

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



mFUND-Ideensprint

25. August 2022

Mit datengetriebenen Lösungen die Mobilität
in ländlichen Räumen gestalten

Dokumentation



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Inhaltsverzeichnis

1. Veranstaltungsüberblick	1
1.1. Ablauf	3
2. Methodische Herangehensweise	4
3. Ergebnisse	5
3.1. Gruppe 1	6
3.1.1. Gestellte Herausforderung	6
3.1.2. Ideenentwicklung und -selektion	6
3.1.3. Lösungsansatz und Prototyp	7
3.1.4. Impressionen Team 1	7
3.2. Gruppe 2	7
3.2.1. Gestellte Herausforderung	8
3.2.2. Ideenentwicklung und -selektion	9
3.2.3. Lösungsansatz und Prototyp	9
3.2.4. Impressionen Team 2	9
3.3. Gruppe 3	9
3.3.1. Gestellte Herausforderung	10
3.3.2. Ideenentwicklung und -selektion	11
3.3.3. Lösungsansatz und Prototyp	11
3.3.4. Impressionen Team 3	12
3.4. Gruppe 4	12
3.4.1. Gestellte Herausforderung	12
3.4.2. Ideenentwicklung und -selektion	12
3.4.3. Lösungsansatz und Prototyp	13
3.4.4. Impressionen Team 4	13
4. Fazit und Ausblick	14
5. Impressionen	15

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



1. Veranstaltungsüberblick

Mobilität bedeutet Teilhabe. Nur wer mobil ist, kann mitmachen. Das gilt nicht nur für den Zugang zu Transportmöglichkeiten, sondern immer mehr auch für die Möglichkeiten, die Vorteile einer stetig wachsenden digitalen Infrastruktur zu nutzen. Letzteres wird stetig bedeutsamer, da Innovationen vor allem im digitalen Raum stattfinden und die Lebensqualität der Menschen in Deutschland steigern. Jedenfalls von einigen Menschen, denn längst nicht alle Menschen in Deutschland haben Zugang zu diesen Möglichkeiten.

Derzeit sind in Deutschland viele Menschen nicht mobil. Diese Personen können nicht einfach mitmachen, sie leben abgeschieden und werden damit auch von vielen Möglichkeiten der Digitalisierung ausgeschlossen. Während für die Mehrheit im urbanen Raum das Teilen von Fahrrädern, Autos und anderen Transportmöglichkeiten längst Normalität geworden ist, fährt der letzte Bus auf dem Land oft noch immer um 18.00 Uhr oder früher. Während im urbanen Raum Mobilitätskonzepte stetig weiterentwickelt werden und somit noch besser an die Bedürfnisse der Bürger*innen angepasst werden, ist man im ländlichen Raum nach wie vor auf das Auto angewiesen. Autofahren ist nicht nur aus Umweltperspektive schädlich, sondern bedeutet auch Abhängigkeit von der fahrenden Person. Dazu kommen erhöhte Kosten durch steigende Benzinpreise.

Die beschriebenen Probleme sind weitgehend bekannt, Lösungen finden sich allerdings nur schwer. Die Frage bleibt: Wie macht man Menschen im ländlichen Raum mobil? Dieser Frage widmeten sich Teilnehmer*innen aus ganz Deutschland beim iRights.Lab-Sprint im August 2022. Anhand spezifischer Zielgruppen entwickelten Expert*innen, Interessent*innen und Vertreter*innen der Mobilitätsbranche konkrete Ideen, wie die Mobilität im ländlichen Raum gesteigert werden könnte. Hierbei ging es nicht nur um das Autofahren, sondern auch um die Fragen, was Teilhabe am sozialen Leben in einer digitalisierten Welt bedeutet und wie Zugänge zu digitaler Infrastruktur, Lieferketten und den vielversprechenden Optionen, die das Leben leichter machen könnten, im ländlichen Raum eingebettet sein müssten.

Die Veranstaltung **mFUND-Ideensprint: Mit datengetriebenen Lösungen die Mobilität in ländlichen Räumen gestalten** ist ein interaktiver Workshop im Rahmen einer Workshop-Reihe des iRights.Lab. Die Workshop-Reihe lädt Akteur*innen dazu ein, sich unterschiedlichen Herausforderungen des Mobilitätssektors in Deutschland zu stellen. Das Format fand in dieser Form bereits zum zweiten Mal in Folge vor Ort in Berlin in den Räumlichkeiten der [Innovationsagentur Dark Horse](#) und in Zusammenarbeit mit [IN-VISIBLE](#) statt.

Der Ideensprint am **25.08.2022** verfolgte das Ziel, das Thema „Mobilität im ländlichen Raum“ mithilfe des Design-Thinking-Ansatzes zu bearbeiten. Dementsprechend bauten die Teilnehmenden Empathie für unterschiedliche Nutzer*innen-Gruppen auf und nutzten ihre Erfahrungswerte, um zukunftsgerichtete Lösungen für aktuelle Herausforderungen zu entwickeln. Die Trainer*innen von IN-VISIBLE (Deborah Kohn und Rea Eldem) begleiteten die Teams bei den einzelnen Schritten. Die Ziele des Workshops lauteten wie folgt:

1. Interdisziplinärer Austausch
2. Verständnis der Herausforderungen rund um Mobilität im ländlichen Raum aufbauen
3. Ermittlung nutzer*innenzentrierter Lösungen

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Am Workshop nahmen Wissenschaftler*innen der Mobilitätsforschung aus ganz Deutschland sowie Vertreter*innen unterschiedlicher Organisationen aus dem Mobilitätssektor teil.

Am Ende des Ideensprints hatten alle Interessierten die Möglichkeit, ihre erarbeiteten Ideen weiterzuverfolgen und in einen Pitch zu transformieren, der als Video aufgezeichnet wurde. Dieses Angebot fand im Rahmen der Bewerbungsvorbereitung für den [4. BMDV Startup Pitch](#) statt.

Das Projektteam sowie die Trainerinnen von IN-VISIBLE unterstützten die Videoaufzeichnungen durch eine individuelle Coachingsession in der sie Tipps und Tricks zum Aufbau eines Ideenpitches, Erzähl narrative und Präsentationstechniken vermittelten. Ein professionelles Team stellte eine technisch hochwertige Aufnahme der Idee sicher. Die Teilnehmer*innen konnten ihre Ideen mit dem Filmteam testen, mehrere Versuche aufnehmen und finalisieren. Das professionelle Angebot ermöglichte es allen Teilnehmer*innen, ihre Ideen verständlich, nachvollziehbar und für andere einprägsam zu präsentieren. Einige der Teilnehmer*innen nahmen diese Möglichkeit wahr und bewarben sich mit ihren Projektideen beim 4. Startup Pitch.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



1.1. Ablauf

Der Workshop startete morgens um 09.40 Uhr mit einem Kennenlernen, bei dem alle Teilnehmer*innen dazu aufgefordert wurden, einen Steckbrief auszufüllen. Darüber konnten sie sich in einem lockeren Rahmen kennenlernen. Die Steckbriefe dienen der Vernetzung und dem Austausch. Jede Person nannte Bezüge zum Thema und konnte Kontaktmöglichkeiten festhalten. Nachdem die meisten Personen eingetroffen waren, startete IN-VISIBLE mit einem Kennenlern-Bingo, bei dem sich alle zu vorgegebenen Mobilitätsthemen austauschen sollten. Ziel des Bingos war, sowohl persönliche als auch fachliche Überschneidungspunkte ausfindig zu machen.

Emmett-Steckbrief
Ideensprint mit datengetriebenen Lösungen die Mobilität in ländlichen Regionen zu verbessern

Name: Natalia Schneider
Wohnort: Kassel
Tätigkeit: ÖPNV-Planung
Organisation: Universität Kassel
Position: Wissenschaftliche Mitarbeiterin
mFUND-Projekt (falls zutreffend):
Schwerpunkte, Themen und Interessen:
Mobilität jenseits des eigenen Pkw
Telefon: 0551 - 804-3279
E-Mail: n.schneider@uni-kassel.de
LinkedIn:
weitere:
Liebste Fortbewegungsart:
zu Fuß und mit der Straßenbahn

Abb. 1 Exemplarische Emmett-Steckbriefe

Emmett-Steckbrief
Ideensprint mit datengetriebenen Lösungen die Mobilität in ländlichen Regionen zu verbessern

Name: Johannes Schering
Wohnort: Oidenburg
Tätigkeit: Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Organisation: Universität Oidenburg / Abteilung für Wirtschaftsinform.
Position: s.o.
mFUND-Projekt (falls zutreffend): SmartHeim, INFRASense
Schwerpunkte, Themen und Interessen:
SmartCycling, Radfahren, Fahrrad- und Verkehrsinfrastruktur, Fotografie
Telefon: +49 441 798 4784
E-Mail: johannes.schering@uni-oidenburg.de
LinkedIn:
weitere: <https://vvl.de/viba/personen/mitarbeiterinnen/johanne>
Liebste Fortbewegungsart:
Mit dem Pedelec (z.T. auch in Ko

Um 11.00 Uhr führten die beiden Moderatorinnen Deborah Kohn und Rea Eldem in den Tag ein und gaben einen Überblick zu Design Thinking als Methode. Die Teilnehmer*innen wurden in Teams eingeteilt und arbeiteten an unterschiedlichen Problemstellungen (Challenges), die vorab vom iRights.Lab definiert worden waren. Die Teams bekamen über die Einführung der Moderation hinaus unterstützende Personen aus dem iRights.Lab Team zugeteilt, die bei Fragen unterstützend zur Seite standen. Der weitere Ablauf des Tages orientierte sich stark am Design-Thinking-Prozess (siehe methodische Herangehensweise). Dementsprechend strukturierte er sich abwechselnd in Input-Phasen, in denen alle im Plenum zusammenkamen, und Ausführungs-Phasen, in denen der nächste methodische Schritt in den Teams vollzogen wurde. Eckpfeiler dieses Ablaufs waren:

- Teambuilding/ Kennenlernen
- Problemverständnis: Welche Assoziationen habe ich zum Thema und welche Expertise bringe ich mit?
- Beobachten: Welche Schmerzpunkte gibt es und wie unterscheiden sich diese zwischen den Stakeholder*innen-Gruppen? Wie können wir die (vom iRights.Lab vorgegebene) Zielgruppe als Team fassen und mit Leben füllen?
- Synthese: Worauf soll unser Fokus liegen? Wessen Problem wollen wir versuchen zu lösen/ anzugehen?

- Ideenfindung: Welche kreativen Ideen würden helfen, das identifizierte Problem zu lösen?
- Prototyping: Wie können wir diese Ideen so konkretisieren, dass wir sie ausprobieren können?
- Testing: Was sagen andere Personen zu unserer Idee und wie können wir das Feedback verwenden?

2. Methodische Herangehensweise

Der verfolgte Ansatz orientierte sich am Design-Thinking-Prozess, bei dem Lösungs- und Problemraum streng voneinander getrennt sind. Der Workshop teilte sich in zwei Blöcke auf, in denen die Teilnehmenden zunächst ein geschärftes Problembewusstsein erarbeiteten, bevor sie Ideen entwickelten. Die Problembewusstseinsphase wurde durch Expert*innen-Impulse angereichert, die alle Teilnehmenden inhaltlich abholten. Ziel war es an dieser Stelle, einen Blick von außen auf die Problemfelder zu bekommen und diese in einen größeren Kontext einzubetten. Hierdurch erhielten alle Teilnehmer*innen ein Grundverständnis von etwaigen Hürden und den Themenfeldern, die es zu bearbeiten galt. Methodisch wurde aus der Perspektive derjenigen gedacht, die besonders unter dem Status quo „leiden“. Ihre Bedürfnisse standen im Vordergrund und ermöglichten es, konkrete und passgenaue Lösungen zu entwickeln, ohne die Komplexität des Themas aus den Augen zu verlieren. Dies ist der klassische Ansatz des Design-Thinking-Prozesses und nennt sich „Nutzer*innenzentrierung“.

Die Agenda des Tages definierte sich entlang des Design-Thinking-Prozesses und entsprechend in Problem- und Ideenraum.

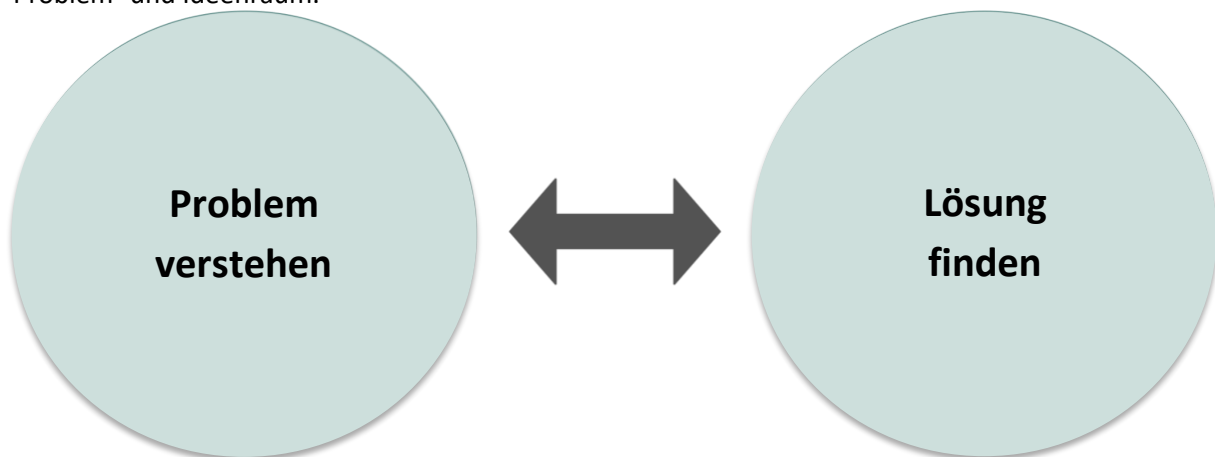


Abb. 2 Interaktion zwischen dem Problem – und Lösungsraum

Grundsätzlich gliedert sich der Prozess in sechs Phasen, Phase 1 bis 3 dienen dem gezielten Problemverständnis, Phase 4 bis 6 der Lösungsfindung.

Ziele des ersten Blocks (Problemraum) waren sowohl die Vernetzung und der Austausch von Expertisen und Erfahrungen (mit methodischer Begleitung) als auch die Untersuchung der Bedürfnisse und Probleme verschiedener Nutzer*innen (anhand von vorab festgelegten repräsentativen Point of Views).

Die Ziele des zweiten Blocks (Lösungsraum) waren die Ideenentwicklung (mithilfe verschiedener

Brainstorming-Methoden), die Ideenpriorisierung und -evaluation, die Erstellung erster Prototypen sowie das gegenseitige Vorstellen der Prototypen (inklusive Expert*innenfeedback).

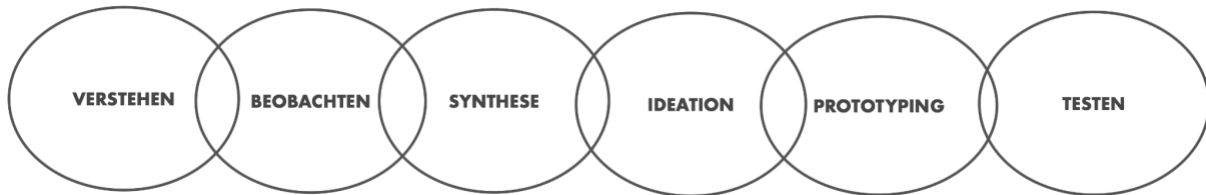


Abb. 3 Die Phasen 1 bis 6 des Design-Thinking-Prozesses

Eine Fokummethode des dritten Blocks war die User Journey. Diese stellt eine atypische Reise der Nutzer*innen dar. Die chronologische Darstellung wird in einzelne Schritte der Nutzer*innen unterteilt. Jeder dieser Schritte wird im Nachgang bewertet: Führt er zu einem emotionalen Hoch oder Tief? Welche Auswirkungen hat der jeweilige Schritt auf die Nutzer*innen? Dadurch wird deutlich, in welchen Aspekten die Schmerzpunkte liegen, für die im Nachgang Lösungen gefunden werden sollen, oder die Höhepunkte, die verstärkt werden könnten. Als Spezifizierung werden die wichtigsten Tief- oder Höhepunkte definiert und mit Emotionsumschreibungen bezeichnet, um genauer einzuordnen, um welche Art von Tief-/Höhepunkt es sich handelt (siehe „User-Journey-Beispiel“).

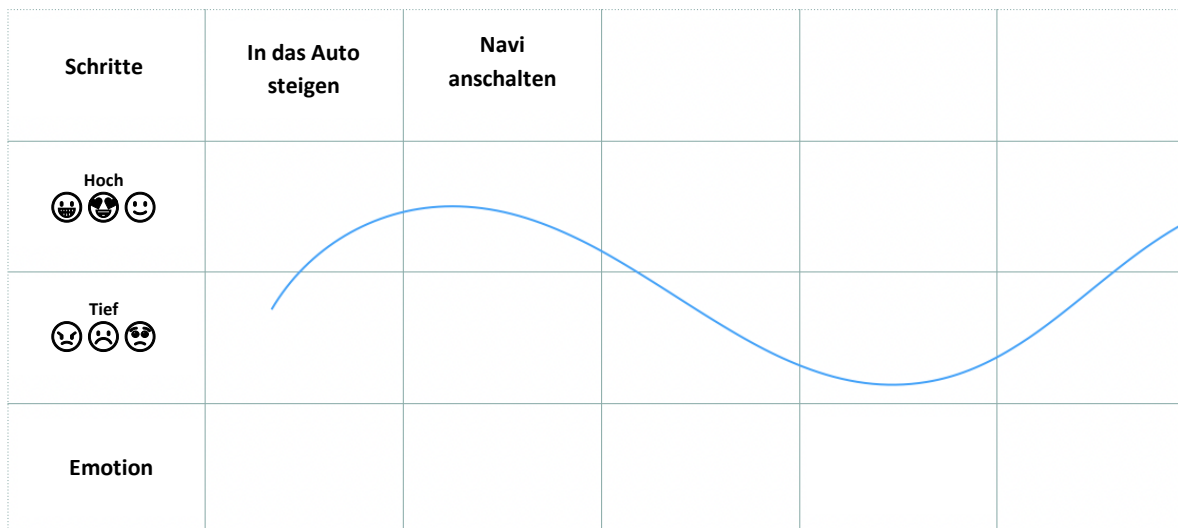


Abb. 4 User-Journey-Beispiel

3. Ergebnisse

Insgesamt haben vier Teams an vier verschiedenen Herausforderungen gearbeitet. Das iRights.Lab hat jedem Team eine praxisnahe und konkrete Zielgruppe vorgegeben, damit sich die Teams entsprechend auf die Probleme dieser Personen konzentrieren. Im Folgenden wird jedes Team mit der zugewiesenen Herausforderung und Zielgruppe vorgestellt. Zudem werden die erarbeiteten Lösungen festgehalten.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



3.1. Gruppe 1

3.1.1. Gestellte Herausforderung

Das Team 1 beschäftigte sich mit der Herausforderung, die Abhängigkeit vom privaten Pkw im ländlichen Raum zu reduzieren.

Die Challenge lautete: **Denke den motorisierten Individualverkehr mit privatem Pkw in ländlichen Räumen neu, in einer Welt, in der die Bewohner*innen ländlicher Räume wenige Alternativen zum eigenen Pkw haben.**

Daraus entstand die konkrete Aufgabenstellung: **Wie können Dateninnovationen dabei helfen, die Abhängigkeit vom privaten Pkw in ländlichen Räumen zu reduzieren?**

Als Zielgruppe wurden zunächst (geringverdienende) Familien im ländlichen Raum vorgeschlagen, die zwei Autos besitzen und diese im Alltag rege nutzen. Hintergrund dieser Herangehensweise war, dass es für die Familien teilweise möglich wäre, auf ihr Auto zu verzichten, sie es trotzdem nutzen – eine Entscheidung für das Gewohnte und den Komfort. In Zeiten steigender Spritpreise suchen Familien nun allerdings nach günstigeren Alternativen.

Im Verlauf der Stakeholder*innenschärfung hat sich das Team auf eine spezifischere Nutzer*innengruppe geeinigt. Prototypisch wurde eine Persona erstellt, die folgende Charakteristiken aufweist: Sabine, 42 Jahre alt, Zahnarthelferin in Teilzeit, verheiratet, zwei Kinder (16-jährige Tochter und einjähriger Sohn). Sabine rückt in den Vordergrund, weil sie Mütter auf dem Land repräsentiert, die viele Fahrten für ihre Kinder erledigen und oftmals in stressige, zeitraubende Situationen geraten. Eine identifizierte (fiktive) Situation ist, dass Sabines einjähriges Kind Fieber hat und krank ist, sie dennoch ihre Tochter zum Reitunterricht bringen muss. Während sie auf ihre Tochter wartet, um sie nach dem Reitunterricht zurück nach Hause zu bringen, ist zusätzlich ein Gang zur Apotheke notwendig. Sabine muss viele Dinge gleichzeitig koordinieren und es gibt nur ein Auto, das alle familiären Alltagssituationen stemmen muss.

3.1.2. Ideenentwicklung und -selektion

Nach einigen Brainstorming-Durchläufen hat sich das Team auf eine Lösung geeinigt. Dabei war es wichtig, die Zielgruppe und die Ausgangschallenge im Auge zu behalten: eine MaaS-Lösung („Mobility as a Service“ integriert verschiedene Formen des Transports und verkehrsbezogener Dienstleistungen in einen einzigen umfassenden und bedarfsgerechten Mobilitätsdienst), die „White Horse Mobility App“ genannt wurde.

Die Ideenselektion fand mit Blick auf die Nutzerin statt, so wie es typisch für die Design-Thinking-Methode ist (welche Idee löst das Problem der Person, für die wir designen?). Das Team entschied sich deshalb für die MaaS-Idee. In einem Rollenspiel wurde die Idee weiterentwickelt und auf die Nutzerin zugeschnitten.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



3.1.3. Lösungsansatz und Prototyp

Um diese Idee zu konkretisieren und gemeinsam zu besprechen, fertigte das Team einen haptischen Prototyp an. Der Kern der Idee umfasst eine Bündelung von Personennahverkehr und Güterverkehr, um ein Fahrtpooling auf dem Land zu ermöglichen. Diese Lösung entlastet die Persona enorm, da sie nicht mehr selbst für jede Fahrt zuständig sein muss. Mobilität auf dem Land ist somit nicht mehr von der Verfügbarkeit einzelner Personen wie Sabine abhängig.

Für die nächsten Schritte ist angedacht, mehr Zugang zu Daten zu erhalten, eine Akzeptanz seitens möglicher Nutzer*innen zu schaffen und vertiefende Recherchen und Umfragen durchzuführen. Es ist ebenfalls zu klären, welche rechtlichen und datentechnischen Bedingungen es gibt, woran sich das Team also bei der Ideenentwicklung halten sollte.

3.1.4. Impressionen Team 1



3.2. Gruppe 2

3.2.1. Gestellte Herausforderung

Der Hintergrund der Herausforderung ist folgender:

In ländlichen Gebieten haben es Unternehmer*innen schwer(er), innovative Services für die Mobilität der Bewohner*innen zu entwickeln, da ihnen die dafür benötigten Daten fehlen – entweder stehen Verwaltungsdaten nicht als Open Data bereit oder andere Unternehmen teilen (oder erheben) relevante Daten nicht.

Die Challenge lautete:

Denke das Unternehmertum für datenbasierte Innovationen in ländlichen Räumen neu, in einer Welt, in der Verkehrsunternehmen das Teilen von Daten als Wettbewerbsnachteil sehen und Behörden keinen Überblick darüber haben, welche Daten sie erheben.

Die konkrete, daraus abgeleitete Aufgabenstellung lautete: **Wie können wir dafür sorgen, dass Angelika (stellvertretend für die Unternehmer*innen in einem ländlichen Gebiet) die für ihr datengetriebenes Mobilitätsprodukt benötigten Daten bekommt, bevor sie zum Hörer greifen und bei der Verwaltung und anderen Unternehmen anfragen muss?**

Für die Zielgruppe wurde eine atypische Person identifiziert und fiktiv zu einer kongruenten Persona zusammengedacht: Angelika Ziller ist 38 Jahre alt und gerade von Berlin in den Landkreis Utopingen zurückgezogen. Hier wuchs sie 20 Jahre lang auf. Sie möchte, dass ihre beiden Kinder hier ebenfalls

eine Heimat finden. Sie ist Mobilitätsdatenspezialistin und wird davon angetrieben, die Mobilität klimagerechter und inklusiver zu gestalten. Sie ist Data Scientistin und arbeitet als Projektleiterin in einem innovativen Mobilitäts-Start-up. Ihr Chef hat ihr die Entwicklung eines neuen Produkts anvertraut: Hierfür soll sie mit ihrem Projektteam die Datengrundlage besorgen – als Open Data sowie im Gespräch mit (Verkehrs-)Unternehmen. Dabei stößt sie jedoch auf mehrere Probleme: Anders als in Berlin gibt es hier nur wenige Daten, die zudem veraltet und lückenhaft sind. Zusätzlich stößt sie auf Verwaltungsmitarbeiter*innen, die ihr bei der Beschaffung der Daten nicht helfen können. Sie stellt fest, dass die Produktentwicklung doch komplizierter ist und länger dauern wird als gedacht.

3.2.2. Ideenentwicklung und -selektion

Im Rahmen des Workshops entwickelte das Team verschiedene Ideen, von denen drei auf große Zustimmung stießen und in die nähere Auswahl kamen:

- 1. Daten-Reallabor für den ländlichen Raum „Utopingen“:** hierbei werden alle relevanten Stakeholder*innen zusammengebracht: Verwaltung, Unternehmen, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Bürger*innen. Es werden Möglichkeiten der verstärkten Zusammenarbeit erprobt, für einen bestimmten Zeitraum getestet und nach Projektende verstetigt.
- 2. Datenbereitstellungsinstitut:** Es könnte eine Behörde oder ein Unternehmen geschaffen werden, die bzw. das einen Überblick über alle zugänglichen Datenbestände in Deutschland hat. Dort können Anfragen gestellt werden und das Institut gibt Auskunft darüber, wo diese Daten zu finden sind und mit welchen Kosten ggf. zu rechnen ist. Zudem besorgt das Institut die benötigten Daten im gewünschten Datenformat.
- 3. Mehr Incentives schaffen für die Bereitstellung von Open Data:** Mitarbeiter*innen, die sich aktiv um die Bereitstellung kümmern, bekommen bis zu fünf Tage mehr Urlaub. Diese sind an feste Bedingungen (Themen, Datenschutz und Qualität) geknüpft und sollen alle Verwaltungsmitarbeitenden motivieren, sich in ihrem Arbeitsbereich aktiv um Open Data zu bemühen.

Die Ideenselektion fand mit Blick auf die Nutzerin statt, so wie es typisch für die Design-Thinking-Methode ist (welche Idee löst das Problem der Person, für die wir designen?). Das Team entschied sich deshalb für die erste Idee (Daten-Reallabor für den ländlichen Raum „Utopingen“), nachdem sie diskutiert hatten, welche Lösung den Nutzer*innen den größten Mehrwert bringen würde.

Die genaue Beschreibung des Daten-Reallabors für den ländlichen Raum „Utopingen“ lautet: Es wird eine Bedarfsanalyse geben, welche Daten die Unternehmen und die Forschung in „Utopingen“ von der Verwaltung oder anderen Unternehmen benötigen. Danach wird eruiert, welche Datenlücken vorhanden sind, welche Daten zukünftig als Open Data zur Verfügung gestellt, welche Daten zwischen Unternehmen ausgetauscht und welche Daten auch unter Mithilfe der Bürger*innen erhoben werden können (#CitizenScience #Datenspenden). Nach der Bedarfserhebung werden mehrere Use Cases identifiziert, welche Projekte angeschoben und wo Datenlücken geschlossen werden können.

Ziel ist, eine vollständige und einfache Datenbasis für die Region sowie eine bessere Vernetzung aller Akteur*innen für eine kontinuierliche Zusammenarbeit zu schaffen.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Bei „Utopingen“ handelt es sich natürlich um eine Beispielkommune im ländlichen Raum. Das Konzept kann beliebig erprobt und übertragen werden.

3.2.3. Lösungsansatz und Prototyp

In einem Rollenspiel wurde die Idee weiterentwickelt und auf die Nutzerin Angelika zugeschnitten: Es gab ein Fernsehinterview einer Journalistin mit Angelika Ziller sowie dem Landrat, der sich proaktiv für die Umsetzung des Reallabors einsetzt. Angelika erzählt in dem Interview von ihrer Problemstellung und wie sie überhaupt auf die Idee des Reallabors für ihre Region gekommen ist. Der Landrat ergänzt, welche Stakeholder*innen einbezogen werden und wie das Projekt funktioniert. Zum Ende der offiziellen Projektlaufzeit sind sich alle Partner*innen einig, dass die begonnene, experimentelle Zusammenarbeit nun in geordnete und solide Bahnen geleitet und verstetigt werden soll.

Wie hilft die Idee der Nutzer*in? Angelika weiß in Zukunft genau, welche Daten zur Region sie wo finden kann und an welche Ansprechperson sie sich wenden muss, sodass die Datenbeschaffung für sie nicht mehr zum Schmerzpunkt oder Dealbreaker wird.

3.2.4. Impressionen Team 2



3.3. Gruppe 3

3.3.1. Gestellte Herausforderung

Team 3 fokussierte sich auf das Thema der digitalen Teilhabe und den Abbau von Barrieren bei datengetriebenen Lösungen.

Die Challenge lautete: **Denke das Unternehmertum für datenbasierte Innovationen in ländlichen Räumen neu, in einer Welt, in der Verkehrsunternehmen das Teilen von Daten als Wettbewerbsnachteil sehen und Behörden keinen Überblick darüber haben, welche Daten sie erheben.** Die konkrete Aufgabenstellung lautete: **Wie können Dateninnovationen dabei helfen, die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle in ländlichen Räumen zu erleichtern?**

Als Zielgruppe wurden Mitarbeiter*innen in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMUs), die datengetriebene Mobilitätsangebote für ländliche Regionen entwickeln wollen, gewählt. Nach der derzeitigen Datenlage fehlt ihnen der Überblick darüber, welche Akteur*innen Daten erheben und nutzen dürfen. Außerdem ist die Qualität verfügbarer Daten häufig nicht hochwertig, sodass sie

kaum genutzt werden können. Darüber hinaus bereitet ihnen der Umgang mit eigenen Daten Unsicherheiten. Nach einem ersten Austausch innerhalb des Teams und dem Zusammentragen verschiedener Perspektiven entschied sich das Team, den Fokus auf den Umgang mit smarten Anwendungen zu legen, da sie dort mit einem großen Schmerzpunkt rechneten. Vor allem für ältere Generationen ist es nicht einfach, sich auf digitale Innovationen einzulassen und sie in ihren Alltag zu integrieren. Unter anderem entspricht die Benutzung von smarten Anwendungen mit Touchscreen und kleiner Tastatur häufig nicht den Nutzungsbedarfen älterer Zielgruppen. In der Konsequenz nutzen sie digitale Mobilitätslösungen seltener und haben daher weniger Alternativen zum Auto und dem ÖPNV, um mobil zu sein. Im Rahmen des Sprints lag der Fokus darauf, eine Lösung für ältere Menschen zu entwickeln, mit der sie digitale Mobilitätsangebote einfach und bedarfsorientiert nutzen können und wollen.

3.3.2. Ideenentwicklung und -selektion

Im Rahmen des Workshops entwickelte das Team verschiedene Ideen, von denen drei besondere Zustimmung hervorriefen und in die nähere Auswahl kamen:

1. **Kompetenzzentrum digitale Weiterbildung:** Im Kompetenzzentrum versammeln sich junge und alte Bewohner*innen ländlicher Räume, Mitarbeiter*innen aus Mobilitätsunternehmen sowie IT- und Softwareexpert*innen. In Trainings und Fortbildungen lernen alle gemeinsam, wie digitale Mobilitätsangebote genutzt werden sollen. Gleichzeitig können die Mitarbeiter*innen der Mobilitätsunternehmen ihre Angebote durch das Feedback der Nutzer*innen weiterentwickeln.
2. **Vernetzung kritischer Infrastruktur mit Mobilitätslösungen:** Wohin fahren ältere Menschen am häufigsten? Nach einer „Wege-Analyse“ sollen diese Orte in der Mobilitätsplanung besonders berücksichtigt werden. Es soll eine Kooperation zwischen Rufbussen, Taxiunternehmen und Arztpraxen, Einkaufsläden, Apotheken etc. geben, die ältere Menschen dabei unterstützt, mobil zu sein.
3. **Anwendungsfreundliche digitale Assistenten:** Alltagsgegenstände sollen zum digitalen Assistenten werden. Bei der Entwicklung und Bereitstellung innovativer Mobilitätslösungen soll ein besonderer Fokus auf das User Interface gelegt werden: Welche Produkte nutzen ältere Personen täglich? Mit welchen Produkten sind sie besonders vertraut? Daran orientierend soll eine Benutzer*innenschnittstelle entwickelt werden, die besonders die Bedarfe älterer Personen berücksichtigt. Diese Idee wurde im Ideensprint weiterentwickelt.

Das Team arbeitete mit einer konkreten Situation, einem sogenannten „Use Case“. Dieser war beim Team 3 die fiktive Persona Erna Vogel. Erna Vogel ist 76 Jahre alt und lebt allein mit ihrem Hund. Sie ist gut zu Fuß, hat aber eine Sehschwäche, weshalb sie auch nicht mehr mit dem Auto fährt, obwohl sie eines besitzt. Ihre Wege führen sie im Alltag zum Einkaufen oder zum Arzt. Im Nachbarschaftscafé trifft sie gerne ihre Nachbar*innen, sie ist gesellig und tauscht sich gerne mit anderen aus. Wenn sie einmal unerwartet am Wochenende unterwegs sein muss, steht sie vor Herausforderungen: Das Ruftaxi muss unter der Woche vorbestellt werden und über die Hotline erreicht sie niemanden; Taxis sind teuer und brauchen lange, um zu ihr zu kommen; Busse fahren nur selten und unzuverlässig; vom nachbarschaftlichen Mitfahrerservice hat sie zwar schon einmal gehört, weiß aber nicht, an wen sie sich dafür wenden muss. Ihr Smartphone nutzt sie in der Regel nur, um zu telefonieren. Für den Mitfahrerservice kann sie sich auch nicht einfach anmelden, weil sie

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



lediglich einen alten und teuren Handyvertrag besitzt und für den Service eine Kreditkarte hinterlegen müsste. Das möchte sie nicht, da sie dem System nicht vertraut.

3.3.3. Lösungsansatz und Prototyp

Die Ideenselektion fand mit Blick auf die Nutzerin statt, so wie es typisch für die Design-Thinking-Methode ist (welche Idee löst das Problem der Person, für die wir designen?). Das Team entschied sich daher für Idee 3, die anwendungsfreundlichen digitalen Assistenten. In einem Rollenspiel wurde die Idee weiterentwickelt und auf die Nutzerin Erna zugeschnitten. Die Situation lautet, dass Ernas Hund plötzlich krank wird und sie an einem Wochenende zu einer Tierklinik muss, die nicht in ihrer Nähe ist. Sie trägt ihren digitalen Assistenten bei sich, der ihr dabei hilft, die Tierklinik anzurufen und einen Fahrdienst zu bestellen. Der digitale Assistent ist dabei so eingestellt, dass Erna ihn über eine Sprachhilfe bedient. Die Tierklinik teilt Erna mit, wie sie am besten dorthin kommen und welchen Dienst sie dafür nutzen kann. Der digitale Assistent ortet Erna und ein Abholservice wird bestellt, der sie und ihren Hund zur Tierklinik bringt.

Um diese Idee zu konkretisieren und gemeinsam zu besprechen, erstellte das Team einen haptischen Prototyp, der wie eine Art Handtasche aufgebaut war. Dabei wurde deutlich, dass zunächst Daten zu den Bedarfen älterer Personen wie Erna erforderlich sind, um einen tatsächlichen Prototyp des Assistenten fertigen zu können. Der nächste Schritt des Teams wäre entsprechend eine Erhebung, vor welchen Herausforderungen ältere Personen bei der Nutzung digitaler Mobilitätsangebote stehen. Daran schließt sich die Bereitstellung einer Lösung an, damit sie (in Notfällen) flexibel und unabhängig mobil sein können. Zu diesem Zweck möchte Team 3 Nutzer*innentests mit Personen ab 60 Jahren durchführen und Bedarfe erheben. Diese Datensammlung ist erforderlich, um ein User Interface zu entwickeln, das sich als Benutzungsoberfläche eines digitalen Alltagsassistenten besonders gut für Personen wie Erna eignet.

Team 3 bewarb sich für den mFUND-Pitch und wurde eingeladen, die Idee zu präsentieren. Obwohl die Idee Anklang fand und rege diskutiert wurde, kam es an dieser Stelle nicht zu einer Förderung.

3.3.4. Impressionen Team 3



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



3.4. Gruppe 4

3.4.1. Gestellte Herausforderung

Team 4 beschäftigte sich mit der öffentlichen Verkehrsinfrastruktur im ländlichen Raum.

Die Challenge lautete: **Denke die Möglichkeiten und Angebote neu, in einer Welt, in der öffentliche Verkehrsinfrastrukturen überwiegend Bus- und Bahninfrastruktur umfassen, die unterfinanziert sind, zu selten und unzuverlässig fahren, nicht aufeinander abgestimmt sind und nicht an die Bedarfe von Personen denken, die von ÖPNV-Angeboten abhängen.**

Die konkrete Aufgabenstellung, die dem Team zugetragen wurde, lautete: **Wie können Dateninnovationen dabei helfen, den ÖPNV in ländlichen Räumen attraktiver zu gestalten?**

Als Zielgruppe sollte sich das Team vor allem auf Schüler*innen konzentrieren, die keinen Führerschein haben und nicht ständig von ihren Eltern gefahren werden wollen und können. Da sie kein oder nur wenig eigenes Geld zur Verfügung haben, spielt der ÖPNV für sie eine besonders große Rolle, sowohl um zur Schule zu kommen als auch für ihre Freizeitgestaltung.

3.4.2. Ideenentwicklung und -selektion

Dem Team war es wichtig, darauf zu achten, den ÖPNV im ländlichen Raum nicht nur als Schüler*innenverkehr zu verstehen. Gerade für die Kombination aus (Berufs-)Schule, Arbeit, Besuche bei Freund*innen und Freizeitgestaltung benötigen junge ebenso wie ältere Menschen einen funktionsfähigen öffentlichen Verkehr. Um diesen Bedarf anhand einer Situation festzuhalten, einigte sich das Team auf Lara, 17 Jahre alt, als fiktive Persona. Lara lebt in einem kleinen Ort in der Pfalz. Das Zentrum in der Nähe ist Landau, die Beziehungsperson lebt aber in einem anderen kleinen Ort, außerdem betreibt sie einen Sport mit Punktspielen am Wochenende. Lara ist Auszubildende mit Schichtdienst, hat also immer wechselnde Arbeitszeiten. Ergänzend muss sie manchmal zur Berufsschule, dann folgen wieder praktische Phasen. Für Lara entsteht ein hoher logistischer Aufwand.

Um Laras Schmerzpunkte zu beseitigen, entwickelt das Team viele unterschiedliche Ideen, zum Beispiel einen bundesweiten Sharing-Dienst und bereits viel diskutierte Infrastruktur-Hebel, wie eine verbesserte Taktung und ein größeres Angebot der Anbindungen. Auch autonome Shuttles standen im Raum.

3.4.3. Lösungsansatz und Prototyp

Die Idee, die besonders viel diskutiert wurde und am besten auf Laras Bedürfnisse abzielte, war die **Einrichtung von Mobilitätshubs**. Diese sollen die Bedarfe nach größerem Angebot, Information und Zugänglichkeit miteinander verbinden und dem derzeit schwachen ÖPNV im ländlichen Raum eine sichtbare und flexible Alternative gegenüberstellen. Somit sollen auch Reiseketten realisierbar werden. Die Mobilitätshubs sollen einen öffentlichen Verkehr ermöglichen, der mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln funktioniert. Das Angebot und die Taktung derzeitiger Anbieter*innen müssen dafür zunächst erhöht werden. Die Mobilitätshubs müssten auf den unterschiedlichen (und derzeit eher mangelhaften) Angeboten aufbauen, darüber informieren und sie in Web-Applikationen, die über die Smartphones der Nutzer*innen zugänglich sind, verbinden. Über eine Cloud würden dafür Daten ausgetauscht, um effizientere Reiseketten zu ermöglichen und

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



zugänglich/sichtbar zu machen. Die Mobilitätshubs liefen über eine Cloud, in der alle Informationen zu den Mobilitätsangeboten gesammelt, verbunden und ausgespielt würden. Diese Informationen würden dann an Verkehrsknotenpunkten und auf den Smartphones der Endnutzer*innen sichtbar.

3.4.4. Impressionen Team 4



4. Fazit und Ausblick

Der mFUND-Ideensprint *Mit datengetriebenen Lösungen die Mobilität in ländlichen Räumen gestalten* brachte mehrere Anknüpfungspunkte für innovative Ideen hervor, die einige der Teilnehmer*innen weiterverfolgten. So bewarben sich Mitglieder aus Team 3 mit ihrem Assistenz-Prototyp auf die Förderrichtlinie. Darüber hinaus war die Vernetzung der Teilnehmer*innen untereinander ein voller Erfolg und wurde positiv hervorgehoben. Die Teilnehmer*innen waren sehr glücklich darüber, sich auszutauschen und neue Personen anderer Projekte und mit unterschiedlichen Expertisen kennenzulernen. Auch die Methode des Design Thinkings war für viele Teilnehmer*innen ein Aha-Erlebnis, wie die Abschlussreflexion offenbarte: Design Thinking als Mindset und Innovationsmethode für die Arbeit im Mobilitätssektor wurde mehrfach genannt. Die Moderatorinnen wurden zudem nach dem Workshop wiederholt zur Anwendung von Design Thinking befragt.

Bei einem nächsten Workshop, der sich in die Reihe der mFUND-Ideensprints einfügen könnte, wäre es spannend, noch konkreter in die Umsetzung der Ideen zu gehen. Da die Zeit immer begrenzt ist, müsste ein anderer Punkt der Agenda gekürzt bzw. der Fokus entsprechend gelegt werden. Mögliche Ansätze wären, die Probleme noch spezifischer und zugespitzter festzulegen und den Teams weniger Raum für die Bearbeitung zuzugestehen. Auch die Einbindung anderer Akteur*innen, beispielsweise von Kommunen und Nutzer*innen, wäre interessant, um die Interdisziplinarität der Teams zu erhöhen und neue Perspektiven zu integrieren.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



5. Impressionen



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Impressum

Verantwortlich für den Inhalt und die hier dargelegten Ideen:

iRights.Lab GmbH, Oranienstr. 185, 10999 Berlin, HRB 185640 B
IN-VISIBLE GmbH, Almstadtstraße 25, 10119 Berlin, HRB 238550 B

IN-VISIBLE

IN-VISIBLE ist eine Agentur für gleichberechtigte Arbeitskultur. Sie unterstützt Organisationen dabei, Gleichstellung voranzutreiben und Arbeitskultur inklusiv zu gestalten. Warum? Damit Diskriminierung keinen Platz (mehr) hat und Organisationen eine Atmosphäre schaffen, in der alle Mitarbeitenden ihr Potenzial einbringen können. In diesem Vorhaben vereint IN-VISIBLE akademische, politische, wirtschaftliche und aktivistische Perspektiven, gibt Workshops, Trainings und berät individuell.

Workshop-Trainerinnen

Deborah Kohn begleitet mit ihrer interdisziplinären Expertise aus den Bereichen Wirtschaftspsychologie, BWL und Design Thinking Organisationen im Kulturwandel und bei Transformationsprozessen. Im Fokus steht dabei immer eine nutzer*innenzentrierte Haltung.

freiberufliche Trainerin
deborah.kohn@gmx.net

Rea Eldem gründete IN-VISIBLE im Jahr 2018 und nutzt seitdem ihren Hintergrund in Gender Studies und ihr methodisches Wissen, um zu beraten und Gespräche über Geschlechtergerechtigkeit und Zusammenarbeit zu ermöglichen.

Gründerin und Geschäftsführerin
rea@in-visible.berlin

Social-Media-Kontakt

[Webseite](#)

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Unsere Ideensprints

In den Ideensprints wollen wir die Teilnehmer*innen aktivieren und sie ins Handeln bringen, indem sie angeregt werden, eigene Ideen zu einem bestimmten, komplexen Thema oder neue Projektideen zu entwickeln. Deswegen nutzen wir hierbei innovative Formate, arbeiten intensiv und lange mit einer kleinen Teilnehmer*innenzahl. Ideensprints finden als Präsenzveranstaltungen mit aktuellen und potenziellen mFUND-Projekten zum gemeinsamen Erarbeiten kreativer Ideen und Lösungen statt. Der Schwerpunkt liegt auf partizipativen Prozessen, indem ein Fachpublikum aus unterschiedlichen Bereichen (Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft etc.) aktiv an einzelnen Programmpunkten beteiligt wird.

Über Emmett und Kontakt

Emmett ist eine offene Kommunikations- und Vernetzungsplattform für datengetriebene Mobilitätsprojekte, initiiert und umgesetzt vom unabhängigen Think Tank iRights.Lab. Die Plattform bietet eine Übersicht der Projekte der Forschungsinitiative mFUND des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr (BMDV). Emmett dient der Vernetzung und dem Austausch von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sowie allen Projektteilnehmer*innen und interessierten Bürger*innen. Die Plattform gibt einen branchenübergreifenden Einblick in die aktuelle Forschung und Entwicklung innovativer Mobilität in Deutschland.

Neuigkeiten zur datengetriebenen Mobilität und der mFUND-Begleitforschung:

Webseite: www.emmett.io

Twitter: <https://twitter.com/emmettmobility>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/emmettmobility/>

Für Fragen zu den Fachaustauschen wenden Sie sich gerne an das Emmett-Team:

momo@irights-lab.de

Informationen zum mFUND-Frauen Netzwerk *Women in Datadriven Mobility* (WDM):

<https://emmett.io/article/das-potenzial-geschlechterspezifischer-daten-fuer-mobilitaetsprojekte>