

Was müssen wir tun, um die Zukunft zu gewinnen?

Denkanstöße:

Verbändearbeit

Horber Schienen-Tage

Future Mobility Camp

26. Landesversammlung von PRO BAHN Bayern e.V.

26. September 2015, Erlangen

Bericht des Vorstands

Stichpunkte aus den letzten 12 Monaten

Alle formellen Schritte abgeschlossen

- Auflösung beim Registergericht
- Abmeldung beim Finanzamt
- Kündigung der Geschäftsstelle
- Übertragung des Restvermögens
- Abschiedsbrief an Mitglieder

Stichpunkte aus den letzten 12 Monaten

Inhalt des Abschiedsbriefs

- Anforderungen, Wünsche zugenommen
- Zahl der Aktiven abgenommen
- Überlastung der Verbliebenen
- Kollaps des Landesverbands

- Dank an alle für 30 Jahre Treue
- Abschiedsfest in München am 12.11.2015



Bundesverband



Aktuelles

- [von überall](#)
- [aus Bayern](#)
- [aus NRW](#)
- [aus dem Werdenfels](#)
- [Archiv](#)

Fahrpläne und mehr

Fakten & Hintergründe "Kummerkasten"

Pressemitteilungen

Magazin "derFahrgast"

Fahrgastpreis

Positionen

PRO BAHN vor Ort

Mitgliedschaft

Aktuelles

Ausgewählte Meldung

05-Nov-13 [Was kann der ÖPNV tun, um die Zukunft zu gewinnen?](#)

Im Rahmen der UITP-Kampagne "[Grow with Public Transport](#)" führen die Dresdner Verkehrsbetriebe seit September eine Veranstaltungsreihe "[Stärker mit Bus und Bahn](#)" durch. Als Abschluss dieser Reihe findet am 13. November eine Podiumsdiskussion statt: "[Von der Generation Golf zur Generation Abo - Was kann der ÖPNV tun, um die Zukunft zu gewinnen?](#)". [el]

[PRO BAHN Aktuell-Meldungen](#)

[Archiv](#)

- Was kann der ÖPNV tun, um die Zukunft zu gewinnen?
- Was können Verkehrs- und Umweltverbände tun, um die Zukunft zu gewinnen?
- Was können die Horber Schienen-Tage tun, um die Zukunft zu gewinnen?
- Was können wir tun, was müssen wir tun, um die Zukunft zu gewinnen?

Future Mobility Camp = FMC

- **Motivation: Defizite herkömmlicher Tagungen und Konferenzen**
„Es geht nicht um die Inhalte oder eine ergebnisorientierte Diskussion, vielmehr versucht jeder Einzelne sich, sein Produkt oder seine Politik möglichst gut zu verkaufen.“ Martin Randelhoff auf Zukunft Mobilität, 29.08.2013
- **Ziel: Lückenschluss zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft**
- **Hybridveranstaltung aus Kolloquium und Barcamp**
„Ein Barcamp ist eine offene Tagung mit offenen Workshops, deren Inhalte und Ablauf von den Teilnehmern zu Beginn der Tagung selbst entwickelt und im weiteren Verlauf gestaltet werden.“ (Wikipedia)
- **Ideen und kreative Impulse der Konferenzteilnehmer bestimmen die Themen**
- **Hybrid bedeutet: zusätzlich einige Themenvorgaben**
- **Finanzierung durch Sponsoren** (Daimler, Siemens, DB, Hacon, VDV, Carsharing, Logistik, ...)

FMC Dresden 20./21. April 2013

- über 200 Teilnehmer, viele positive Rückmeldungen

FMC Berlin 25./26. Oktober 2013

- Veranstaltungspartner: Innovationszentrum für Mobilität und gesellschaftlichen Wandel (InnoZ)
- Themenschwerpunkte:
 - Fahrgastinformation im 21. Jahrhundert.
 - Verkehrsdaten: (Echtzeit-)Verkehrsinformation versus Totalüberwachung.
 - Infrastrukturfinanzierung: Bildung oder Autobahn?
 - Bürgerinitiativen & Co.: Projektoptimierer oder Verhinderer?
- Podiumsdiskussion (u.a. Mehdorn, Hofreiter) im Technikmuseum Berlin
- Startupmesse (E-Mobile, Carsharing, Auskunftssysteme, ...)

Ein paar eigene Gedanken zum Future Mobility Camp Berlin:

- Nette Leute, hübsche Location, interessante Themen. Und bei der Abendveranstaltung sogar richtige Promis.
- Man nimmt etwas mit (woraus z.B. dieser Vortrag entstand), man kann ggf. auch etwas rüberbringen.
- Auffallender Unterschied zu den HST: Altersstruktur.
- Eindruck: beim FMC stand der individuelle Verkehr deutlich stärker im Fokus der Teilnehmer als der ÖV.
- Anspruch auf „Angebotsverfügbarkeit“? („Ich will mich möglichst spontan entscheiden können – auch beim Verkehrsmittel“.)
- Am Ende gehen alle nach Hause – und dann? (Sind die FMC-Ideen zu flüchtig, sollte man die Arbeit verstetigen?)

Kann man vom FMC lernen, die Zukunft zu gewinnen?

- Warum finden junge Leute eher den Weg zum FMC als zu den Horber Schienen-Tagen?
- Wie erreicht man, dass der "Brainpool" FMC vom Wissen und den Kontakten der Verbände profitieren kann?
- Wie bringt man die Erkenntnisse, die aus einem FMC entstehen, in die Verbände hinein?
- Bessere Verschränkung mit anderen Veranstaltungen und mit Verbändearbeit?
- Liefern Verbände oder auch die Horber Schienen-Tage genügend Wohlfühlfaktor?
- Überwinden der Grenzen zwischen fast disjunkten Teilnehmergruppen?
- FMC: „Denkprozesse anstoßen“ – auch in Richtung ÖV?