

## Schritte in der Anwendung des Rebound-Screenings:

1

**Anwendungsfall festlegen:** Um das Screening aussagekräftig durchführen zu können, sollte ein konkreter, möglichst eng gefasster Anwendungsfall der Mobilitätsinnovation definiert werden: Welche Funktionalitäten bzw. welchen Nutzen bietet die Innovation für die NutzerInnen? Wird die gegenwärtige, eine zukünftige oder eine politisch gewünschte Marktdurchdringung betrachtet? Welches Geschäftsmodell steht hinter der Innovation? Wenn es (noch) keinen klar abgrenzbaren Anwendungsfall gibt, kann es aufschlussreich sein, das Screening mehrmals für verschiedene Anwendungsfälle durchzuführen und die Ergebnisse gegenüberzustellen.

2

**NutzerInnen festlegen:** Rebound entsteht durch verändertes Nutzerverhalten, daher ist ein klares Bild wichtig, wer die betrachtete Mobilitätsinnovation nutzt. Bei Personenverkehr ist der/die NutzerIn der private Haushalt. Bei Güterverkehr sind die NutzerInnen das Logistikunternehmen oder der Betrieb, der die Innovation für seine Lieferungen und Material-/Produkttransporte einsetzt. Wirkungen einer Güterverkehr-Innovation auf die Haushaltsnachfrage (z. B. weil Online-Bestellungen effizienter zugestellt werden) sind als intersektoraler Rebound zu beschreiben.

3

**Rebound-Wirkungsketten beschreiben:** Rebound-Wirkungsketten werden aus Sicht der NutzerInnen beschrieben. Welche Mobilitätsmuster (direkter Rebound) und Konsum-/Geschäftspraktiken (indirekter Rebound) werden durch die Innovation verändert? Intersektoraler Rebound kann in Einmaleffekte und nutzungsbezogene Effekte getrennt werden: Einmaleffekte treten nur bei der Markteinführung der Innovation auf und sind unabhängig davon, wie intensiv die Innovation genutzt wird (z.B. Umgestaltung von Produktionsprozessen, Neuausrichtung von Anbietern, Errichtung von Infrastruktur). Nutzungsbezogene Effekte treten kontinuierlich auf, solange die Innovation am Markt etabliert ist (z.B. Verlagerung der Nachfrage auf andere Produkte/Dienstleistungen, Betrieb und Wartung von Infrastruktur). Alle Rebound-Wirkungsketten sollten stichwortartig ausformuliert werden, damit sie von anderen BearbeiterInnen oder zu einem späteren Zeitpunkt nachvollziehbar sind.

4

**Indikatoren bewerten:** Jeder Indikator ist auf der Skala zwischen zwei entgegengesetzten Polen zu bewerten. Eine linke, rote Bewertung bedeutet ein höheres Rebound-Risiko; eine rechte, grüne Bewertung bedeutet ein geringeres Rebound-Risiko.

5

**Gesamtbewertung ableiten:** Die Gesamtbewertung soll aus dem Bild über alle Indikatoren getroffen werden. Wenn der Großteil der Indikatoren im linken, roten Bereich angekreuzt ist, dann sollte auch die Gesamtbewertung ein eher hohes Rebound-Risiko ausweisen. Die Gesamtbewertung dient als zusammenfassendes Resümee, nicht als hartes Kriterium für den Ein- oder Ausschluss bestimmter Mobilitätsinnovationen.

Die Auswahl der Indikatoren wird detailliert im zugrundeliegenden Projektbericht beschrieben. Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht zur Herleitung der einzelnen Indikatoren:

	Indikator	Personen- verkehr	Güter- verkehr	Kurzbegründung	Detail- info
Innovation	Typ	✓	✓	Technologische Innovationen greifen tiefer und breiter in die Verkehrsnachfrage ein.	Kap. 4
	Tiefe	✓	✓	Radikale Innovationen wirken quer über unterschiedliche Mobilitäts- und Konsummuster und damit umfassender.	Kap. 4
	Energieträger	✓	✓	Mit fossilen Energieträgern betriebene Innovationen haben höhere Umweltauswirkungen.	Kap. 4
	Investition	✓	✓	Bei niedrigen Investitionskosten wird freigewordenes Einkommen rascher in anderen Konsumbereichen verwendet.	Kap. 6
	Infrastruktur	✓	✓	Umfangreiche Infrastruktur führt zu zusätzlichem Ressourcenbedarf.	Kap. 4
Zielgruppe	Zielgruppen- größe	✓	✓	Eine große Anzahl an NutzerInnen führt zu höheren absoluten Auswirkungen.	Kap. 4
	Einkommen	✓		NutzerInnen mit niedrigem Einkommen holen auf ein normales Konsumniveau auf.	Kap. 5, 6
	Umweltwerte	✓		NutzerInnen mit schwachen umweltfreundlichen Einstellungen beschränken nicht ihr absolutes Konsumniveau.	Kap. 5
	CO <sub>2</sub> -Intensität des Betriebs		✓	In CO <sub>2</sub> -intensiven Betrieben führen Reinvestitionen zu höheren Umweltauswirkungen.	Kap. 6
Wirkungen	Verkehrsmittel wahl	✓	✓	Verlagerung weg von Verkehrsmitteln des Umweltverbunds untergräbt den Umweltschutz.	Kap. 4
	Zurückgelegte Personen-km	✓		Geringere Zeit-, Geld- und Komfortkosten führen zu höherer Verkehrsleistung.	Kap. 4
	Zurückgelegte Tonnen-km		✓	Geringe Zeit- und Geldkosten sowie höhere Verlässlichkeit in der Logistik führen zu höherer Verkehrsleistung.	Kap. 4
	Bedürfnisse	✓		Die Erfüllung bisher unbefriedigter persönlicher Bedürfnisse erhöht die Verkehrsleistung.	Kap. 5
	Mobilitäts- muster	✓		Flexible, nicht-alltägliche Wege werden zusätzlich unternommen.	Kap. 4, 5