

Engineering for Equity Think Tank SoSe 2026

Mikromobilität

Thore Klinger, Frederik Lang

Prof. Dr. Steffi Knorn
FG Regelungstechnik
TU Berlin

Berlin, 14.07.2026

Abstract

This project, conducted as part of the Engineering for Equity Think Tank, investigates the social, societal, and psychological factors that influence the use of micromobility services and explores measures that could increase their adoption in Berlin. To identify the key determinants of conscious mobility decisions, established models of behavior formation are first examined. The analysis shows that mobility choices are often shaped by routines and habits, highlighting the importance of contextual changes in encouraging more deliberate travel decisions.

Furthermore, specific measures available to mobility service providers are analyzed and compared with insights obtained from Lime, one of the world's leading micromobility providers. Overall, the findings suggest that while digital platforms and provider-driven measures can improve accessibility and promote the use of micromobility services, the availability of safe infrastructure, clear regulations and strong integration with public transport are the most critical factors for increasing adoption. In this context, Jelbi represents a key foundation for the integration of micromobility into Berlin's urban mobility system.

Zusammenfassung

Diese Arbeit untersucht im Rahmen des Engineering for Equity Think Tanks, welche gesellschaftlichen, sozialen und psychologischen Faktoren die Nutzung von Mikromobilitätsangeboten beeinflussen und welche Maßnahmen dazu beitragen können, die Nutzung in Berlin auszuweiten. Es wurden zunächst Modelle zur Verhaltensbildung betrachtet, um wesentliche Einflussgrößen auf bewusste Nutzungsentscheidungen zu identifizieren. Dabei beruhen Mobilitätsentscheidungen häufig auf Routinen und Gewohnheiten, weshalb auch Kontextveränderungen eine wichtige Rolle spielen, um die Mobilitätsentscheidung bewusst zu machen.

Darüber hinaus werden konkrete Maßnahmen für Mobilitätsanbieter untersucht und mit den Aussagen einer der größten Anbieter, Lime, verglichen. Insgesamt zeigt sich, dass Zugänglichkeit durch digitale Plattformen und Maßnahmen der Anbieter die Nutzung fördern können, eine sichere Infrastruktur, klare Regeln und die starke Verknüpfung mit dem öffentlichen Verkehr jedoch entscheidend sind. Jelbi bildet hierbei eine wichtige Grundlage in Berlin.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	2
Zusammenfassung.....	2
Inhaltsverzeichnis.....	3
Einführung.....	4
Verhaltensbildung.....	5
Mobilitätsentscheidungen.....	7
Maßnahmen.....	7
Perspektive der Anbieter - Interview mit Lime.....	9
Ausblick.....	11
Fazit.....	12
Quellen.....	13
Anhang.....	16
Fragenkatalog - Lime:.....	16

Einführung

Im Rahmen des Moduls *Engineering for Equity Think Tank* wurde zunächst untersucht, wie Mikromobilität in Berlin einfacher, zugänglicher und zugleich geordneter gestaltet werden kann. Bereits zu Beginn der Untersuchung rückte Jelbi, ein Angebot der BVG, in den Fokus, da die Plattform für einen Großteil der ursprünglichen Fragestellungen bereits überzeugende Lösungsansätze bereithält.

Mit der Jelbi-App bietet die BVG eine umfassende All-in-one-Lösung für Mikromobilität und Sharing-Angebote in Berlin. Die Plattform vereint die größten Anbieter von E-Scootern, Leihfahrrädern und weiteren Mikromobilitätsdiensten. Darüber hinaus sind auch Carsharing-Angebote sowie Taxi-Berlin integriert. Ergänzt wird das Angebot durch eine multimodale Routenplanung, über die Fahrten mit den verschiedenen Verkehrsmitteln geplant, verglichen und direkt gebucht werden können.

Auch für das in der ursprünglichen Fragestellung identifizierte Problem falsch abgestellter Fahrzeuge bietet Jelbi einen transparenten und praxisnahen Lösungsansatz. Neben der Koordination der gesetzlich vorgeschriebenen täglichen Fußpatrouillen aller beteiligten Anbieter besteht für Nutzer*Innen die Möglichkeit, falsch abgestellte Fahrzeuge direkt über die App zu melden. Diese Maßnahmen scheinen Wirkung zu zeigen, da die Zahl der Meldungen zu Falschparkern seit der Aufnahme der Geschäftstätigkeit von Jelbi im Jahr 2019 kontinuierlich zurückgegangen ist („Wissenswertes zu BVG Jelbi“, o. J.).

Im nationalen wie auch im internationalen Vergleich konnte keine Plattform identifiziert werden, die einen ähnlich ganzheitlichen Ansatz verfolgt und diesen bereits über mehrere Jahre erfolgreich etabliert hat. Da die ursprüngliche Fragestellung auf Grundlage dieser Erkenntnisse weitgehend beantwortet werden konnte, wurde der Fokus der weiteren Untersuchung auf die folgende Forschungsfrage verlagert:

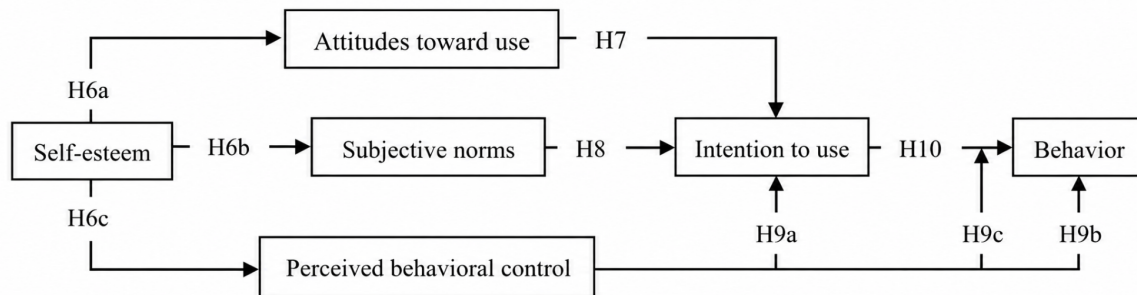
Welche gesellschaftlichen, sozialen und technischen Faktoren tragen zur Nutzung von Mikromobilität bei? Welche Maßnahmen können ergriffen werden, um die Nutzung der Angebote in Berlin auszuweiten?

Im Mittelpunkt der weiteren Untersuchung standen insbesondere die Verhaltensbildung, sowie die Frage, wie diese durch gezielte Maßnahmen beeinflusst und langfristig verändert werden kann. Die zentralen Erkenntnisse der Recherche werden im Folgenden vorgestellt.

Ergänzend wurde ein Fragenkatalog an Lime, einen der weltweit größten Anbieter von Mikromobilitätsdiensten, gesandt. Die Antworten des Unternehmens werden am Ende dieses Dokuments den Ergebnissen der Recherche gegenübergestellt und im Kontext der gewonnenen Erkenntnisse eingeordnet.

Verhaltensbildung

Zur Untersuchung der Forschungsfrage wurde zunächst betrachtet, wie Verhalten gebildet wird. Hierbei gibt es verschiedene psychologische Modelle. Eine vergleichsweise einfache Theorie ist die **Theory of Planned Behaviour** (Ajzen, 1985).



(b) The TPB

Theory of Planned Behavior (Cheng, 2019)

Die Theorie beschreibt, welche psychologischen Faktoren beitragen, um von bewussten Wahrnehmungen zur Entstehung einer Verhaltensabsicht und anschließend zu tatsächlichem Verhalten zu gelangen. Dabei bilden sich die **Einstellung zur Nutzung** (attitudes toward use), die **subjektiven Normen** (subjective norms) und die **wahrgenommene Verhaltenskontrolle** (perceived behavioral control, PBC) aus individuellen Überzeugungen heraus und wirken direkt auf die Nutzungsabsicht. Zusätzlich kann die wahrgenommene Verhaltenskontrolle auch direkt auf das tatsächliche Verhalten einwirken. Nach der TPB müssen diese drei Faktoren berücksichtigt werden, um zu erklären, ob eine Nutzungsentscheidung getroffen wird.

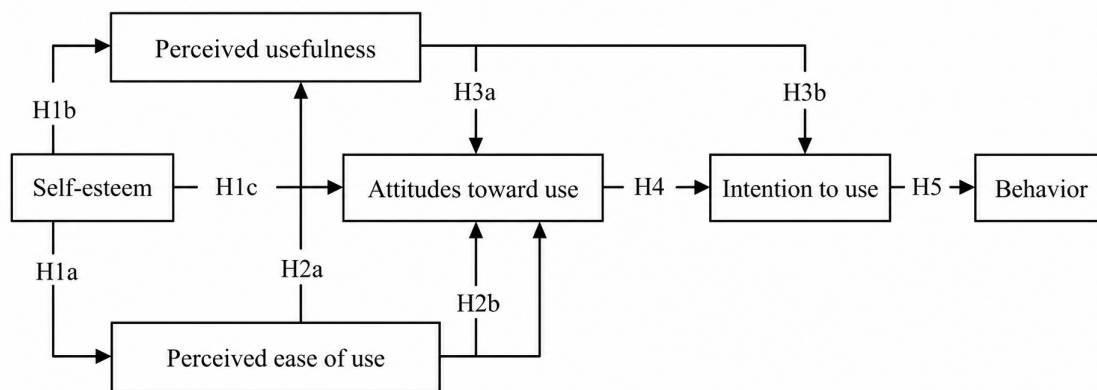
Die **Einstellung zur Nutzung** stellt dabei die individuelle positive oder negative Bewertung eines Verhaltens dar. Bezogen auf Mikromobilität bedeutet dies zum Beispiel, ob eine Person das Mobilitätsmittel als praktisch, schnell oder umweltfreundlich wahrnimmt. Insbesondere das Vertrauen zu Serviceanbietern und die Zuverlässigkeit des Angebotes sind maßgeblich. Auch hedonistische Motivationen spielen hier eine Rolle und beeinflussen die Nutzung von Elektrorollern (Javadinasr et al., 2022). Eine positive Einstellung kann also die Nutzungsabsicht erhöhen, während negative Bewertungen, etwa durch wahrgenommene Unordnung im öffentlichen Raum, beispielsweise durch Elektroroller, die Absicht zur Nutzung dieser verringern können (Gaspar et al., 2023).

Die **subjektiven Normen** beschreiben die wahrgenommene soziale Erwartung gegenüber einem Verhalten. In Bezug auf Mikromobilität bedeutet dies zum Beispiel, dass eine Person eher zur Nutzung bereit ist, wenn Freund*Innen, Kolleg*Innen oder andere Personen im sozialen Umfeld Mikromobilität nutzen. Auch eine allgemeingesellschaftliche Wahrnehmung zur Mikromobilität kann die Nutzungsabsicht beeinflussen (Bretones & Marquet, 2022). Ebenso trägt auch die Flottengröße und damit die Sichtbarkeit im Alltag zur Nutzung von Mikromobilität bei (Reck et al., 2021).

Die **wahrgenommene Verhaltenskontrolle** beschreibt die individuelle Wahrnehmung darüber, ob eine Handlung einfach oder schwierig durchzuführen ist. Dies hängt beispielsweise davon ab, ob die Buchung per App einfach umsetzbar ist oder ob sichere Radwege und klare Regeln bestehen, aufgrund derer Nutzer*Innen sich zutrauen, das Fahrzeug im Straßenverkehr zu bedienen. All diese Faktoren wurden als signifikant zur Bildung einer Mobilitätsentscheidung identifiziert (Chen, 2022).

Ist eine dieser Wirkungen stark negativ bewertet, kann das Phänomen des **Attitude Behaviour Gap** auftreten. Insbesondere wenn die Perceived Behavioral Control einen stark hemmenden Einfluss hat, kann ein Verhalten, welches individuell und gesellschaftlich insgesamt positiv zu bewerten wäre, aufgrund dieser Einflüsse oft nicht umgesetzt werden. Dieses Phänomen erklärt, dass Dinge nicht getan werden, obwohl diese Tätigkeiten gesellschaftlich und individuell signifikante Vorteile hätten (Claudy et al., 2013). Im Kontext der Mikromobilität kann dies bedeuten, dass eine Person die Nutzung von E-Scootern oder Leihfahrrädern als nachhaltig, praktisch und gesellschaftlich wünschenswert bewertet, diese Angebote jedoch dennoch nicht nutzt. Ursächlich hierfür können eine als unsicher wahrgenommene Infrastruktur, fehlende Regelklarheit oder eine als wenig intuitiv empfundene Buchung per App sein. Obwohl die Einstellung gegenüber dem Verhalten positiv ist, überwiegen die wahrgenommenen Barrieren und verhindern die Handlungsausführung.

Viele weitere Modelle existieren, welche die Bildung menschlichen Verhaltens beschreiben. Beispielsweise das Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989), welches zusätzlich die Wechselwirkung zwischen einzelnen Faktoren beschreibt.



(a) The TAM

Technology Acceptance Model (Cheng, 2019)

Weiterhin existieren verschiedene hybride und erweiterte Modelle aus dem TAM und der TPB, insbesondere auch solche mit spezifischem Bezug auf Mikromobilität (Tung & Ho, 2021; Xie & Liao, 2024).

Mobilitätsentscheidungen

Mobilitätsentscheidungen werden aber oft nicht bewusst getroffen (Verplanken et al., 2008). Damit liegen diese Nutzungsentscheidungen meist nicht im Anwendungsbereich der zuvor beschriebenen Theorien. Auch spezifische Modelle in Bezug auf Mikromobilität gehen von bewussten Entscheidungen aus. Daher ist es von zentraler Bedeutung, den Status Quo in Frage zu stellen und Mobilitätsentscheidungen in das Bewusstsein von Menschen zu bringen. Dies lässt sich durch einen **Kontextwechsel** bewerkstelligen (Havlíčková & Zámečník, 2020).

Diese Kontextwechsel können individuelle Zusammenhänge ändern, beispielsweise durch einen Umzug, allerdings kann sich auch der gesellschaftliche Kontext ändern. Wenn die PKW Nutzung erschwert wird, sorgt dies für eine verstärkte Nutzung von Mikromobilität. Konkret hat beispielsweise eine Verknappung von Parkplätzen eine verstärkte Nutzung von E-Rollern zur Folge (Fearnley, 2022).

Als eine Kontext gebende Instanz ist hier die Gesetzgebung zu nennen (Jaber et al., 2023). Klare Regeln sorgen für eine **Normalisierung** der Mikromobilität in der Gesellschaft (Busby et al., 2020) und tragen damit zur breiteren Nutzung von Mikromobilitätsangeboten bei, da soziale Einflüsse signifikante Wirkung auf die Akzeptanz von Mikromobilität haben (Xie & Liao, 2024).

Nutzen mehr Menschen Mikromobilitätsangebote und werden diese im öffentlichen Raum präsenter, sorgt dies für eine erhöhte **Sichtbarkeit**, wirkt auf die wahrgenommenen sozialen Normen und sorgt damit für eine stärkere Nutzung von Mikromobilität. Des Weiteren haben auch Plattformbetreiber für Mobility as a Service (MaaS) Angebote Möglichkeiten, den gesellschaftlichen Kontext zu beeinflussen und neue Nutzer*Innen zu binden, beispielsweise durch die folgenden Maßnahmen.

Maßnahmen

Im Folgenden werden Möglichkeiten betrachtet, die Plattformbetreiber zur Verfügung stehen, um neue Nutzer*Innen zu gewinnen und diese langfristig an ihr Angebot zu binden.

Ein zentraler Ansatzpunkt sind dabei **symbolische und affektive Motive**. Studien zeigen, dass die persönliche Profilierung heute nicht mehr ausschließlich über den Besitz eines Autos erfolgen muss, sondern in vergleichbarem Maße auch durch die bewusste Wahl alternativer Verkehrsmittel ausgedrückt werden kann. Ein grundsätzlich nachhaltiges Mobilitätsverhalten kann somit ebenso identitätsstiftend wirken und emotional aufgeladen sein wie der Besitz eines eigenen Fahrzeugs. Diese Entwicklung eröffnet Plattformbetreiber die Möglichkeit, nachhaltige Mobilität stärker als Bestandteil eines modernen Lebensstils zu positionieren. Dieser Aspekt sollte gezielter in ihrer Vermarktung hervorgehoben werden (Hausbauer et al., 2024).

Ein weiterer wichtiger Faktor ist die **Segmentierung und Personalisierung der Nutzer*Innen**. Auch innerhalb eines nationalen Marktes existieren zahlreiche heterogene Zielgruppen mit unterschiedlichen Wertvorstellungen und Präferenzen. Um die Wirksamkeit

der Kundenansprache zu erhöhen, sollten Nutzer*Innen daher auf Grundlage ihrer Einstellungen und Ansichten differenziert angesprochen werden. So reagieren Personen mit einer hohen Offenheit gegenüber Veränderungen meist positiv auf Informationen zu neuen Funktionen oder experimentellen Angeboten. Nutzer*Innen mit einer geringeren Veränderungsbereitschaft hingegen sprechen eher auf Stabilitätsversprechen sowie eine schrittweise Heranführung an nachhaltigere Mobilitätsalternativen an (Bao, 2026).

Darüber hinaus spielt der **Aufbau von Vertrauen** eine entscheidende Rolle bei der Gewinnung neuer Nutzer*Innen. Auch hierbei ist eine zielgruppenspezifische Ansprache erforderlich, die sich jedoch weniger an nationalen als vielmehr an kulturellen Unterschieden orientiert. In individualistisch geprägten Märkten, wie beispielsweise den Niederlanden, sollte Nutzer*Innen ein möglichst hohes Maß an Gestaltungsfreiheit geboten werden, da das Gefühl von Autonomie Vertrauen in die Plattform stärken kann. In kollektivistisch geprägten Märkten, beispielsweise Südkorea, gewinnen hingegen Kooperationen mit Institutionen sowie staatliche Zertifizierungen an Bedeutung. Zudem ist eine transparente Kommunikation darüber, wie Daten erhoben und verarbeitet werden und auf welcher Grundlage Nachhaltigkeitsempfehlungen entstehen, ein zentraler Bestandteil für den Vertrauensaufbau (Bao, 2026).

Im folgenden Abschnitt werden nun ausgewählte Maßnahmen vorgestellt, mit denen Plattformbetreiber das Nutzungserlebnis ihrer Anwendungen verbessern und gleichzeitig das Mobilitätsverhalten ihrer Nutzer*Innen gezielt beeinflussen können.

Eine zentrale Maßnahme zur Verbesserung des Nutzungserlebnisses stellt die **kulturell angepasste Gestaltung der User Experience (UX)** dar. Analog zu den Anforderungen an den Vertrauensaufbau wird auch hier deutlich, dass standardisierte One-size-fits-all-Ansätze den unterschiedlichen Anforderungen verschiedener Märkte kaum gerecht werden. In individualistisch geprägten Märkten können Investitionen in eine intuitive Navigation, eine ansprechende Gestaltung der Benutzeroberfläche sowie eine hohe Individualisierbarkeit das Nutzungserlebnis deutlich steigern (Tunn et al., 2026). Darüber hinaus sprechen Funktionen wie personalisierbare Öko-Dashboards, leistungsorientierte Gamification-Elemente oder Effizienzmetriken insbesondere Nutzer*Innen an, die ein hohes Bedürfnis nach Autonomie und persönlicher Zielerreichung aufweisen. In kollektivistisch geprägten Märkten erweisen sich hingegen soziale Bestätigung, Community-Rankings sowie Funktionen zur sozialen Orientierung als wirksamere Gestaltungsansätze (Bao, 2026).

Eine weitere bedeutende Maßnahme stellt das sogenannte **Digital Nudging** dar. Darunter wird die gezielte, jedoch subtile Beeinflussung von Wahrnehmung und Verhalten in digitalen Umgebungen, beispielsweise innerhalb von Mobilitätsanwendungen, verstanden. Digital Nudging kann in unterschiedlichen Formen umgesetzt werden, etwa durch die Voreinstellung des umweltfreundlichsten Verkehrsmittels als Standard, das Anzeigen des CO₂-Fußabdrucks verschiedener Verkehrsmittel oder den Einsatz von Gamification-Elementen zur Förderung nachhaltiger Mobilitätsentscheidungen. Um die Wirksamkeit dieser Maßnahmen zu maximieren, ist auch hier eine Anpassung an die kulturellen Wertvorstellungen der jeweiligen Zielgruppe erforderlich. Studien zeigen, dass durch eine strategische Platzierung die Wahl CO₂-armer Verkehrsmittel um bis zu 30% gesteigert werden kann (Bao, 2026; Yen et al., 2019).

Einen weiteren relevanten Einflussfaktor stellen die **Standardeinstellungen** dar. Wie bereits bei den zuvor beschriebenen Maßnahmen hängt auch deren Wirksamkeit maßgeblich vom kulturellen und gesellschaftlichen Kontext ab. In Märkten, in denen Plattformen bereits ein hohes Maß an Vertrauen genießen, können nachhaltige Voreinstellungen die Wahl umweltfreundlicher Mobilitätsoptionen wirksam fördern und bereits zu Beginn der Nutzung eine entsprechende Orientierung vorgeben. In Märkten, in denen Plattformen oder nachhaltigen Mobilitätsangeboten hingegen mit größerer Skepsis begegnet wird, können solche Voreinstellungen Widerstand hervorrufen und die Akzeptanz der Anwendungen noch weiter beeinträchtigen. In diesen Fällen ist eine transparente Erläuterung der gewählten Standardeinstellungen sowie ihrer Zielsetzung unumgänglich (Bao, 2026).

Perspektive der Anbieter - Interview mit Lime

Ergänzend zur Literaturrecherche konnte durch ein schriftliches Interview mit Lime, einem führenden Anbieter der MaaS Branche, ein praxisnaher Einblick in die aktuelle Situation in Berlin gewonnen werden. Die Aussagen des Unternehmens überschneiden sich in einigen Punkten mit den Erkenntnissen der vorangegangenen Analyse, zeigen aber auch Parallelen auf.

Insbesondere wird die Bedeutung von Jelbi für die Berliner Mobilitätslandschaft hervorgehoben. Nach Einschätzung von Lime trägt Jelbi wesentlich dazu bei, den Zugang zu unterschiedlichen Mobilitätsangeboten zu vereinfachen und deren Integration in den öffentlichen Verkehr zu fördern. Dazu führt das Unternehmen aus: „Jelbi ist ein wichtiger Schritt, um verschiedene Mobilitätsangebote sichtbarer und einfacher kombinierbar zu machen. Aus unserer Sicht hilft eine solche Plattform dabei, Mikromobilität stärker als Teil des öffentlichen Mobilitätsangebots wahrzunehmen und nicht als isolierten Einzeldienst.“ (s. Anhang). Das Angebot von Jelbi wirkt also positiv auf die Selbstwirksamkeit und ist sichtbarkeitserschaffend. Hierbei handelt es sich um Punkte, welche zuvor als entscheidend für die weitere Etablierung von Mikromobilität identifiziert wurden.

Gleichzeitig wird im Interview deutlich, dass zugängliche digitale Plattformen allein nicht ausreichen, um die Nutzung von MaaS-Angeboten nachhaltig zu steigern. Als entscheidender Hebel wird vielmehr eine sichere und flächendeckend gut ausgebaute Infrastruktur genannt. Insbesondere sichere Radwege sowie gut verteilte Abstellflächen werden als wesentliche Voraussetzung für eine höhere Akzeptanz und Nutzung von Mikromobilitätsangeboten angesehen. „Deshalb ist der Ausbau sicherer Infrastruktur und gut verteilter Abstellflächen auch eine Frage der Teilhabe an flexibler Mobilität.“ (s. Anhang), so Lime. Hier sind klar der Gesetzgeber und die öffentliche Hand gefordert, um einzugreifen und die Rahmenbedingungen zu verbessern. Nicht nur, um allein Mikromobilität zu fördern, sondern um nachhaltige Mobilität als Ganzes zu ermöglichen.

Darüber hinaus zeigt das Interview, dass Lime bereits verschiedene Maßnahmen verfolgt, die auch im Rahmen der Literaturrecherche als förderlich für die Nutzung von MaaS-Angeboten identifiziert wurden. Besonders deutlich wird dies in den Bereichen **Vertrauensbildung** sowie der **Ansprache symbolischer und affektiver Motive**. So beschreibt das Unternehmen seine Kommunikationsstrategie mit den Worten: „Unsere Kommunikation setzt stark darauf, Lime als verlässlichen Bestandteil des urbanen Mobilitätsmixes zu positionieren. Dabei spielen Gewohnheit und Vertrauen eine wichtige

Rolle. Menschen ändern Mobilitätsverhalten nicht allein, weil ein Angebot verfügbar ist. Es muss einfach zu verstehen, schnell erreichbar, zuverlässig und in wiederkehrende Wege integrierbar sein.“ (s. Anhang). Diese Aussagen decken sich mit den Rechercheergebnissen, wonach Vertrauen eine wichtige Rolle in der Gewinnung neuer Nutzer*Innen spielt und auf verhaltensbildende Faktoren einwirkt.

Darüber hinaus beschreibt Lime einen Effekt, der sich mit dem bereits dargestellten Normalisierungseffekt in Einklang bringen lässt. Hierzu erklärt Lime: „Während E-Scooter anfangs oft als neues Freizeit- oder Tourismusangebot wahrgenommen wurden, sehen wir heute, dass sie zunehmend für Pendelwege, Wege zum ÖPNV, Erledigungen und andere Alltagsstrecken genutzt werden. Damit wird die Nutzerbasis breiter. Lime ist nicht nur für Menschen interessant, die spontan ein Fahrzeug ausprobieren möchten, sondern auch für regelmäßige Nutzer, die Mikromobilität fest in ihre Wegekettten integrieren.“ (s. Anhang). Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Mikromobilität zunehmend als selbstverständlicher Bestandteil des urbanen Mobilitätsverhaltens wahrgenommen wird.

Eine der zentralen Herausforderungen sieht Lime in der verständlichen Kommunikation von Regeln und Funktionen der Plattform. Nach Angaben des Unternehmens besteht die Schwierigkeit weniger darin, das Angebot grundsätzlich bekannt zu machen, sondern vielmehr darin, Nutzer*Innen wiederholt über die geltenden Nutzungsbedingungen zu informieren. Dazu zählen unter anderem Regelungen zu Fahr- und Parkbereichen, Parkverbotszonen, Geofencing sowie Vorgaben zum Fahren. Ebenso sei eine transparente Kommunikation zu Themen wie Alkoholkonsum, der Nutzung durch mehrere Personen oder dem Mindestalter fortlaufend erforderlich. Auch hier ist die Beteiligung der Gesetzgeber gefragt, um einen klaren und adäquaten Rahmen zu setzen.

Hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung von Mikromobilität erwartet Lime eine stärkere Verbindung verschiedener Mobilitätsformen. Der öffentliche Personennahverkehr wird dabei als Rückgrat des urbanen Verkehrssystems gesehen, das durch E-Scooter, E-Bikes, weitere Sharing-Angebote sowie eine sichere Infrastruktur für leichte Fahrzeuge ergänzt wird. Erkennbar ist, dass einige der vorgeschlagenen Maßnahmen bereits durch Lime verfolgt werden. Insbesondere die Etablierung von Mikromobilität im Stadtbild als sichtbarkeits- und identitätsstiftende Maßnahme wurde bewusst als signifikante Maßnahme von Lime identifiziert.

Ausblick

Im Zuge dieser Arbeit ergaben sich verschiedene Ansatzpunkte für weiterführende Untersuchungen im Rahmen des Engineering for Equity Think Tanks.

Beispielsweise könnte die Wirksamkeit verkehrspolitischer Maßnahmen untersucht werden:

Welche politischen Maßnahmen können die Verlagerung vom privaten PKW zum ÖPNV und der Mikromobilität besonders effektiv fördern und wie können diese Maßnahmen möglichst hohe gesellschaftliche Akzeptanz erreichen? Dabei kommen nicht ausschließlich restriktive Maßnahmen in Betracht. Ebenso könnten Anreizsysteme untersucht werden, beispielsweise eine Erweiterung des Deutschlandtickets, bei der Mikromobilitätsangebote gegen einen entsprechenden Aufpreis integriert werden. Es gilt zu prüfen, ob ein solcher Ansatz geeignet ist, die angestrebten Effekte zu erzielen.

Da der öffentliche Raum stark limitiert ist und Parkplätze einen großen Anteil dessen einnehmen, könnte weiterhin untersucht werden, wie sich ÖPNV und PKW in Hinsicht auf verschiedene Kenngrößen zum Platzbedarf verhalten. Insbesondere das Verhältnis von Platzbedarf zu Treibhausgasemissionen könnte interessante Erkenntnisse liefern.

Auch zeigen Mobility as a Service Angebote eine positive CO₂ Bilanz im Vergleich zum privaten PKW (Ho & Tirachini, 2024), wie genau sieht aber das Zusammenspiel von Mikromobilität und dem ÖPNV aus? Trägt Mikromobilität tatsächlich zur verstärkten Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln bei oder werden nur Fußwege ersetzt?

Ein weitere interessante Frage wäre, wie eine Verkehrsinfrastruktur aussehen kann, die anstatt des PKW die Mikromobilität und die öffentlichen Verkehrsmittel als maßgebende Fortbewegungsmittel berücksichtigt.

Fazit

Die Untersuchung zeigt, dass die Nutzung von Mikromobilitätsangeboten durch verschiedene psychologische, gesellschaftliche, soziale und technische Faktoren beeinflusst wird. Dabei werden Mobilitätsentscheidungen oft nicht bewusst getroffen, sondern beruhen auf Routinen, Gewohnheiten und bestehenden Kontexten. Zu den wesentlichen Einflussgrößen gehören unter anderem die Verfügbarkeit, wahrgenommene Sicherheit, die Zugänglichkeit, das Vertrauen in Anbieter und Angebot sowie soziale Normen und die Sichtbarkeit von Mikromobilität im öffentlichen Raum.

Es konnten Maßnahmen identifiziert werden, mit denen die Nutzungsentscheidungen beeinflusst werden können. Dazu zählen die zielgruppengerechte Ansprache, personalisierte Nutzererfahrungen sowie der Aufbau von Vertrauen. Das Interview mit Lime bestätigt einige der Ergebnisse, hebt allerdings auch hervor, dass die Infrastruktur weiterhin maßgeblich für die Nutzung von Mikromobilität in der Zukunft ist.

Abschließend lässt sich feststellen, dass die Ausweitung der Mikromobilitätsnutzung in Berlin fortschreitet. Eine Beschleunigung ist durch das Zusammenspiel von verschiedenen Akteuren möglich. Jelbi bildet bereits eine wichtige Grundlage, indem verschiedene Mobilitätsangebote sichtbarer, verbunden und einfacher zugänglich gemacht werden. Mit Jelbi nimmt Berlin im europäischen Vergleich eine führende Rolle in Sachen Mikromobilität ein.

Quellen

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Hrsg.), *Action Control: From Cognition to Behavior* (S. 11–39). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Bao, C. (2026). Digital nudging and eco-friendly Choices: A cross-national study on sustainable consumer behavior in mobility-as-a-service (MaaS) platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 92, 104779.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2026.104779>
- Bretones, A., & Marquet, O. (2022). Sociopsychological factors associated with the adoption and usage of electric micromobility. A literature review. *Transport Policy*, 127, 230–249. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2022.09.008>
- Busby, A., Bond, S., Wiginton, L., & Williams, L. (2020). *Public Attitudes to the Use of E-scooters in the UK*.
- Chen, X. (2022). Predicting College Students' Bike-Sharing Intentions Based on the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 13.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.836983>
- Cheng, E. W. L. (2019). Choosing between the theory of planned behavior (TPB) and the technology acceptance model (TAM). *Educational Technology Research and Development*, 67(1), 21–37. <https://doi.org/10.1007/s11423-018-9598-6>
- Claudy, M. C., Peterson, M., & O'Driscoll, A. (2013). *Understanding the Attitude-Behavior Gap for Renewable Energy Systems Using Behavioral Reasoning Theory*. *Journal of Macromarketing*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0276146713481605>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fearnley, N. (2022). Factors Affecting e-Scooter Mode Substitution. *Findings*.
<https://doi.org/10.32866/001c.36514>

Gaspar, R. M., Prasetyo, Y. T., Mariñas, K. A., Persada, S. F., & Nadlifatin, R. (2023).

Exploring Consumers' Intention to Use Bikes and E-Scooters during the COVID-19 Pandemic in the Philippines: An Extended Theory of Planned Behavior Approach with a Consideration of Pro-Environmental Identity. *Sustainability*, 15(6), 5193.

<https://doi.org/10.3390/su15065193>

Hauslbauer, A. L., Verse, B., Guenther, E., & Petzoldt, T. (2024). Access over ownership: Barriers and psychological motives for adopting mobility as a service (MaaS) from the perspective of users and non-users. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 23, 101005. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2023.101005>

Havlíčková, D., & Zámečník, P. (2020). Considering Habit in Research on Travel Mode Choice: A Literature Review with a Two-Level Methodology. *Transactions on Transport Sciences*, 11(1), 18–32. <https://doi.org/10.5507/tots.2020.004>

Ho, C. Q., & Tirachini, A. (2024). Mobility-as-a-Service and the role of multimodality in the sustainability of urban mobility in developing and developed countries. *Transport Policy*, 145, 161–176. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2023.10.013>

Jaber, A., Hamadneh, J., & Csonka, B. (2023). The Preferences of Shared Micro-Mobility Users in Urban Areas. *IEEE Access*, 11, 74458–74472. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3297083>

Javadinasr, M., Asgharpour, S., Rahimi, E., Choobchian, P., Mohammadian, A. K., & Auld, J. (2022). Eliciting attitudinal factors affecting the continuance use of E-scooters: An empirical study in Chicago. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 87, 87–101. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2022.03.019>

Reck, D. J., Haitao, H., Guidon, S., & Axhausen, K. W. (2021). Explaining shared micromobility usage, competition and mode choice by modelling empirical data from Zurich, Switzerland. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 124, 102947. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2020.102947>

Tung, C. M., & Ho, S.-H. (2021). The Influence of Environmental Awareness on Intent to Use Electric Scooters: Perspectives Based on the Theory of Planned Behavior. *Journal of*

Business and Management Sciences, 9(4), 156–164.

<https://doi.org/10.12691/jbms-9-4-2>

Tunn, V. S. C., Van Opstal, W., & Athanasopoulou, A. (2026). Sustainable mobility for whom? Tradeoffs and consumer segments on Mobility-as-a-Service platforms.

Sustainability: Science, Practice and Policy, 22(1), 2637306.

<https://doi.org/10.1080/15487733.2026.2637306>

Verplanken, B., Walker, I., Davis, A., & Jurasek, M. (2008). Context change and travel mode choice: Combining the habit discontinuity and self-activation hypotheses. *Journal of Environmental Psychology*, 28, 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.10.005>

Wissenswertes zu BVG Jelbi. (o. J.). *Jelbi*. Abgerufen 6. Juli 2026, von

<https://www.jelbi.de/wissenswertes/>

Xie, S., & Liao, F. (2024). Incorporating personality traits for the study of user acceptance of electric micromobility-sharing services. *Transportation Research Part F: Traffic*

Psychology and Behaviour, 107, 1015–1030. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2024.10.023>

Yen, B. T. H., Mulley, C., & Burke, M. (2019). Gamification in transport interventions: Another way to improve travel behavioural change. *Cities*, 85, 140–149.

<https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.09.002>

Anhang

Fragenkatalog - Lime:

Wie würden Sie einen typischen Lime-Durchschnittsnutzer beschreiben? Gibt es bestimmte Merkmale (Alter, Wohnort/ -bezirk, Nutzungshäufigkeit, etc.), die besonders hervorstechen?

Den einen typischen Lime-Durchschnittsnutzer gibt es aus unserer Sicht immer weniger. Geteilte Mikromobilität ist in Berlin längst nicht mehr nur ein Angebot für Tourist:innen oder Gelegenheitsfahrten, sondern Teil vieler alltäglicher Wegeketten. Viele Nutzer:innen verwenden Lime für kurze innerstädtische Strecken, insbesondere für die erste und letzte Meile, also etwa für den Weg zur nächsten U-Bahn-, S-Bahn-, Tram- oder Bushaltestelle oder von dort weiter zum Ziel.

Besonders relevant ist Lime für Menschen, die flexibel unterwegs sein möchten, ohne für jede Strecke ein eigenes Auto, Fahrrad oder einen privaten E-Scooter nutzen zu müssen. Dazu gehören Pendler:innen, Studierende, Menschen auf dem Weg zu Terminen oder Freizeitaktivitäten und Nutzer:innen, die verschiedene Verkehrsmittel miteinander kombinieren. Konkrete Angaben zu Alter, Wohnbezirk oder individueller Nutzungshäufigkeit veröffentlichen wir nicht.

Gibt es in Ihren Daten besonders auffällige zeitliche oder räumliche Muster, die über das zu erwartende hinaus gehen? Beispielsweise bestimmte Bezirke oder Stoßzeiten, die man nicht erwarten würde.

Grundsätzlich sehen wir Muster, die gut zu einer Stadt wie Berlin passen: Lime wird besonders dort genutzt, wo viele Menschen unterwegs sind, wo es eine hohe Dichte an Arbeitsplätzen, Freizeitangeboten, Bildungseinrichtungen oder ÖPNV-Knotenpunkten gibt. Auch klassische Pendelzeiten spielen eine wichtige Rolle.

Detaillierte Aussagen zu einzelnen Hotspots, Straßenzügen oder Bezirksrankings teilen wir aus Wettbewerbs- und Datenschutzgründen nicht. Allgemein lässt sich aber sagen: Die Nutzung konzentriert sich nicht ausschließlich auf touristische Bereiche, sondern ist stark mit Alltagsmobilität verbunden. Gerade in einer polyzentrischen Stadt wie Berlin entstehen Mobilitätsbedarfe nicht nur im Zentrum, sondern auch zwischen verschiedenen Stadtteilen und an Übergängen zum öffentlichen Nahverkehr.

Wie verteilt sich die Nutzung von Lime innerhalb Berlins und welche Unterschiede zwischen den Bezirken beobachten Sie?

Berlin ist verkehrlich sehr vielfältig: Dichte Innenstadtquartiere, große Wohnbezirke, Bürostandorte, Hochschulstandorte, Ausgehviertel und Umsteigepunkte des ÖPNV erzeugen unterschiedliche Nutzungsmuster. Lime wird vor allem dort stark nachgefragt, wo kurze Wege flexibel ergänzt werden müssen und wo ein gut ausgebautes Netz aus ÖPNV, Radwegen und Mikromobilität zusammenwirkt.

Unterschiede zwischen Bezirken hängen aus unserer Sicht weniger mit einem einzelnen sozialen Merkmal zusammen, sondern mit mehreren Faktoren: Bevölkerungsdichte, ÖPNV-Anbindung, Wegebeziehungen, vorhandener Radinfrastruktur, Parkregeln,

Aufenthaltsqualität und der Frage, ob Menschen Alternativen zum privaten Pkw im Alltag praktisch nutzen können. Konkrete Bezirksvergleiche veröffentlichen wir nicht.

Wie tauschen Sie die Akkus an Ihren Fahrzeugen und werden hierbei bereits CO₂-neutrale Fahrzeuge eingesetzt?

Lime setzt – nicht nur in Berlin - auf Fahrzeuge mit austauschbaren Batterien. Das bedeutet, dass nicht das gesamte Fahrzeug zum Laden transportiert werden muss. Stattdessen können leere Batterien direkt vor Ort gewechselt werden. Das reduziert Transportwege und macht den Betrieb effizienter.

Der Batteriewechsel wird in Berlin teilweise mit Lastenfahrrädern abgewickelt. Darüber hinaus arbeitet Lime mit lokalen Teams und qualifizierten Logistikpartnern zusammen, um Fahrzeuge mit niedrigem Akkustand wieder einsatzbereit zu machen, defekte Fahrzeuge zu prüfen und Fahrzeuge bedarfsgerecht im Stadtgebiet zu verteilen. Dabei kommen in aller Regel E-Vans zum Einsatz (*hier hat auch die Stadt Berlin entsprechende Vorgaben an die Anbieter gemacht*)

Welche Überlegungen standen bei der Entwicklung und Einführung von Lime im Hinblick auf die Akzeptanz/ Ablehnung neuer Mobilitäts-/ MaaS-Angebote im Vordergrund? Wie haben potentielle Erkenntnisse den weiteren Verlauf beeinflusst?

Akzeptanz entsteht aus unserer Sicht vor allem dann, wenn ein Angebot im Alltag zuverlässig funktioniert und zugleich stadtverträglich betrieben wird. Für Lime waren deshalb von Beginn an mehrere Aspekte zentral: einfache Nutzung per App, gute Verfügbarkeit, sichere und robuste Fahrzeuge, klare Regeln für das Parken und eine enge Zusammenarbeit mit Städten.

Mit der Zeit hat sich gezeigt, dass Mikromobilität besonders dann gut angenommen wird, wenn sie nicht als Konkurrenz zum ÖPNV verstanden wird, sondern als Ergänzung. Viele Fahrten beginnen oder enden an Haltestellen. Deshalb ist die Integration in multimodale Wegeketten ein zentraler Faktor. In Berlin zeigt sich das unter anderem daran, dass Lime auch über Jelbi, die Mobilitätsplattform der BVG, verfügbar ist.

Gleichzeitig haben Städte und Anbieter gelernt, dass Akzeptanz stark vom Umgang mit dem öffentlichen Raum abhängt. Deshalb unterstützen wir sinnvolle Parklösungen, etwa verpflichtende oder freiwillige Abstellflächen dort, wo der Nutzungsdruck besonders hoch ist.

An welche Zielgruppe richtet sich Lime hauptsächlich und hat hier im Laufe der letzten Jahre eine Entwicklung stattgefunden?

Lime richtet sich grundsätzlich an volljährige Menschen, die kurze Wege in der Stadt flexibel, emissionsarm und multimodal zurücklegen möchten. Im Laufe der vergangenen Jahre hat sich die Nutzung stärker in Richtung Alltagsmobilität entwickelt. Während E-Scooter anfangs oft als neues Freizeit- oder Tourismusangebot wahrgenommen wurden, sehen wir heute, dass sie zunehmend für Pendelwege, Wege zum ÖPNV, Erledigungen und andere Alltagsstrecken genutzt werden.

Damit wird die Nutzerbasis breiter. Lime ist nicht nur für Menschen interessant, die spontan ein Fahrzeug ausprobieren möchten, sondern auch für regelmäßige Nutzer:innen, die Mikromobilität fest in ihre Wegeketten integrieren.

Welche Erfahrungen haben Sie hinsichtlich des Bekanntheitsgrades von Lime und seiner Funktionen gemacht? Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen in der Kommunikation des Angebots?

Lime ist in Berlin sehr sichtbar, und viele Menschen kennen das Grundprinzip geteilter E-Scooter. Die Herausforderung liegt weniger darin, das Angebot grundsätzlich bekannt zu machen, sondern darin, die konkreten Funktionen und Regeln immer wieder verständlich zu erklären.

Dazu gehören etwa: Wo darf ich fahren? Wo darf ich parken? Welche Bereiche sind Parkverbotszonen? Was bedeutet Geofencing? Warum muss ich am Ende der Fahrt ein Foto hochladen? Welche Regeln gelten für Alkohol, das Fahren zu zweit oder das Mindestalter? Diese Informationen müssen in der App klar, situationsbezogen und leicht verständlich vermittelt werden. Vertrauen entsteht aus unserer Sicht vor allem durch Verlässlichkeit, Transparenz und einen Betrieb, der für Nutzer:innen, Städte und andere Verkehrsteilnehmende nachvollziehbar ist.

Wie ist Ihre Marketingstrategie aufgebaut und welche Rolle spielen psychologische Faktoren wie Gewohnheit oder Vertrauen in dieser?

Unsere Kommunikation setzt stark darauf, Lime als verlässlichen Bestandteil des urbanen Mobilitätsmixes zu positionieren. Dabei spielen Gewohnheit und Vertrauen eine wichtige Rolle. Menschen ändern Mobilitätsverhalten nicht allein, weil ein Angebot verfügbar ist. Es muss einfach zu verstehen, schnell erreichbar, zuverlässig und in wiederkehrende Wege integrierbar sein.

Deshalb sind wiederholte Nutzungserfahrungen zentral: Wer erlebt, dass Lime für die letzte Meile zur Arbeit, zur Uni oder zu einem Termin zuverlässig funktioniert, integriert das Angebot eher in den Alltag. Gleichzeitig stärken klare Sicherheits- und Parkhinweise, transparente Preise und eine gute Verfügbarkeit das Vertrauen in das Angebot.

Welche Bedeutung messen Sie gesellschaftlichen Einstellungen zu Mobilität bei – beispielsweise hinsichtlich Komfort, Flexibilität oder dem Stellenwert von Mobilität als Statussymbol?

Gesellschaftliche Einstellungen zu Mobilität verändern sich deutlich. Gerade in Großstädten wie Berlin steht für viele Menschen weniger der Besitz eines Verkehrsmittels im Vordergrund, sondern die flexible Verfügbarkeit des passenden Verkehrsmittels für die jeweilige Strecke. Komfort bedeutet dann nicht zwingend, ein eigenes Auto zu besitzen, sondern schnell, unkompliziert und zuverlässig ans Ziel zu kommen.

Geteilte Mikromobilität passt zu dieser Entwicklung, weil sie flexible, kurze und spontane Wege ermöglicht. Sie kann besonders dort einen Mehrwert schaffen, wo der ÖPNV sehr gut ist, aber die letzte Strecke zur Haltestelle oder vom Bahnhof zum Ziel noch überbrückt werden muss. Aus unserer Sicht wird Mobilität zunehmend multimodal gedacht: Nicht ein Verkehrsmittel löst alle Wege, sondern die Kombination verschiedener Angebote.

Können Sie Veränderungen wahrnehmen seit „Jelbi“ in Berlin etabliert wurde und wenn ja, welche?

Jelbi ist ein wichtiger Schritt, um verschiedene Mobilitätsangebote sichtbarer und einfacher kombinierbar zu machen. Aus unserer Sicht hilft eine solche Plattform dabei, Mikromobilität stärker als Teil des öffentlichen Mobilitätsangebots wahrzunehmen und nicht als isolierten Einzeldienst.

Die Integration in Jelbi erleichtert es Nutzer:innen, verschiedene Optionen in einer Wegeplanung zusammenzudenken. Gleichzeitig bleibt die Lime-App für viele regelmäßige Nutzer:innen weiterhin wichtig, weil dort alle Funktionen, Hinweise, Tarifoptionen und fahrzeugspezifischen Informationen direkt abgebildet sind. Insgesamt stärkt Jelbi aber die

Idee, dass Berlin ein multimodales Mobilitätssystem braucht, in dem ÖPNV, geteilte Mikromobilität und andere Angebote ineinandergreifen.

Wenn Sie einen zentralen Hebel benennen müssten, um mehr Menschen für Lime und die Mikromobilität zu gewinnen - welcher wäre das?

Der zentrale Hebel ist aus unserer Sicht eine sichere und gut ausgebaute Infrastruktur für leichte, emissionsarme Verkehrsmittel. Mikromobilität funktioniert dort besonders gut, wo Menschen sich sicher fühlen, wo es ausreichend Radinfrastruktur gibt und wo Abstellflächen sinnvoll geplant sind.

Wenn Städte geschützte Radwege, dichte und gut platzierte Abstellflächen sowie klare digitale und physische Regeln schaffen, wird Mikromobilität für mehr Menschen attraktiv. Das hilft nicht nur E-Scooter-Nutzer:innen, sondern auch Radfahrenden, Fußgänger:innen und dem ÖPNV, weil Wegeketten insgesamt besser funktionieren.

Welche gesellschaftlichen Entwicklungen haben aus Ihrer Sicht die Nutzung von Lime in den vergangenen Jahren besonders beeinflusst?

Mehrere Entwicklungen haben die Nutzung geteilter Mikromobilität beeinflusst. Dazu gehören ein stärkeres Bewusstsein für nachhaltige Mobilität, der Wunsch nach flexiblen Alternativen zum privaten Pkw, veränderte Pendel- und Alltagswege sowie die stärkere Akzeptanz appbasierter Mobilitätsangebote.

Auch die Diskussion über Flächenverteilung in Städten spielt eine Rolle. In dicht besiedelten Städten wird immer deutlicher, dass öffentlicher Raum begrenzt ist und effizient genutzt werden muss. E-Scooter und E-Bikes benötigen deutlich weniger Platz als private Pkw und können deshalb ein sinnvoller Bestandteil eines breiteren Mobilitätsmixes sein.

Können Sie eine Veränderung im Nutzerverhalten aufgrund der stark gestiegenen Spritpreise feststellen?

Wir können ohne eine gesonderte aktuelle Auswertung keine belastbare direkte Kausalität zwischen Spritpreisen und Lime-Nutzung herstellen. Allgemein lässt sich aber sagen: Steigende Mobilitätskosten erhöhen das Interesse an flexiblen Alternativen zum privaten Auto. Das gilt insbesondere in Städten, in denen viele Wege kurz sind und sich gut mit ÖPNV, Fahrrad, E-Scooter oder E-Bike kombinieren lassen.

Für viele Nutzer:innen ist Lime nicht zwingend ein Ersatz für jede Autofahrt, sondern Teil einer breiteren Entscheidung: Wann brauche ich wirklich ein Auto, und wann ist eine Kombination aus ÖPNV und Mikromobilität einfacher, günstiger oder schneller?

Welche Unterschiede beobachten Sie zwischen verschiedenen sozialen oder räumlichen Gruppen innerhalb Berlins bei der Nutzung von Lime und wie erklären Sie sich diese?

Konkrete Auswertungen nach sozialen Gruppen veröffentlichen wir nicht. Aus unserer Sicht hängen Unterschiede in der Nutzung vor allem mit räumlichen und infrastrukturellen Faktoren zusammen: Wie dicht ist ein Gebiet bebaut? Wie gut ist es an den ÖPNV angebunden? Gibt es sichere Radwege? Gibt es viele kurze Wege zwischen Wohnen, Arbeit, Bildung, Freizeit und Nahversorgung? Und gibt es ausreichend geeignete Abstellmöglichkeiten?

Mikromobilität wird dort besonders leicht Teil des Alltags, wo diese Voraussetzungen zusammenkommen. Dort, wo Wege länger, Infrastruktur lückenhafter oder Abstellmöglichkeiten schwieriger sind, ist die Nutzung entsprechend anders. Deshalb ist der

Ausbau sicherer Infrastruktur und gut verteilter Abstellflächen auch eine Frage der Teilhabe an flexibler Mobilität.

Welche Rolle spielt das Thema Barrierefreiheit für die zukünftige Entwicklung von Lime? Gibt es Fahrzeugformen die hier bereits diskutiert werden?

Barrierefreiheit ist für die Weiterentwicklung geteilter Mobilität ein wichtiges Thema. Gleichzeitig ist klar: Klassische E-Scooter sind nicht für alle Menschen gleichermaßen geeignet. Deshalb geht es bei inklusiver Mikromobilität darum, verschiedene Mobilitätsbedürfnisse besser zu verstehen und Angebote Schritt für Schritt weiterzuentwickeln.

Lime entwickelt seine Fahrzeuge selbst und berücksichtigt dabei Rückmeldungen von Nutzer:innen und Städten. International wurden und werden auch unterschiedliche Fahrzeugformen erprobt, darunter Modelle, die mehr Komfort oder eine niedrigere Einstiegshürde bieten können. Für Berlin können wir derzeit keine konkrete neue Fahrzeugform ankündigen. Grundsätzlich gilt aber: Je vielfältiger urbane Mobilitätsbedürfnisse sind, desto wichtiger wird es, Angebote so zu gestalten, dass möglichst viele Menschen sie sicher und komfortabel nutzen können.

Wie stellen Sie sich die zukünftige Entwicklung von Lime in Berlin vor?

Berlin ist eine der wichtigsten Städte für multimodale Mobilität in Deutschland. Wir möchten Lime auch künftig als verlässliche Ergänzung zum öffentlichen Nahverkehr und als Teil eines stadtverträglichen Mobilitätsmixes anbieten.

Aus unserer Sicht wird die Zukunft in einer stärkeren Verzahnung verschiedener Verkehrsmittel liegen: ÖPNV als Rückgrat, ergänzt durch E-Scooter, E-Bikes, Sharing-Angebote und sichere Infrastruktur für leichte Fahrzeuge. Dafür braucht es klare Regeln, gute Zusammenarbeit zwischen Stadt, Verkehrsunternehmen und Anbietern sowie Rahmenbedingungen, die flexibel genug sind, um auf tatsächliche Nachfrage und lokale Gegebenheiten zu reagieren.

Unser Ziel ist es, Menschen in Berlin eine einfache, sichere und nachhaltige Option für kurze Wege zu bieten – insbesondere dort, wo Lime die erste und letzte Meile sinnvoll ergänzen kann.