



Projektrundbrief II

Mobilitätsberatung – Aktuelle und zukünftige Anforderungen und Handlungsfelder

GEFÖNDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

BETREUT VOM



PTKA
Projektträger Karlsruhe
Karlsruher Institut für Technologie

Beschäftigte in der Mobilitätsberatung sitzen an der zentralen Schnittstelle zwischen Kunden und Unternehmen. Dabei müssen sie einerseits den Wandel der Mobilität den Kunden vermitteln, sind in ihrer Arbeit von diesem aber auch selbst betroffen. Dies macht es erforderlich, die Anforderungen an die Beschäftigten in der Mobilitätsberatung näher zu bestimmen und potenzielle Veränderungen zu prognostizieren. Von Interesse ist dabei: Welche aktuellen und zukünftigen Aufgaben

für eine professionelle Mobilitätsberatung lassen sich identifizieren? Welche Qualifikationserfordernisse für die Beratenden ergeben sich dabei? Um diesen Fragen nachzugehen, wurden im Projekt mittels Workshops, Arbeitsbeobachtungen und Einzelinterviews die zentralen Handlungsaufgaben und Bewältigungsstrategien der Beschäftigten untersucht, die sich u.a. aus den unterschiedlichen Erwartungen (Unternehmen, Kunden/-innen, eigene) ergeben.

Erkenntnisse zum status quo der Mobilitätsberatung

Die verschiedenen Teiltätigkeiten und Aufgaben innerhalb der Mobilitätsberatung konnten mittels der Analysen systematisiert werden. Hierbei wurden die vielfältigen Facetten des Berufsfeldes sichtbar, die neben der spezifischen Beratungstätigkeit eben auch allgemeinere Aspekte wie Verkauf, Support, Sachbearbeitung und Akquise beinhaltet.

Dieses **komplexe Mischungsverhältnis**, der **schnelle Wechsel zwischen den einzelnen Tätigkeiten** sowie die **sehr heterogenen Zielgruppen** stellen die **Besonderheit der Mobilitätsberatung** dar. Sie ist einerseits begründet in der Breite der Themen und Inhalte und andererseits in der im Untersuchungsfeld praktizierten Arbeitsorganisation (Rationalisierung, Rücknahme funktionsbezogener Arbeitsteilung und Zusammenführung verschiedener Aufgabenbereiche in einem Tätigkeitsprofil).

Die Untersuchungen zeigten, dass die Mobilitätsberatung sich grundsätzlich mit anderen

Tätigkeitsfeldern der Dienstleistungsbranche (Post, Zugbegleitdienst, Call-Center) vergleichen lässt. Allen sind die im Folgenden beschriebenen Merkmale gemein.

Zunächst kann die Mobilitätsberatung als eine **indirekt personenbezogene Dienstleistung** bezeichnet werden. Diese Form der Arbeit zeichnet sich dadurch aus, dass die zentrale Aufgabe der Dienstleister darin besteht, andere Güter oder Dienstleistungen (hier: Mobilitätsdienstleistungen) zu verkaufen oder die Nutzung zu vermitteln.

Neben diesem inhaltlichen Aspekt besteht ein Großteil der verschiedenen Tätigkeiten der Mobilitätsberatung darin **Interaktionsarbeit** zu vollziehen. Diese besondere Form an Arbeit, die vornehmlich in Bereichen mit intensivem zwischenmenschlichem Kontakt anzutreffen ist, wird zumeist durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

- Hauptbestandteil ist die Interaktion und Kommunikation mit Menschen

- Es wird Einfluss auf die Gefühle Anderer genommen; der bewusste Umgang mit den eigenen Gefühlen ist notwendig.
- Es muss situativ auf Unvorhergesehenes reagiert werden.
- Der Dienstleistungserbringer wird (auch) durch Kunden/-innen kontrolliert (durch deren Erwartungen und Ansprüche).

Als Ergänzung zu diesen interaktiven Bezügen der Tätigkeit lässt sie sich aber auch strukturell einordnen. So ist Mobilitätsberatung an einer **Grenzstelle** zwischen Un-

ternehmen und Kunden/-innen (hier: im Kundenzentrum) angesiedelt. Hieraus ergibt sich die besondere Herausforderung zwischen beiden Seiten zu vermitteln, vor allem da diese potenziell ambivalente Ansprüche und Erwartungen an die Beschäftigten heranzutragen. Es können sich dabei Handlungsdilemmata und Zielkonflikte ergeben, die die Beschäftigten bewältigen müssen. Dabei gilt es beispielsweise, zwischen Empathie und Effizienz, Problemlösung und Zeitdruck, Kundenorientierung und Kundenkontrolle situativ abzuwägen.

Potenzielle Entwicklungen der Mobilitätsberatung

Auf Grundlage der vielfältigen Erkenntnisse im Projekt ist zu erwarten, dass die Mobilitätsberatung sich ändern wird, auch wenn die Intensität und die zeitliche Perspektive dieser Veränderungen nur schwer abzuschätzen sind.

Für die Mobilitätsberatung bedeutet das folgende **absehbare Entwicklungen**:

- Die Tätigkeit wird **vermehrt Anteile direkten Personenbezugs** enthalten, d.h. Kunden/-innen selbst bzw. das Verhalten des/r Kunden/-in wird verstärkt Gegenstand der zu erbringenden Dienstleistung („der Berater als Mobilitätscoach“).
- Der **interaktive Anteil** der Tätigkeit **wird komplexer**: Die kooperierende Rolle des/der Kunden/-in wird wichtiger, da die Angebotsstruktur zunehmend auf Individualisierung setzt. Zudem nehmen die Beratungsthemen und -inhalte zu (mehr

Angebote, Elektromobilität, Nutzerakzeptanz, digitale Dienste, Nutzung von Leihmobilität etc.).

Noch **offene Fragen** hinsichtlich der Entwicklung der Mobilitätsberatung sind:

- Wird die Mobilitätsberatung auch zukünftig eine Grenzstelle darstellen, also verschiedenste Kundenanfragen einordnen und zwischen ambivalenten Ansprüchen von Unternehmen und Kunden vermitteln? Oder wird Mobilitätsberatung organisatorisch eigenständig(er)?
- Wird die Tätigkeit auch zukünftig stark mit unterschiedlichsten Aufgaben durchmischt sein oder wird sie sich auf einen Kern hin spezialisieren (z. B. Beratung zu multimodaler Mobilität)?

Trotz dieser Ungewissheiten lässt sich aber festhalten, dass **entscheidende Merkmale**

der Tätigkeit erhalten bleiben. Die Mobilitätsberatung wird weiterhin eine komplexe Interaktionsarbeit an einer, für das Unternehmen strategisch wichtigen Stelle sein, die durch hohe Anforderungen an das Handeln

der Beschäftigten gekennzeichnet ist. Durch die Arbeit mit Menschen werden weiterhin Gefühle (eigene und andere) und die Bewältigung unvorhersehbarer Situationen eine entscheidende Rolle spielen.

Neue Handlungsfelder in der Mobilitätsberatung

Um neue Aufgaben und Anforderungen in der Erwerbsarbeit von Mitarbeiter/-innen in Kundenzentren des ÖPNV abzubilden, wurden typische Arbeitssituationen dieser Mitarbeiter/-innen empirisch erhoben und in sogenannte berufliche Handlungsfelder geclustert. Es zeigt sich, dass die Beschäftigten in Kundenzentren klassische kaufmännische Aufgaben im Kundenkontakt übernehmen, wie das Abwickeln von Verkäufen, die Pflege der Kundendaten oder die Bearbeitung von Fällen des erhöhten Beförderungsentgelts. Daneben werden Auskünfte zu Verbindungen und Strecken, aber auch Beratungen zu standardisierten Produkten des ÖPNV, wie bspw. zu Abonnementverträgen, durchgeführt.

Ein neues Handlungsfeld, das sich vor dem Hintergrund technologischer, kultureller und demographischer Entwicklungen konstituiert (vgl. Projektrundbrief 1), ist die multimodale Beratung. Diese Form der Beratung betrachtet eine differenzierte, multimodale Nutzung von Verkehrsangeboten unterschiedlicher Anbieter speziell mit Elektromobilität. Ziel ist es, Unterstützung zu bieten, bei der Organisation der individuellen Mobilität und dem Auffinden und Kombinieren von bedarfsgerechten Angeboten. Darüber hinaus soll eine Steigerung der Nutzung nachhaltiger Mobilität

speziell mit Elektromobilität befördert werden. Hierzu ist es gegebenenfalls von Nöten eine Veränderung des Mobilitätsverhaltens der Kunden/-innen herbeizuführen. Dies bedeutet auch, Kunden/-innen dabei zu unterstützen, Ansprüche zu Ökonomie, Ökologie und Komfort gegeneinander abzuwägen, um passende Mobilitätsangebote auszuwählen. Dabei berät der Berater zu eigenen Produkten, aber auch zu den Angeboten von Kooperationspartnern, wie Car- und Bike-Sharern und zu deren Kombinationsmöglichkeiten.

Weil diese neue Aufgabe komplexer und damit anspruchsvoller ist als die bisher stattfindenden standardisierten Beratungen, erfordern sie aufseiten der Berater/-innen Kompetenzen, die über die Vermittlung von Informationen an Kunden/-innen und den Verkauf von Produkten des ÖPNV hinausgehen. Da bisher weder in den bestehenden dualen Bildungsgängen der Branche noch im Bereich der Weiterbildung die erforderlichen Kompetenzen für eine Mobilitätsberatung zu multimodalen Angeboten erworben werden können, basieren die bisher stattfindenden multimodalen Beratungen weitestgehend auf individuellem Einsatz der Beratenden und viel learning-by-doing. Um diesem Professionalisierungsbedarf zu begegnen wurden im Projekt ProMobiE zunächst die notwendigen

Lernfeld „Individuelle Beratungsangebote zu multimodalen Mobilitätsangeboten entwickeln, durchführen, evaluieren“

Problemanalyse: Die Berater/-innen analysieren die Angebote ihres Unternehmens und die Angebote von Kooperationspartnern und stellen deren Vor- und Nachteile dar. Sie beschreiben den Beratungsbedarf von unterschiedlichen Kundengruppen und erkennen Informationslücken, die erst im Gespräch geschlossen werden können. Dabei erfassen sie die Anforderungen, die die Gesprächssituation individuelle Beratung mit sich bringt und erkennen Ziellücken in der Beratungstätigkeit.

Planen: Die Berater/-innen benennen die notwendigen Informationen zum bisherigen Mobilitätsverhalten der Kunden und beschaffen ggf. fehlende Informationen. Sie beschreiben die Vor- und Nachteile von multimodalen Verkehrskonzepten für die Zielgruppe, informieren sich über verschiedene Antriebsarten und bewerten sie vor dem Leitbild der Nachhaltigkeit.

Entscheiden: Die Berater/-innen wählen vor dem Leitbild der Nachhaltigkeit multimodale Verkehrsangebote aus. Dabei wägen sie zwischen Ansprüchen in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Komfort ab.

Ausführen: Die Berater/-innen erläutern Kund/-innen sach- und zielgruppengerecht individuelle Verkehrsangebote. Dabei informieren sie zu den eigenen Konditionen sowie zu den Konditionen der Kooperationspartner und stellen die Vollständigkeit der weitergegebenen Informationen sicher.

Kontrollieren: Die Berater/-innen reflektieren den Verlauf des Gespräches und können Handlungsmuster festigen oder neue ableiten. Dabei reflektieren sie insbesondere Rollenkonflikte in der eigenen Tätigkeit (Berater/-in vs. Verkäufer/-in).



Modell der vollständigen Handlung

beruflichen Kompetenzen für eine multimodale Beratung in einem Lernfeld beschrieben.

Auf dieser Basis werden aktuell Qualifizierungsmodule entwickelt, erprobt und evalu-

iert (vgl. Projektrundbrief 3). Auch über den Projektkontext hinaus kann die Beschreibung der Handlungsfelder von Mitarbeiter/-innen in Kundenzentren mindestens zwei weiteren Verwendungsmöglichkeiten dienen:

- **Perspektive des Beschäftigungssystems:** Um Spezialisierung zu erlauben, sollten Tätigkeitsprofile von Mitarbeiter/-innen in Kundenzentren identifiziert und systematisiert werden.
- **Perspektive des Berufsbildungssystems:** Die Aufgabe der multimodalen Mobilitätsberatung sollte in die bestehenden Berufsbildern der Branche (bspw. Kaufleute für Verkehrsservice) verankert werden.

Rückblick auf die Fachtagung „Anforderungen in der Mobilitätsberatung – Perspektiven aus Wissenschaft und Praxis“

Am **19. April 2016** fand die zweite Transferveranstaltung im Projekt ProMobiE statt. Ziel war es, die bisherigen Erkenntnisse des Projekts einer interessierten Fachöffentlichkeit vorzustellen und mit dieser über die Konsequenzen und möglichen Perspektiven für die geschäftliche und organisatorische Gestaltung zu diskutieren. Hierzu fand sich an der RWTH Aachen University eine breit gemischte Gruppe an Unternehmensvertreter/-innen der Mobilitätsbranche, Wissenschaftler/-innen der Arbeits-, Erziehungs- und Ingenieurwissenschaften sowie Akteuren öffentlicher und gemeinnütziger Institutionen ein.

In einem ersten thematischen Block wurden durch zwei Vorträge der **Wandel der Verkehrsbranche** und die damit verbundenen beruflichen Strukturen fokussiert. Stefan Hilger (VDV-Akademie e.V.) und Arne Lehmann (Prospektiv GmbH) referierten in ihrem Vortrag **„Professionelle Beratung zur Mobilität im 21. Jahrhundert – das Projekt ProMobiE“** aktuelle Trends in der Mobilität, welche schließlich einen Ausgangspunkt der Initiierung des Projekts darstellten.

Im daran anschließenden Vortrag **„Berufe und Beruflichkeit in der Verkehrsbranche“** von

Vanessa Potzolli (VDV-Akademie e.V.) wurde in den Blick genommen, welche Beschäftigungstengruppen die Aufgabe der Beratung aktuell innerhalb der Branche durchführen.

Der zweite Block der Veranstaltung widmete sich mit zwei Vorträgen den **Anforderungen in der Mobilitätsberatung**. Die Vorträge **„Schlüsselprobleme und Bewältigungsstrategien in der Mobilitätsberatung“** von Michel Michiels-Corsten (Institut für Erziehungswissenschaft, RWTH Aachen) und **„Entwicklung und Beschreibung beruflicher Handlungsfelder für die Mobilitätsberatung“** von Clarissa Schmitz (Institut für Arbeitswissenschaft, RWTH Aachen) präsentierten die in diesem Projektrundbrief thematisierten Inhalte.

Nachdem die Tätigkeit der Mobilitätsberatung auf diese Weise empirisch und systematisch vorgestellt wurde, knüpften im dritten thematischen Block die Vorträge **„Lernfelder und Lernsituationen zur multimodalen Mobilitätsberatung für die berufliche Aus- und Weiterbildung in der Verkehrsbranche“** von Martin Frenz und Clarissa Schmitz (beide vom Institut für Arbeitswissenschaft, RWTH Aachen) sowie **„Wann ist Mobilitätsberatung**



Auf der Fachtagung diskutieren Projektbeteiligte und Umsetzungspartner die zentralen Herausforderungen und Gelingensbedingungen für eine professionelle Mobilitätsberatung

professionell?“ von Tim Unger (Institut für Erziehungswissenschaft, RWTH Aachen) hieran an, um aufzuzeigen welche Maßnahmen und Rahmenbedingungen für eine Professionalisierung der Mobilitätsberatung notwendig und hilfreich wären.

Diese Perspektive und weitere wurden in der anschließenden **Podiumsdiskussion** aufgegriffen und diskutiert. Als Diskutanten/-innen waren vertreten: **Holger Filipowicz** (Verkehrsclub Deutschland VCD e.V.), **Simon Heinen** (Institut für Arbeitswissenschaft, RWTH Aachen), **Armin Langweg** (Koordinator der Verkehrsentwicklungsplanung, Stadt Aachen), **Verena Oberfell** (Stabsstelle Strategische Angebots- und Mobilitätsplanung, Bogestra AG) sowie **Gisela Warmke** (Geschäftsführerin Cambio Aachen). Als zentrale Erkenntnisse ergaben sich u.a., dass Mobilitätsberatung proaktiver als bisher An-

gebote machen muss, um Adressaten/-innen Bedarfe aufzeigen zu können. Die Beratung müsse die Bürger/-innen erreichen, dürfe also nicht nur auf Nachfrage stattfinden, sondern müsse vermehrt auch außerhalb des Kundenzentrums auf vielfältige Themen rund um Mobilität eingehen. Vor diesem Hintergrund waren sich alle Diskutanten darin einig, dass sich an dieser Aufgabe alle Akteure beteiligen sollten und letztendlich auch davon profitieren können.

Die einzelnen Vorträge können auf der Webseite des Projekts www.promobie.de abgerufen werden.

Projektpartner



Modellbetriebe



Umsetzungspartner



Kontakt

Stefan Hilger
VDV-Akademie e.V.
Kamekestraße 37 - 39
50672 Köln

Telefon 0221 57979-179
Telefax 0221 57979-8179
hilger@vdv.de

www.promobie.de

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

BETREUT VOM



PTKA
Projektträger Karlsruhe
Karlsruher Institut für Technologie

Dieses Forschungs- und Entwicklungsprojekt wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) im Programm „Innovationen für die Produktion, Dienstleistung und Arbeit von morgen“ gefördert und vom Projektträger Karlsruhe (PTKA) betreut. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor.