herkunft und Mobilitätsträger der Mitarbeiter	H6	bestätigt
		H8	bestätigt
4.5	Betriebliches Mobilitätsmanagement	H1	bestätigt
		H2	bestätigt

Tabelle 8: Status der Hypothesen in Kategorien nach Ergebnissen der Interviewstudie
Quelle: Eigene Darstellung

Anhand der Tabelle wird ersichtlich, dass für die erste Kategorie (Standort Mittweida) drei der vier aufgestellten Hypothesen bestätigt werden konnten. Folgende Hypothesen wurden mit den Ergebnissen der Interviewstudie aus Kapitel 4.1 abgeglichen:

H3: Organisationen mit Sitz im Untersuchungsraum haben weniger lokale Konkurrenten als branchengleiche Organisationen in einer Großstadt.

H4: Organisationen zählen die Hochschulnähe als Vorteil, weil dadurch die Chancen auf Kooperationen und Projekte sowie die Gewinnung von hochqualifizierten Mitarbeitern steigt.

H5: Organisationen mit Sitz im Untersuchungsraum sind subjektiv stark mit der Region verbunden.

H7: Zu den Hauptvorteilen für die Standortwahl im ländlichen Raum zählen die günstigeren Gewerbeflächen.

Die Hypothese drei befasst sich mit der fehlenden lokalen Konkurrenz im Untersuchungsraum. Dieser Vorteil wurde von I₃, einer Organisation der Dienstleistungsbranche, sowie von I₅, einer Organisation der Industriebranche, genannt. Die Hypothese gilt somit als bestätigt. Anhand der Abbildung 9 wird deutlich, dass die Nähe

zur Hochschule, mit fünf Nennungen, einen der beiden Hauptstandortvorteile im Untersuchungsraum darstellt. Die Hochschulnähe wurde von den Interviewpartnern I₁, I₂, I₄, I₆ und I₇ als Standortvorteil genannt. Die Möglichkeiten zur Teilnahme an Projekten und Kooperationen mit der Hochschule im Untersuchungsraum wurden von diesen fünf Organisationen explizit als Vorteil benannt. Darüber hinaus hat die Organisation I₁ die Hochschulnähe als Vorteil für die Akquirierung von hochqualifizierten Mitarbeitern angegeben. Somit wird die Hypothese vier als vollumfänglich bestätigt angesehen. Der Standortvorteil „regionale Verbundenheit“ wurde ebenfalls von fünf der acht befragten Interviewpartner benannt. Die Interviewpartner I₃, I₄, I₅, I₆, I₇ gaben unabhängig ihrer Branchenzugehörigkeit dies als Standortvorteil an. Die Hypothese fünf gilt somit als bestätigt. Die Hypothese sieben befasst sich mit den günstigeren Gewerbeflächen, die ein Grund für die Wahl des Standortes Mittweida sein können. Dieser Grund als Standortvorteil wurde von keiner der befragten Organisationen genannt. Die Hypothese kann somit nicht bestätigt werden. Im Kapitel 4.1.3 wurden die Nachteile des Standortes Mittweida ausgewertet. Den genannten Vorteilen steht die schlechte Anbindung an den ÖPNV (I₃, I₅, I₇), die Lage der Organisation (I₄, I₈) sowie die sinkende Bevölkerungsdichte (I₄), fehlender Zuzug (I₄) und die schlechte Anbindung an das Autobahnnetz (I₇) gegenüber.

Für die Kapitel 4.2 und 4.3 und den damit verbundenen Kategorien wurden keine Hypothesen aufgestellt. Als Ergebnis des Kapitels 4.2 „Standortvergleich mit einem Ballungsgebiet“ kristallisierte sich heraus, dass das Mobilitätsangebot vielfältiger ist als im Untersuchungsraum. Aufgrund attraktiver alternativer Mobilitätsmöglichkeiten kann die Mobilität offener und flexibler gestaltet werden. Diese Erkenntnis wird gestützt von der Aussage aller acht Interviewpartner durch die Benennung des besser ausgebauten ÖPNV. Ein weiterer genannter infrastruktureller Vorteil sind die gut ausgebauten Fuß- und Radwege. Diese Vorteile bilden die Basis, um im Rahmen des BMM zum Beispiel ein Job-Ticket oder ein Job-Bike etablieren zu können. Zusammenfassend ergibt sich aus den verschiedenen Standortvor- und Nachteilen für die Organisationen im ländlichen Raum eine andere Ausgangsbasis als für die Organisationen in Ballungsgebieten.

Rückblickend auf das Kapitel 4.3 wurden die Begriffe „Mobilität“ und „betriebliche Mobilität“ branchenunabhängig von allen Interviewpartnern in etwa gleich verstanden. Die Frage nach der Mitarbeitermobilität sahen nur zwei Interviewpartner (I₅, I₈) in ihrem Verantwortungsbereich. Drei Interviewpartner sahen dies nicht in ihrem Verantwortungsbereich (I₁, I₃, I₆) und zwei (I₂, I₇) nur teilweise. Aus der dargestellten wahrgenommenen Verantwortlichkeit ist es nicht möglich, die Anzahl der eingeführten Mobilitätsmaßnahmen abzuleiten. Zum Beispiel sieht Interviewpartner I₃ die Mitarbeitermobilität nicht in seinem Verantwortungsbereich, hat allerdings schon drei

Mobilitätsmaßnahmen umgesetzt. Dagegen sieht I₂ die Mitarbeitermobilität teilweise in seinem Verantwortungsbereich, es erfolgten jedoch keine mobilitätsunterstützenden Maßnahmen. Hingegen sieht I₅ die Mitarbeitermobilität im Verantwortungsbereich der Organisation und führte dementsprechend Mobilitätsmaßnahmen wie zum Beispiel das Homeoffice und Fahrtzuschüsse ein.

Das Kapitel 4.4 befasste sich mit der Herkunft und den verwendeten Mobilitätsträgern der Mitarbeiter, um zur Arbeitsstätte zu gelangen. Im Kapitel 2.3 wurden folgende Kategorie-spezifische Hypothesen aufgestellt:

H6: Der Großteil der Mitarbeiter der Organisationen stammen aus der Region.

H8: Je besser die Anbindung (ÖPNV, Autobahn) an die Organisation desto mehr Mitarbeiter arbeiten aus dem Umland für das Unternehmen.

Die Hypothese sechs lässt sich mithilfe der Abbildung 13 im Kapitel 4.4 bestätigen. Bei sieben der acht interviewten Organisationen stammt die Mehrheit der Mitarbeiter direkt aus Mittweida. Diese Gruppe stellt mit 295 Angaben die zweitgrößte Gruppe dar. Die Hypothese acht wird durch den zweimal erwähnten Standortvorteil, der guten Anbindung an die Autobahn durch Interviewpartner I₂ und I₆, sowie durch die Anzahl der Mitarbeiter, die aus über 20 Kilometer Entfernung kommen, (300 Mitarbeiter) als bestätigt angesehen. Für den Weg zur Arbeit nutzen Mitarbeiter mit Wohnsitz in Unternehmensnähe Auto und Fahrrad. Einige Mitarbeiter kommen auch zu Fuß. Mitarbeiter mit Wohnsitz in Unternehmensferne nutzen zusätzlich noch den Zug.

Im Kapitel 4.5 erfolgte eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Situationen der interviewten Organisationen zu den eingeführten bzw. umgesetzten Mobilitätsmaßnahmen. Folgende Hypothesen wurden, für die Kategorie betriebliches Mobilitätsmanagement, im Kapitel 2.3 aufgestellt und diese galt es mithilfe der Interviewstudie zu überprüfen:

H1: Ein Ziel des BMM ist es, unabhängig vom Unternehmensstandort, die Mitarbeitermobilität zu beeinflussen und den motorisierten Individualverkehr zu reduzieren.

H2: Die Einbeziehung der Mitarbeiter in die Gestaltung des BMM verspricht eine bessere Umsetzung der Maßnahmen.

Bezugnehmend auf das Kapitel 4.5 „Betriebliches Mobilitätsmanagement“ ergab sich, dass sechs der acht interviewten Organisationen betriebliches Mobilitätsmanagement eingeführt haben. In der Tabelle 3 im Kapitel 2.2.4 werden die verschiedenen möglichen Maßnahmen für „Betriebliches Mobilitätsmanagement“ dargestellt. Die häufigsten eingeführten

Maßnahmen der Organisationen im Untersuchungsraum sind der Kategorie Arbeitsorganisation zuzuordnen. Dies wird anhand der Abbildung 14 im Kapitel 4.5 sichtbar. Das Homeoffice kristallisierte sich als meist eingeführte Mobilitätsmaßnahme heraus. Als maßgeblicher Treiber dafür ist die Coronapandemie sowie die damit einhergehenden gesetzlichen Bestimmungen zu nennen. Jede Organisation mit Ausnahme von I₂ und I₆ bietet für die Beschäftigten Homeoffice an. Bei den Maßnahmen zur finanziellen Unterstützung war die Mitfinanzierung eines Job-Bikes bei drei Unternehmen die am häufigsten genannte Maßnahme. Mithilfe dieser können die Anfahrts- und Abfahrtswege der Mitarbeiter entweder durch das Homeoffice komplett entfallen oder umweltfreundlicher, zum Beispiel durch die Nutzung des Job-Bikes oder Jobticket gestaltet werden. Bei der Einführung von letzterem oder anderweitigen Maßnahmen aus der Kategorie Arbeitsorganisation wird der motorisierte Individualverkehr reduziert. Somit wird die Hypothese eins bestätigt. In Summe spiegeln die eingeführten Maßnahmen die Beeinflussung der Mitarbeitermobilität durch das betriebliche Mobilitätsmanagement wider. Aber auch bei den Maßnahmen in Bezug auf die aufkommende betriebliche Mobilität haben die Organisationen Mobilitätsmaßnahmen eingeführt. Am häufigsten wurde die Einführung von digitalen Treffen genannt. Die Zeitersparnis und Ortsunabhängigkeit stellen dabei die Hauptvorteile dar. Als wegweisende Treiber zur Einführung der verschiedenen Mobilitätsmaßnahmen stellten sich, im Rahmen der Interviewstudie, die Mitarbeiter und Personalabteilungen heraus. Dies führte dazu, dass die Angestellten nicht nur auslösendes Moment, sondern auch maßgeblich mit an der Umsetzung der Maßnahmen involviert waren. In der Folge führte dies zu einem hohen Nutzungsgrad und einer starken Akzeptanz der eingeführten Maßnahmen. Somit kann die Hypothese zwei im Rahmen der Interviewstudie bestätigt werden.

Bezugnehmend auf die Definition des systematischen Mobilitätsmanagement unter 2.1.3, ist die Bildungseinrichtung I₈ die einzige Organisation, die systematisches Mobilitätsmanagement eingeführt hat. Grundlage dieser Aussage ist das Vorhandensein eines Klima- und Umweltschutzbeauftragten innerhalb der Organisation. Dieser beschäftigt sich mit dem Erfassen von Mobilitätswünschen, die von den Mitarbeitern und Kunden angesprochen werden sowie dem Erarbeiten von Konzepten und Fördermöglichkeiten, zur Ermittlung und Erfüllung von Mobilitätsbedürfnissen. Darüber hinaus befassten sich fünf weitere der acht interviewten Organisationen unsystematisch, aber erkennbar, mit mobilitätsrelevanten Themen. Lediglich die Organisationen I₂ und I₆ haben keine Mobilitätsmaßnahmen eingeführt.

5 Fazit

Dieses Kapitel beinhaltet zusammenfassende und abschließende Betrachtungen der vorliegenden empirischen Studie und der gewonnenen Ergebnisse in Bezug auf die gestellte Forschungsfrage. Aus den inhaltlichen Schwerpunkten des Kapitels 4.6 werden Erkenntnisse für das strategische Interesse der Forschung abgeleitet. Anschließend wird die Untersuchungsdurchführung kritisch betrachtet. Darauf aufbauend werden abschließende, weiterführende Forschungsrichtungen und -pfade empfohlen.

5.1 Zusammenfassung

Das Ziel der vorliegenden Arbeit bestand darin, zu untersuchen, ob und inwiefern Unternehmen aus Mittweida die Personenmobilität beeinflussen und Anreize zur Reduzierung des anfallenden betrieblichen Verkehrs schaffen können. Zur Erfüllung des genannten Zieles wurde eine Interviewstudie mit acht Organisationen aus Mittweida mit dem Schwerpunkt betriebliche Mobilität durchgeführt. Um vorab die theoretischen Grundlagen zu erarbeiten, erfolgte eine Literaturrecherche. Anhand dieser wurde der Untersuchungsraum Mittweida als ländlicher Raum deklariert. Darüber hinaus ergab sich durch die Literaturrecherche unter anderem eine Unterteilung der betrieblichen Mobilitätsmaßnahmen (Tabelle 3) in: Sharing, standortbezogene Maßnahmen, Maßnahmen zur finanziellen Unterstützung, Arbeitsorganisation und Sensibilisierungen. Aus der Literaturrecherche wurden Hypothesen als Grundlage für den Interviewleitfaden gebildet. Die Überprüfung dieser erfolgte mithilfe der Interviews und diente dazu, Teilaspekte der Forschungsfrage zu beantworten. Anhand der Auswertung der Interviewstudie ergab sich, dass die meisten eingeführten Mobilitätsmaßnahmen in die Kategorie Arbeitsorganisationen fallen. Dies liegt zu einem erheblichen Teil an der im Untersuchungszeitraum herrschenden pandemischen Lage. Allerdings wirkt sich dieser Umstand sehr positiv auf die Reduzierung der betrieblichen Personenmobilität aus.

Des Weiteren spielt der Unternehmensstandort für die Einführung der Mobilitätsmaßnahmen eine wesentliche Rolle. Je nach den äußerlichen Rahmenbedingungen und Begebenheiten, haben verschiedene Mobilitätsmaßnahmen unterschiedliche Wirkungsgrade. Diese Unterschiede wurden im Rahmen der Auswertung der Hypothesen drei bis acht untersucht. Als Ergebnis der Interviewstudie wurden im

Untersuchungsraum das Homeoffice, Fahrtzuschüsse und die Mitfinanzierung des Job-Bikes als wirksamste Mobilitätsmaßnahmen ermittelt. In Ballungsgebieten wurde der sehr gut ausgebaute ÖPNV und die damit bessere Erreichbarkeit sowie die hohe infrastrukturelle Ausbaustufe in Bezug auf Radwege von den interviewten Unternehmen genannt. Davon abgeleitet hat die Einführung eines Job-Tickets sowie Job-Bikes in Ballungsgebieten einen deutlich höheren Wirkungsgrad aufgrund der stärkeren Nutzung des ÖPNV und des Fahrrads der Beschäftigten als im Untersuchungsraum.

Bei den interviewten Organisationen nutzt die Mehrheit der Angestellten das Auto für den täglichen Arbeitsweg, obwohl drei Organisationen die Mitfinanzierung eines Job-Bikes fördern. Diese Alternative wird bisher nur von einem Teil der Beschäftigten genutzt. Zur weiteren Beeinflussung der Personenmobilität bedarf es noch weiterer umweltfreundlicher Alternativen wie zum Beispiel der Einführung eines Fuhrparkes von Elektrofahrzeugen oder dem Ausbau der Infrastruktur für Fahrräder in den Organisationen. Zum anderen bedarf es einer Sensibilisierung für die Thematik, um eine Erhöhung des Nutzungsgrades der bereits heute vorhandenen Alternativen zu erreichen. Das generelle Interesse zum Thema war bei allen befragten Organisationen vorhanden. Die Steigerung der Attraktivität des Arbeitsplatzes durch umweltfreundliche Benefits für die Beschäftigten war ebenso Motivation wie die Wünsche der Beschäftigten nach alternativen Mobilitätsträgern.

Zusammenfassend wurde in Bezug auf die Forschungsfrage das Wissen akquiriert, dass die Organisationen im Untersuchungsraum bereits Mobilitätsmaßnahmen zum Anreiz und zur Beeinflussung der Reduzierung des anfallenden betrieblichen Verkehrs umgesetzt haben. Folgende Maßnahmen wurden dafür bereits von den interviewten Organisationen eingeführt: Homeoffice, Fahrtzuschüsse, Job-Bike, Fahrradabstellplatz, 4-Tage-Woche, Gleitzeit, E-Ladestation für Fahrräder und das Job-Ticket. Als Essenz der Untersuchung der vorliegenden Arbeit lässt sich ableiten, dass das Timing zur Einführung von Mobilitätsmaßnahmen zu keiner Zeit besser war, aber auch notweniger als heute. Deutlich wurde im Rahmen der Interviewstudie, dass die Omnipräsenz der Auswirkung der Klimaentwicklung heute von keinem Unternehmen nicht mehr berücksichtigt werden kann, welches sich zukunftsfähig aufstellen will. Die steigende Anzahl von Möglichkeiten zur Beeinflussung der Personenmobilität durch den technologischen Fortschritt (Elektromobilität, ortsunabhängiges Arbeiten usw.) sowie das allgemein gesteigerte Umweltbewusstsein der Beschäftigten bilden eine gute Ausgangslage zur Schaffung von nachhaltigen Maßnahmen zur Veränderung der Personenmobilität. Um massive Einsparungen bei der anfallenden Mobilität der Unternehmen zu erreichen und somit die Treibhausgase zu reduzieren, sind der Ausbau des Homeoffice sowie das Umschwenken

auf nachhaltige Mobilitätsträger unumgänglich. Das kann gleichzeitig die Chance bieten, den ländlichen Raum als Arbeitsort attraktiver zu gestalten.

5.2 Kritische Betrachtung

Die vorliegende Arbeit untersuchte, inwieweit Unternehmen aus Mittweida Maßnahmen zur Reduzierung der betrieblichen Mobilität eingeführt und umgesetzt haben. Das Ziel bestand darin, herauszufinden, wodurch Mobilität in einem Unternehmen anfällt und welche Anreize geschaffen wurden, diese zu verringern. Die acht durchgeführten Experteninterviews stützen sich auf die subjektiven Einschätzungen der Befragten. Um die Repräsentativität zu gewährleisten und zur Schärfung des Detaillierungsgrades, wird die Erhöhung der Anzahl der durchgeführten Experteninterviews empfohlen. Dem vorliegenden akquirierten Wissen durch die Interviewstudie standen nur Befragte aus Organisationen des Untersuchungsraumes zur Verfügung. Die Einschätzung für Ballungsgebiete wurde ebenso von diesem Personenkreis vorgenommen. Zur Qualitätssicherung wird die Ausweitung des Untersuchungsraumes auf Ballungsgebiete empfohlen. Ein weiterer Mehrwert liegt ableitend davon in der Gegenüberstellung der Informationen der verschiedenen Untersuchungsgebiete. Ein Perspektivwechsel im Rahmen zukünftiger Befragungen auf Ebene der Beschäftigten und nicht, wie in der vorliegenden Arbeit, mit der jeweiligen Standortleitung der Organisation, ergänzt die zusammengeführten Informationen und fügt möglicherweise neue Blickwinkel zur Thematik hinzu.

5.3 Ausblick

Nach der Beantwortung der Forschungsfrage wurden neue interessante Forschungspfade aufgezeigt, die zukünftig als Ausgangspunkt für weitere Untersuchungen dienen können. So haben die Interviewten Mobilitätsmaßnahmen angegeben, jedoch wurde eine Messbarkeit nicht untersucht. Im Sinne eines systematischen Managementansatzes stehen Zielsetzung und Erfolgskontrolle in Wechselwirkung. Eine Untersuchung der Messbarkeit sowie die Wirksamkeit der hier herausgestellten Maßnahmen können weitere Forschungspfade eröffnen, wie beispielsweise, die langfristige Wirkung der Maßnahmen auf die Umwelt und Gesundheit der Mitarbeiter. Die Entwicklung der Mobilitätsmaßnahmen und deren Wirksamkeit in einem ganz bestimmten Zeitverlauf ermöglichen zusätzliche neue Forschungsansätze. Ein weiteres Untersuchungsfeld stellt das Verhältnis der Unternehmensgröße und deren Mobilitätsmaßnahmen dar. So stellt sich die Frage: spielt die Unternehmensgröße in der Art und Umsetzung der Maßnahmen zur Reduzierung der Personenmobilität eine Rolle? Ein weiterer interessanter Ansatz wäre die Untersuchung der Maßnahmen im Vergleich zur Altersstruktur der Beschäftigten. Gibt es Maßnahmen, die in unterschiedlichen Altersgruppen eine höhere Akzeptanz aufweisen? Weiterführend wäre eine Untersuchung, ob die Branchenzugehörigkeit der jeweiligen Organisation auf die Art der Mobilitätsmaßnahme eine Auswirkung hat, interessant. Als letzter genannter Ausblick dieser Arbeit stellt die Analyse des CO₂-Fußabdrucks der einzelnen Mobilitätsmaßnahmen einen interessanten Forschungspfad dar.

Literatur

Ahrend, Christine; Schwedes, Oliver; Daubitz, Stephan; Böhme, Uwe; Herget, Melanie. „Kleiner Begriffskanon der Mobilitätsforschung" in Fachgebiet Integrierte Verkehrsplanung, Technische Universität Berlin. 2013.

Andenmatten, Martin. „Warum tut sich das Management so schwer mit Governance?“ Disruptive agile Service Management, 23. August 2015.
<https://blog.itil.org/2015/08/warum-tut-sich-das-management-so-schwer-mit-governance/>.

Aner, Kirsten, und Ute Karl, Hrsg. Handbuch Soziale Arbeit und Alter. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2020. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-26624-0>.

Aphorismen.de. „Zitat von Aristoteles zum Thema Schicksal“. Zugegriffen 5. Juli 2022.
<https://www.aphorismen.de/zitat/84782>.

B.A.U.M. „Leitfaden zum Betrieblichen Mobilitätsmanagement (BMM)“. München, 2021.
<https://www.metropolregion-muenchen.eu/wp-content/uploads/2021/05/Leitfaden-Betriebliches-Mobilitaetsmanagement.pdf>.

Labigne, Anaël, Gilroy, Patrick, Kononykhina, Olga, Hollmann, Detlef, Schlicher, Christian, Riess, Birgit. BertelsmannStiftung. „Bessere Daten für besseres Unternehmensengagement". Berlin, 2018

Berger-Grabner, Doris. „Praxis empirischer Sozialforschung und Begrifflichkeiten“. In Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, von Doris Berger-Grabner, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-13078-7_4.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. „Ländliche Regionen verstehen", 2020, Referat 816 – Strategie und Koordinierung der Abteilung 8, Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen.

DUDEN. „Duden | Ballungsgebiet | Rechtschreibung, Bedeutung, Definition, Herkunft“. Zugegriffen 18. Juli 2022. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Ballungsgebiet>.

Europäische Kommission. „Klima- und energiepolitischer Rahmen bis 2030“. Zugegriffen 6. April 2022. https://ec.europa.eu/clima/eu-action/climate-strategies-targets/2030-climate-energy-framework_de.

Forschungsinformationssystem. „Akteure im betrieblichen Mobilitätsmanagement“. Zugegriffen 11. Mai 2022.
<https://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/55559/?clsId0=276646&clsId1=276648&clsId2=276877&clsId3=0>.

Forschungsinformationssystem. „Rahmenbedingungen des betrieblichen Mobilitätsmanagements (BMM)“. Zugegriffen 11. Mai 2022.
<https://www.forschungsinformationssystem.de/servlet/is/205148/>.

- Funke, Joachim. *Mobilität als Bewegung im physischen, sozialen und geistigen Raum*. Heidelberg, 2018. <https://heiup.uni-heidelberg.de/journals/index.php/hdjbo/article/view/23817>.
- Groß, Sven. „Handbuch Tourismus und Verkehr“, 2017. <https://elibrary.utb.de/doi/epdf/10.36198/9783838586892>.
- Hartig, Ralf, Knauer, Alexander, Fröhlich, Clemens, Kolb, Christina, Härtel, René. „Anforderungen an Digitale Identitäten von Mobilitätsträgern in einer Sharing-Economy“. In: *Mobilitätsforum Duisburg 2022*. Im Druck.
- Herbert, Jacob. „Industriebetriebslehre Handbuch für Studium und Praxis“. 4. Auflage, GABLER Verlag, 1990.
- IHK Köln. „Betriebliches Mobilitätsmanagement Chancen für die regionale Wirtschaft“, Köln, 2019
- Karth, Gert. „Betriebliches Mobilitätsmanagement am Beispiel des Otto-Wagner-Spitals“, Wien, 2009.
- Kreiner, Stefan. „Betriebliches Mobilitätsmanagement“. Karl-Franz-Universität, 2008. <https://unipub.uni-graz.at/obvugrhs/content/titleinfo/245927/full.pdf>.
- Kußmaul, Heinz. „B. Rechtsstrukturen und Standortwahl“. In *Betriebswirtschaftslehre*, 99–150. De Gruyter Oldenbourg, 2016. <https://doi.org/10.1515/9783110450033-006>.
- Labigne, Anaël, Patrick Gilroy, Olga Kononykhina, Detlef Hollmann, Christian Schilcher, und Birgit Riess. „Bessere Daten für besseres Unternehmensmanagement“, 2018, 24.
- Mayring, Philipp. *Qualitative Inhaltsanalyse Grundlagen und Techniken*. 12. Aufl. Beltz, 2015.
- „Mobilitätsmanagement: eine Definition des Mobilitätsmanagements und Kategorisierung der Mobilitätsmanagement-Maßnahmen, bestätigt durch MAX-Konsortium und EPOMM“. EPOMM - THE EUROPEAN PLATFORM ON MOBILITY MANAGEMENT, o. J. https://epomm.eu/sites/default/files/files/MMDefinition_DE.pdf.
- Proff, Heike, Hrsg. *Transforming Mobility – What Next?: Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2022. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-36430-4>.
- Roithinger, Robert. *Betriebliches Mobilitätsmanagement mit besonderem Bezug auf den Raum Linz*, 2005. <https://www.grin.com/document/46060>.
- Schäfers, Bernhard, und Wolfgang Zapf, Hrsg. *Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2001. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-94976-9>.
- Schopf, Josef Michael. „Begriffsbestimmung und Analyse“, 2001, https://files.fwu.at/Wissenschaft_Umwelt/3_2001/2001_03_verkehr_1.pdf
- Schwedes, Oliver, und Alexander Rammert. *Mobilitätsmanagement: Ein neues Handlungsfeld Integrierter Verkehrsplanung. essentials*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2020. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-30390-7>.

- Statistisches Bundesamt. „Güterverkehr“. Zugegriffen 21. Juni 2022. https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Transport-Verkehr/Gueterverkehr/_inhalt.html.
- Statistisches Bundesamt. „Personenverkehr“. Zugegriffen 21. Juni 2022. https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Transport-Verkehr/Personenverkehr/_inhalt.html.
- Statistisches Bundesamt. „Unfälle und Verunglückte im Straßenverkehr“. Zugegriffen 11. Mai 2022. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Verkehrsunfaelle/Tabellen/unfaelle-verunglueckte-.html>.
- Umweltbundesamt. „Emissionsquellen“, 7. September 2013. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/treibhausgas-emissionen/emissionsquellen>.
- Umweltbundesamt. „Mobilitätsmanagement“, 23. September 2019. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/nachhaltige-mobilitaet/mobilitaetsmanagement>.
- Tully, Claus J., und Dirk Baier. *Mobiler Alltag: Mobilität zwischen Option und Zwang: vom Zusammenspiel biographischer Motive und sozialer Vorgaben*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.
- Vallée, Dirk, Barbara Engel, und Walter Vogt, Hrsg. *Stadtverkehrsplanung Band 1: Grundlagen, Ziele und Perspektiven*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2021. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-59693-7>.
- Werther, Simon, Hrsg. *Coworking als Revolution der Arbeitswelt: von Corporate Coworking bis zu Workation*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2021. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-62657-3>.
- Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, Hrsg. *Betriebliche Mobilität im Quartier gemeinsam verbessern: Erkenntnisse für die Praxis aus dem Projekt BMM HOCH DREI: BMM HOCH DREI, Betriebliches Mobilitätsmanagement im Bergischen Städtedreieck*. Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie gGmbH, 2019.
- Zierer, Maria Heide, Zierer, Klaus. *„Zur Zukunft der Mobilität Eine multiperspektivische Analyse des Verkehrs zu Beginn des 21. Jahrhunderts“*. 1. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010
- Zoche, Peter, Kimpeler, Simone, Joepgen, Markus. *„Virtuelle Mobilität: Ein Phänomen mit physischen Konsequenzen? Zur Wirkung der Nutzung von Chat, Online-Banking und Online-Reiseangeboten auf das physische Mobilitätsverhalten“*, Springer- Verlag Berlin Heidelberg GmbH, 2002
- Zuralski, Alexandra. *Der ländliche Raum - Definition, Funktionen und Merkmale des ländlichen Raumes*. GRIN Verlag, 2008.

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Dresden, den 21. September 2022



Johanna Linda Hess