



Christian Scherf
Volle Fahrt à la carte?
Mobilitätskarten als Vermittlungsversuche
zwischen sozialen Welten
978-3-96238-038-0
632 Seiten, 17 x 24 cm, 34,95 Euro
oekom verlag, München 2018
©oekom verlag 2018
www.oekom.de

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	24
1.1	Thema und Hintergrund der Arbeit.....	24
1.2	Untersuchungsperspektive und Themenrelevanz.....	28
1.3	Fragestellung und Forschungsthese.....	35
1.4	Methode.....	36
1.5	Aufbau und Kurzfassung der Arbeit.....	37
2	Soziale Umwelt: Die Struktur des öffentlichen Personenverkehrs in Deutschland.....	42
2.1	Staatliche Daseinsvorsorge und öffentliche Personenbeförderung..	42
2.1.1	Der Begriff der Daseinsvorsorge nach Ernst Forsthoff.....	44
2.1.2	Regulierung der Personenbeförderung zwischen den Weltkriegen – Öffentliches Verkehrsinteresse oder Interesse des öffentlichen Verkehrs?.....	48
2.2	Folgen des Interventionismus für die ÖV-Struktur bis heute.....	59
2.2.1	Regeln des ÖPNV am Bsp. der ‚Personenbeförderungspflichten‘ im ÖSPV & SPNV.....	65
2.2.2	Ressourcen des ÖPNV am Bsp. der Regionalisierung im SPNV & Eigenwirtschaftlichkeit im ÖSPV.....	70
2.2.3	Grenzen der ÖV-Struktur: Das Beispiel Carsharing.....	77
2.3	Legitimationskrisen der deutschen ÖPNV-Struktur.....	84
2.3.1	Krise der Staatstätigkeit.....	86
2.3.2	Krise der Gemeinwohlorientierung.....	88
2.3.3	Krise der Flächendeckung.....	88
2.4	Neuinterpretation der deutschen ÖPNV-Struktur.....	89
2.4.1	Praktische Kritik an der Daseinsvorsorge im ÖV.....	90
2.4.2	Prinzipielle Kritik an der Daseinsvorsorge im ÖV.....	91
2.5	Weder Konkurrenz noch Kooperation in der ÖV-Struktur?.....	93
2.5.1	Sektor 1 und 2: Endogene und exogene Konkurrenz zwischen Anbietern.....	96
2.5.2	Sektor 3 und 4: Endogene und exogene Kooperation zwischen Verkehrsanbietern.....	101
2.5.3	Zwischenfazit: Interaktionen zwischen Anbietern dies- und jenseits der Daseinsvorsorge.....	107

3	Untersuchungsobjekt Mobilitätskarte.....	111
3.1	Konzeptioneller Entwicklungshintergrund: Das <i>Mobilpaket</i>	112
3.2	Materielle Entwicklungsbasis: Die <i>Multikarte</i>	117
3.3	„Mobilitätskarte“ – Entwicklung einer Arbeitsdefinition	121
3.4	Begriffsabgrenzung und Binnendifferenzierung.....	129
4	Theorie- und Interpretationsrahmen	138
4.1	Entwicklung der sozioökonomischen Umwelt der Anbieter	138
4.1.1	Die post- oder nachindustrielle Gesellschaft.....	147
4.1.2	Soziale Rollen zwischen Produzent und Konsument	152
4.1.3	Von der Epoche des Eigentumes zum Zeitalter des Zuganges	156
4.2	Mobilitätskarten als Grenzobjekte zwischen sozialen Welten	161
4.2.1	Die Theorie sozialer Welten und Arenen.....	162
4.2.2	Das Konzept der Grenzobjekte (Boundary Objects).....	178
4.2.3	Kritik am Konzept der Grenzobjekte.....	198
4.2.3.1	Berücksichtigung des Faktors Zeit	199
4.2.3.2	Berücksichtigung des Faktors Macht.....	201
4.3	Faktor Zeit: Die These der kulturellen Phasenverschiebung (Cultural Lag)	203
4.4	Faktor Macht: Kontrolle umweltrelevanter Ungewissheitszonen ..	216
5	Methode: Erhebung, Fallauswahl und Auswertungsverfahren	224
5.1	Auswahl der Fallbeispiele und Interviewpartner	225
5.2	Forschungsprozess in Orientierung an der Grounded Theory Methodology	228
6	Einordnung und Beschreibung der Fallbeispiele.....	238
6.1	Integrierte Mobilitätsdienstleistungen.....	238
6.1.1	Dienstleistungen zum Zweck einer modalen Integration zwischen Verkehrsmitteln.....	240
6.1.1.1	Dienstleistungen zum Zwecke der mono- und intramodalen Integration	241
6.1.1.2	Dienstleistungen zum Zwecke der multimodalen Integration ..	243
6.1.1.3	Dienstleistungen zum Zwecke der intermodalen Integration ...	245
6.1.2	Dienstleistungen zum Zwecke der ‚außermodalen‘ Integration	248
6.2	Mittel der vertrieblichen Integration	251
6.2.1	Lobbyistisch-politische Integrationsmittel.....	252

6.2.1.1	Ausprägungsform: Carsharing-Stellplätze im öffentlichen Raum.....	253
6.2.1.2	Anwendungsbeispiel: Blauer-Engel-Carsharing.....	256
6.2.2	Medial-informationelle Integrationsmittel	258
6.2.2.1	Ausprägungsform: Mobilitätsapps	262
6.2.2.2	Anwendungsbeispiel: Das Projekt <i>cairo</i>	265
6.2.3	Monetär-legitimatorische Integrationsmittel	267
6.2.3.1	Ausprägungsform: E-Ticketing und EFM.....	268
6.2.3.2	Anwendungsbeispiel: VDV Kernapplikation/ eTicket Deutschland.....	274
6.2.4	Vertrieblich-organisationale Integration	278
6.2.4.1	Ausprägungsform: Carsharing plus ÖPNV – Von der Kooperation zur Integration?.....	279
6.2.4.2	Anwendungsbeispiel: <i>Carriba!</i> – Carsharing der Wuppertaler Stadtwerke	283
6.3	Ausprägungsraum für Kernleistungen von Mobilitätskarten	287
6.4	Mobility Smartcards aus globaler Perspektive	289
6.5	Übersicht und Beschreibung der untersuchten Fallbeispiele	301
6.5.1	BahnCard 25 mobil plus	307
6.5.2	Mobilitätskarte Berlin elektroMobil.....	310
6.5.3	Bremer Karte plus AutoCard.....	311
6.5.4	Bremer Karte plus (<i>eierlegende Wollmilchsau</i>).....	313
6.5.5	BVG metrocards und Mobilcard®	315
6.5.6	Einfach-mobil-Karte.....	320
6.5.7	eTicket HNV	324
6.5.8	eTicket RheinMain.....	326
6.5.9	HANNOVERmobil 1.0 und 2.0	328
6.5.10	KolibriCard.....	333
6.5.11	Leipzig mobil	337
6.5.12	marego Abo-Trumpfkarte	342
6.5.13	Mobil in Düsseldorf	346
6.5.14	Mobilkarte	351
6.5.15	PlusCard	356
6.5.16	PolygoCard.....	364

6.5.17	RegioMobilCard	377
6.5.18	saarVV Mobilitätskarte	380
6.5.19	switchh Card	386
6.5.20	ticket2mix	398
6.5.21	VRN-Mobilitätskarte	403
6.6	Weitere multifunktionale Kundenkarten mit Mobilitätskomponenten (Auswahl)	410
6.7	Kernleistungen der untersuchten Mobilitätskarten und ihre Komplementarität	413
6.7.1	Kernleistung ÖPNV (Einzelfahr- und Zeitkartenangebote)	415
6.7.2	Kernleistung Carsharing (stationsbasierte & stationslose Angebote)	420
6.7.3	Kernleistung Taxi	426
6.7.4	Kernleistung Fahrrad (Leihräder, Leistungen für Privaträder)	430
6.7.5	Kernleistung öffentlicher Personenfernverkehr	432
6.7.6	Kernleistung Parken (Pkw, Fahrrad)	435
6.7.7	Exkurs: Querschnittsleistung Elektromobilität	438
6.8	Von der Smartcard zum Smartphone? – Kartengenerationen im Überblick	443
7	Interpretation und Thesendiskussion: Hürden auf dem Weg zur integrierten Mobilitätsdienstleistung	463
7.1	Zu These 1: Mobilitätsdienstleistungen in sozialen Welten und Mobilitätskarten in Arenen	469
7.1.1	Anbietervisionen und Differenzierung der Anbieterwelten	472
7.1.2	Grenzzonenaktivitäten in den Kartenarenen	480
7.1.3	Mobilitätskarten als Grenzobjekte	498
7.2	Zu These 2: Phasenverschiebungen bei der Anwendung von Integrationsmedien	511
7.3	Zu These 3: Kontrollgewinn durch Mobilitätskarten?	526
7.3.1	Ressourcenrelevanz	528
7.3.2	Zugänglichkeit	535
7.3.3	Dauer- und Regelmäßigkeit	537
7.3.4	Reziprozität	539
7.3.5	Beziehungsmonopol	540

8	Fazit: Mobilitätskarten als gescheiterte Mittlerinnen zwischen sozialen Welten.....	542
8.1	Zusammenfassung und Ergebnisse der Thesendiskussion	542
8.2	Ausblick und weiterer Forschungsbedarf	554
9	Quellenverzeichnisse.....	559
9.1	Literaturverzeichnis.....	559
9.2	Rechtsquellenverzeichnis.....	590
10	Anhangsverzeichnis.....	591