



Bau-, Verkehrs- und Energie-
direktion des Kantons Bern



3. Berner Verkehrstag

Neue Ideen und Projekte

in der Mobilitätspolitik

Freitag, 16. Mai 2003, Kursaal Bern

3^{ème} journée bernoise des transports

Politique de mobilité:

projets et idées nouvelles

Le vendredi 16 mai 2003 au Kursaal de Berne

Tagungsprogramm

ab 09.00

Eintreffen und Anmeldung

1. Teil: Überblick

09.30

Verkehrspolitik im Kanton Bern: Eine Standortbestimmung

Regierungsrätin Barbara Egger-Jenzer,
Bau-, Verkehrs- und Energiedirektorin
des Kantons Bern

09.50

Innovative Projekte im Mobilitätsmarkt im In- und Ausland – gute Beispiele und Trends

Prof. Heinrich Brändli, IVT ETH Zürich

10.10

EnergieSchweiz: Innovative Mobilitätsprojekte – der Beitrag des Programms zur Ener- gie-, Klima- und Verkehrspolitik

Dr. Hans-Luzius Schmid,
Stv. Direktor im Bundesamt für Energie,
Programmleiter EnergieSchweiz

10.30

Diskussion

Leitung: Dr. Ruedi Meier, BVE

2. Teil: Innovative Projekte

Präsentation in zwei Gruppen

10.45

Gruppe 1A Ergänzungen zu Bahn und PW?

Rufbus: Erfahrungen mit Publicar der PTT

Daniel Landolf, Leiter Postauto Schweiz

CARLOS Paul Dominik Hasler, CARLOS

GmbH/Büro für Mobilität

Velostationen Martin Wälti, IG Velo

Schweiz/Büro für Mobilität

Business Car Sharing

Jürg Emmenegger, Mobility CarSharing

Moderation: Jürg von Känel, Vorsteher

Amt für öffentlichen Verkehr des Kts. Bern

Gruppe 1B

Optimieren und Effizienz steigern

Eco-Drive – sparen beim Gas geben

Peter Koch, Leiter Veltheim Driving Center

Telenaik am Beispiel Verkehrslenkung

auf der A1 Viktor Ruch, Tiefbauamt

des Kantons Bern

SpeedTHUM und SpeedBe0 - die neue City-

Logistik Urs Gärner, Gärner Transporte Thun

Moderation: Felix Walter, Ecoplan

12.15

Mittags-Buffer

13.30

Gruppe 2A Marketing für eine neue Mobilität steigern

NewRide – «Programm Nachhaltige

Mobilität - E-Bikes, E-Scooter zum Ersten»

Heidi Hofmann, Geschäftsführerin

Sportlich zum Sport – eine Kampagne,

die bewegt Martin Strupler, ehemaliger

Leiter des Amts für Sport des Kts. Bern

Alpen retour – Mobilitätskampagne des SAC

Dr. Jürg Meyer, Schweiz, Alpenclub SAC

Das Berner Modell der Verkehrsplanung

Fritz Kobi, Kreisoberingenieur, Tiefbauamt

des Kantons Bern

Moderation: Renate Amstutz,

Generalsekretärin Bau-, Verkehrs- und

Energieaktion des Kts. Bern

Gruppe 2B

Mobilitätskonzepte:

gut kombiniert – gut informiert

Mobilitätsinformation in Biel während und

nach der Expo Caroline Beglinger, Leiterin

Marketing Verkehrsbetriebe Biel

Fussgänger- und Velo-Modellstadt Burgdorf

(FuVelo) Kurt Schürch, Stadtbauamt

Burgdorf

Kundencenter der RM in Burgdorf und

Huttwil Martina Soyka, Leiterin Marketing

Regionalverkehr Mittelland RM

Verkehrsmanagement in Gemeinden

Morika Tschannen-Stuess,

Beauftragte von EnergieSchweiz

Moderation: Bettina Hamel, Amt für Gemeinden

und Raumordnung des Kts. Bern

15.00

Pause

3. Teil: Synthese

15.30

Wirkungsanalyse der Projekte – Ergebnisse einer Evaluation

Markus Maibach,

Projektleiter der Evaluation, Infras

16.15

Schlussdiskussion Erfolgchancen, Potenziale und Stellenwert derartiger Projekte für die Verkehrspolitik

Dr. Hans-Luzius Schmid, BFE

Barbara Egger-Jenzer, Regierungsrätin, BVE

Hans-Jürg Käser, Stadtpräsident Langenthal

Markus Maibach, Infras

Leitung: Dr. Ruedi Meier

16.30

Ende der Tagung

REFERAT

Referent/in	Frau Regierungsrätin Barbara Egger-Jenzer
Thema/Anlass	3. Berner Verkehrstag 2003: „Neue Ideen und Projekte in der Mobilitätspolitik“
Datum	Freitag, 16. Mai 2003
Ort	Bern, Kursaal <i>Es gilt das gesprochene Wort</i>

Verkehrspolitik im Kanton Bern: Eine Standortbestimmung

Sehr geehrte Damen und Herren

Es freut mich sehr, dass Sie so zahlreich zum 3. Berner Verkehrstag zum Thema „Neue Ideen und Projekte in der Mobilitätspolitik“ erschienen sind. Die hohe Teilnehmerzahl ist für mich ein deutliches Zeichen, dass es sich offensichtlich um ein höchst aktuelles, interessantes, ja ich glaube sogar auch brisantes Thema handelt.



1. Übersicht und Zielsetzungen der Tagung

Der 3. Berner Verkehrstag „Neue Ideen und Projekte in der Mobilitätspolitik“ wird neben meinen Ausführungen durch ein Input-Referat von Herrn Professor Heinrich Brändli vom Institut für Verkehrstechnik der ETH Zürich mit dem Titel „Innovative Projekte im Mobilitätsmarkt im In- und Ausland“ eingeleitet. Herr Dr. Hans-Luzius Schmid, stellvertretender Direktor des Bundesamtes für Energie und Programmleiter von Energie Schweiz, wird aus seiner Sicht zu innovativen Mobilitätsprojekten als Beitrag zu einer zukunftsgerichteten Energie-, Klima- und Verkehrspolitik sprechen.

In einem zweiten Teil - und dies ist ein wesentlicher Kernbereich unseres Verkehrstages - werden in vier Workshops laufende innovative Mobilitätsprojekte vorgestellt. Dabei soll bereits in den einzelnen Workshops eine aktive Diskussion stattfinden. Ich bin mir bewusst, dass dies aufgrund der grossen Teilnehmerzahl nicht immer einfach sein wird. Ich hoffe aber, dass

- der Informationsfluss bzw. der Kenntnisstand über die einzelnen Projekte bei Ihnen als Teilnehmerin und Teilnehmer verbessert werden kann;
- wir möchten aber auch Chancen nutzen sowie aber auch Grenzen von einzelnen Projekten ausleuchten;
- wichtig ist dabei auch eine kritische Analyse. Kann wirklich ein wichtiger Beitrag an eine nachhaltige zukunftsfähige Mobilität mit innovativen Mobilitätsprojekten geleistet werden?

Ich hoffe, dass wir unter anderem auf diese Fragen Antworten erhalten. Viele der zur Diskussion stehenden Projekte sind im Kanton Bern entstanden, was natürlich erfreulich ist. Dabei darf nicht übersehen werden, dass diese Projekte nur einen Teil der Berner Verkehrspolitik ausmachen. Ich möchte versuchen, einen kurzen Überblick über Zielsetzungen und Aktivitäten der Berner Verkehrspolitik zu geben.

2. Zielsetzungen der Berner Verkehrspolitik

Gemäss kantonaler Verfassung, Artikel 34, sorgen der Kanton und die Gemeinden für eine sichere, wirtschaftliche, umweltgerechte und energiesparende Verkehrsordnung. Sie fördern den öffentlichen Verkehr und das Umsteigen auf umweltfreundliche Verkehrsmittel. Beim Strassenbau sind die Bedürfnisse des nicht motorisierten Verkehrs, also des Langsamverkehrs, zu berücksichtigen.

Weitere Ziele und Grundsätze sind im Bericht „Bernische Verkehrspolitik 2000“ festgehalten worden. Dabei wurde der Bericht im Frühjahr 2001 vom Grossen Rat zur Kenntnis genommen.

In den **Oberzielen** der bernischen Verkehrspolitik heisst es konkret, dass

- bezüglich der Umwelt die heutigen und zukünftigen negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt zu reduzieren sind und die natürlichen Ressourcen erhalten werden sollen;
- Mobilität und Verkehrserschliessung sind für Gesellschaft und Wirtschaft sicherzustellen.
- Weiter ist den finanzpolitischen Anliegen Rechnung zu tragen: Die Mittel der öffentlichen Hand sind effizient und auf die langfristige Finanzlage abgestimmt einzusetzen.

Die bernische Verkehrspolitik wird schrittweise und im Rahmen von einzelnen Investitionsprogrammen und Projekten umgesetzt. Auf einige wichtige Projekte möchte ich kurz eingehen.

3. Strassenbauprogramm: Vier-Jahres-Programm 2003 bis 2006

Das Strassenbauprogramm wird im Sinne einer rollenden Planung alle zwei Jahre dem bernischen Grossen Rat präsentiert. Es erfolgt damit eine transparente Abstimmung auf die wirtschafts-, finanz- und umweltpolitischen Ziele, die der Kanton verfolgt. Insgesamt stehen dem Kanton für die Kantonsstrassen im Jahr 2003 rund 70 Millionen Franken zur Verfügung. Darin sind die Beiträge des Bundes, der Gemeinden und Dritter enthalten.

Im Jahr 2003 müssen rund zwei Drittel oder 40 Millionen Franken für laufende Neubau-, Ausbau- und Umgestaltungsvorhaben eingesetzt werden. Bis im Jahr 2006 nehmen die laufenden Projekte ab und es entsteht ein grösserer Handlungsspielraum für neue Bereiche. Dabei steht die Substanzerhaltung des rund 2'100 Kilometer langen Kantonsstrassennetz mit einem Substanzwert von rund 15 Milliarden Franken im Vordergrund. Berechnungen zeigen nämlich, dass die Aufwendungen für das bestehende Strassennetz mit jährlich 10 bis 20 Millionen Franken viel zu gering ist. Eigentlich müssten etwa 100 Millionen Franken eingesetzt werden. Es wird im Prinzip von der Substanz gelebt wird.

Im Strassenbauprogramm werden die gesellschaftlichen Anliegen und Umweltforderungen sehr ernst genommen. Eine gründliche Evaluation - ein eigentlicher Nachhaltigkeitscheck - mit einem umfassenden Indikatorensystem ist für alle neuen Projekte vorgenommen worden. Eine begründete Prioritätensetzung von einzelnen Projekten ist dadurch möglich geworden.

Unter anderem kommt dem Lärmschutz eine grosse Bedeutung zu. Aber auch hier zeigt sich, dass die vorhandenen Mittel nicht ausreichen, die gesetzten Zielsetzungen des Lärmschutzes umzusetzen.

Eigentlich hätten die Lärmschutzziele im Jahr 2002 realisiert sein sollen. Von der zu sanierenden Streckenlänge von rund 176 Kilometer, sind bis Ende 2001 rund 14 Prozent der Massnahmen realisiert worden und weitere 52 Prozent befinden sich in Planung oder Ausführung. Es muss davon ausgegangen werden, dass die Lärmsanierung bis ins Jahr 2012, vermutlich sogar bis ins Jahr 2015, dauern wird. Einen weiteren wichtigen Platz nehmen Strassensanierungen zu Gunsten der Fussgängerinnen und Radfahrer ein. Im Strassenbauprogramm heisst es, dass der „Vision Zero“ mit der Umsetzung von Kleinprojekten zur Verbesserung der Verkehrssicherheit eine grosse Priorität beizumessen ist.

Für die bessere Verkehrserschliessung und Stärkung der Standortgunst verbleiben erst ab dem Jahr 2004 bis 2006 jährlich rund 20 Millionen Franken. Diese Mittel sollen vor allem für die Stärkung der Entwicklungsschwerpunkte (ESP) eingesetzt werden. Sie befinden sich an gut verschlossener Lage, vor allem auch mit öffentlichem Verkehr, und sie spielen eine wirtschaftspolitisch strategische Bedeutung.

4. Angebotsplanung öffentlicher Verkehr

Für den Kanton Bern steht mit dem Fahrplanwechsel im Dezember 2004 ein qualitativer Sprung bevor:

Bis zu diesem Zeitpunkt soll das zentrale Element von Bahn 2000 - 1. Etappe, nämlich die Neubaustrecke Mattstetten - Rothrist in Betrieb genommen werden. Bern wird damit zu einem Vollknoten. Konkret bedeutet dies, dass die Züge des Fernverkehrs kurz vor der vollen und halben Stunden im Bahnhof Bern eintreffen und diesen kurz nach der vollen und halben Stunde verlassen. Basel, Zürich und Luzern sind neu in einer knappen Stunde erreichbar. Gleichzeitig werden verschiedenen Relationen im Fernverkehr verdichtet:

- Bern-Luzern erhält - endlich - einen stündlichen, direkten Fernverkehrszug
- Bern hat neu halbstündliche, schnellere Verbindungen nach Basel, Zürich und Genf
- sowie nach dem Aargau und nach Thun und Spiez.

Im Bahnhof Bern entstehen somit einerseits vollständig neue Anschlussbedingungen an den Fernverkehr, andererseits werden Anschlussverhältnisse zur vollen und halben Stunden gleichwertig. Die Fahrpläne des Fernverkehrs werden sich im gesamten Kanton grundlegend ändern.

Die neue erfreuliche Situation des öffentlichen Fernverkehrs wird mit dem zu erwartenden Angebotskonzept des Kantons Bern für den öffentlichen Regionalverkehr 2005 bis 2008 Rechnung getragen. Es geht darum, die bestehenden Berner S-Bahn-Linien auf die neue Konstellation abzustimmen. Eine optimale Fahrplangestaltung mit guten Umsteigebeziehungen kann erreicht werden, indem die S-Bahn-Linien zu den Minuten .15 und .45 den Bahnhof Bern queren.

Damit dieses zusätzliche Angebot bewältigt werden kann, sind gewisse Kapazitätserweiterungen der Infrastruktur vorzunehmen. Auf verschiedenen Strecken werden derzeit Doppelspurausbauten vorgenommen und Perons verlängert und erhöht.

Flankierend zu den Angebotsverbesserung der Berner S-Bahn sollen auch die Fahrgastinformationen an den Stationen und in den Zügen vereinheitlicht werden. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Ausbau von Park + Ride- sowie vor allem von Bike + Ride-Anlagen. An vielen Stationen und Haltestellen ist für Bike + Ride-Anlagen ein eigentlicher Nachholbedarf festzustellen, wobei sich mit den bestehenden Finanzierungsgrundsätzen eine Realisierung als schwierig gestaltet. In einzelnen regionalen Zentren sowie Sub-Zentren mit Schnellzughalten sollen auch zusätzliche Park + Ride-Abstellplätze geschaffen werden, wobei auch hier Finanzierungshindernisse bestehen.

Die Weiterentwicklung des öffentlichen Verkehrs soll auf die Siedlungsentwicklung abgestimmt werden, wie dies bereits im Bericht „Berner S-Bahn-Siedlung“ aus dem Jahre 1991 festgehalten worden ist. Es zeigt sich allerdings, dass die Anliegen des öffentlichen Verkehrs bzw. eine siedlungsmässige Konzentration rund um die Haltestellen des öffentlichen Verkehrs in den Ortsplanungen nicht immer prioritär verfolgt werden.

Ein weiterer wichtiger Impuls wird vom neuen Tram Bern West erwartet: Mit diesem zeitgemässen Verkehrsmittel soll den heutigen und künftigen Nachfrageströmen effizient entsprochen und ökonomisch entsprochen werden. Das Projekt Tram Bern West wird dem kantonalen Parlament demnächst zur Beratung und Beschlussfassung unterbreitet.

Noch ein Wort zu der Entwicklung der Abgeltungen an den öffentlichen Verkehr im Kanton Bern:

Im Jahre 2002 sind 367 Millionen Franken Abgeltungen an den öffentlichen Verkehr geleistet worden. Knapp zwei Drittel des Aufwandes oder rund 210 Millionen Franken werden dabei vom Bund getragen. Der Kanton hat rund 105 Millionen Franken und die Gemeinden gut 52 Millionen Franken zu übernehmen. Gegenüber 1997 haben die Abgeltungen leicht abgenommen, gleichzeitig aber konnten die Angebote verbessert werden.

Leider ist zu befürchten, dass mit den angesagten Sparbeschlüssen des Bundes eine weitere Reduktion des Bundesmittels ansteht und der öffentliche Verkehr - zumindest in den Randregionen mit einem tiefen Kostendeckungsgrad - substantiell gefährdet werden könnte. Für einzelne ländliche Buslinien hat der Bund bereits die Mitfinanzierung aufgehoben.

Insgesamt hat sich der Kostendeckungsgrad im öffentlichen Verkehr schrittweise leicht verbessert und er liegt bei knapp 45 Prozent. Angesichts der steigenden Verkehrsleistungen wurde die Produktivität des öffentlichen Verkehrs verbessert. Es ist klare Absicht des Kantons Bern, weitere Produktivitätspotentiale zu realisieren, so insbesondere durch intensivere Kooperation der verschiedenen Bahnunternehmungen.

5. Internationaler Fernverkehr

Mit der Inbetriebnahme des Lötschberg-Basis-Tunnels im Jahre 2007 steht im öffentlichen Verkehr ein weiterer zentraler Meilenstein vor der Tür. Zusammen mit betrieblichen Massnahmen, wie etwa eine vereinfachte und effizientere Grenzabfertigung, soll sich die Fahrzeit von Bern nach Mailand von heute 3 Stunden 11 auf 2 Stunden 44 oder um 25 Minuten reduzieren. Die Fernverkehrszüge Frankfurt-Basel-Mailand werden eine wesentlich bessere Einbindung des Kantons Bern bringen. Zusammen mit dem zusätzlichen Angebot dürften die Zeiteinsparungen zu einer Verbesserung der Standortgunst des Kantons Bern und der gesamten Westschweiz beitragen.

6. Regionale Agglomerations- und Mobilitätskonzepte

Im Einklang mit der Agglomerationsstrategie auf Bundesebene hat der Kanton Bern vor zwei Jahren verschiedene regionale Mobilitätsstrategien lanciert.

Damit wird eine gesamtheitliche Betrachtung der Verkehrsentwicklung und des optimalen Einsatzes von einzelnen Verkehrsträgern vorgenommen. Gleichzeitig werden Grundlagen und Voraussetzungen für das angestrebte und verstärkte Engagement des Bundes in den Agglomeration geschaffen. Einzelne Projekte vom Bund können nämlich voraussichtlich nur unterstützt werden, wenn eine umfassende Mobilitätsstrategie für die Agglomeration vorliegt. Mit den bisherigen Arbeiten in den Agglomerationen Bern, Biel, Thun und Burgdorf haben sich beispielsweise Kapazitätsengpässe auf der Strasse, aber auch Verbesserungspotenziale im öffentlichen Verkehr und im Velo- und Fussverkehr gezeigt.

Dementsprechend werden Vorschläge für zusätzliche Angebote schienen- und strassenseitig erarbeitet. Letztlich wird es eine Frage der Finanzierung vor allem des Bundes sein, inwiefern die einzelnen Projekt effektiv auch umgesetzt werden können. Die gross angekündigten zusätzlichen Mittel für den Agglomerationsverkehr sind nämlich bei näherer Betrachtung nicht so gross – und zudem sind sie in der heutigen Finanzlage keineswegs gesichert.

Die **Gesamtverkehrsstudie für die Region Thun** war eigentlich gesamtschweizerisch eine der ersten Studien, die den Anforderungen des Bundes entsprechen soll. Es ist aber nicht bei Studien geblieben. In einem aufwendigen Prozess, in dem alle wichtigen Akteure mitwirken konnten, wurde die Strategie diskutiert und angepasst. Sie soll nun zudem noch stärker mit der Raumentwicklung verknüpft werden. Die Präsentation der überarbeiteten Strategie ist für den kommenden Sommer geplant.

In der **Region Bern** haben wir letztes Jahr auf der Basis einer umfassenden Vorstudie die Mobilitätsstrategie Region Bern lanciert. Bereits liegen erste Ergebnisse vor. Sie bestätigen, dass der Handlungsbedarf gross ist, und dass wir alle Instrumente gut kombiniert einsetzen müssen, wenn wir die Erreichbarkeit und damit die Standortgunst erhalten wollen, und gleichzeitig umwelt- und staatskassen-verträglich bleiben wollen. Die Ergebnisse der Mobilitätsstrategie sollen noch in diesem Jahr veröffentlicht und in die Mitwirkung geschickt werden.

Schlussbemerkungen

Insgesamt zeigt sich, dass der Kanton Bern auf den verschiedenen Ebenen zahlreiche Projekte umsetzt. In den letzten Jahren ist es gelungen, eine gesamtheitlichere Schau der Verkehrsentwicklung der einzelnen Investitionen vorzunehmen. Weitere Verbesserungen auf diesem Weg werden angestrebt.

Nach meiner Meinung bilden die heute zur Diskussion innovativen Mobilitätsprojekte neben dem vorgestellten Programm wichtige und notwendige Ergänzungen. Gerade die Mobilitätsstrategien zeigen, dass Lösungsbeiträge durch innovative Projekte aller Art höchst willkommen sind, denn Ausbauten sind langwierig und teuer. Sei dies im Bereich der Nachfragelenkung, des Marketings oder der Verbesserung der Mobilitätsketten. Die Wirkungen von einzelnen Projekten, vor allem von jenen die sich erst in der Aufbauphase befinden, dürfen wohl nicht überschätzt werden. Aber: viele gute Ideen haben klein angefangen! Ich bin selbst gespannt, welche Beiträge zu einer nachhaltigen Mobilität wir von diesen Projekten erwarten dürfen.

1. Was heisst schon innovativ?

Innovativ heisst – gerade im Zusammenhang mit der Mobilität – erfinderisch, neuartig, zukunftsweisend; – und letztlich auch zielführend. Dies bedeutet aber, dass Ziele erkannt, definiert, quantifiziert und vor allem auch anerkannt sind und in das Handeln der einzelnen Akteure umgesetzt werden können. Ein hehres Gesamtziel, dessen Bausteine kurz betrachtet werden sollen.

2. Unsere Mobilität

Mobilität bedeutet allgemein bewegen, verändern und hat demgemäss viele Facetten.

Bedeutung Mobilitätsbegriff

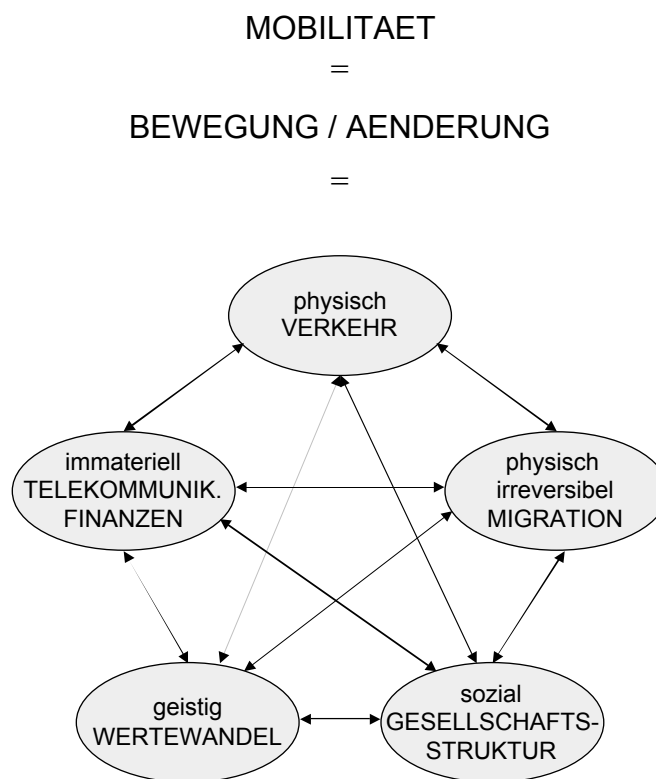


Abb. 1

Verkehr im landläufigen Sinne von physischem Transport von Personen und materiellen Gütern ist nur ein Teilbereich der Mobilität. Die Verkehrspolitik ist in eine umfassende Mobilitätspolitik einzubetten; – und schon sind wir im Zentrum unserer Tagung.

3. Mobilitätspolitik

Politik ist letztlich und in allen Systemabgrenzungen bis hin zu Einzelpersonen nichts anderes als bewusstes, gezieltes, geplantes **Handeln**. Für die Mobilitätspolitik sind hier vor allem die Gebietskörperschaften – Bund, Kantone, Gemeinden – angesprochen sowie und durch diese gestützt Grossunternehmen und Interessengruppen. Gerade die Akteure der Mobilitätspolitik müssen

- langfristige Perspektiven entwickeln,

- in grossen Systemen denken,
- eine sachgerechte Interessenabwägung zwischen Nutzungsplanung, Volkswirtschaft, Umwelterfordernissen, Verkehrsmarktanforderungen und Wertewandel in der Bevölkerung vornehmen.

Damit kann über die angebotsorientierte Mobilitätspolitik die Nachfrage gesteuert werden unter Ausnutzung der stets vorhandenen Wechselwirkungen zwischen Nachfrage und Angebot mittels An- und Abreizsystemen:

- Der Nutzen der Ortsveränderung lässt sich dämpfen durch Steuer-, Abgaben- und Umweltauflagen-Harmonisierung.
- Der Widerstand gegenüber Ortsveränderung mit den Hauptkomponenten Geld, Zeit, Zuverlässigkeit und innerer Einstellung ist durch die Steuerung dieser Komponenten variierbar, z.B. Steuerabzüge für Berufsfahrten, fahrleistungsabhängige Knappheitspreise (wie beim "Park-pricing" heute allgemein anerkannt), Aufklärungsarbeit über die Systemzusammenhänge und Verbesserung der kritischen "letzten Meile" bei öV-Reisen.

4. Verkehrsmarkt

Das Geschehen am Verkehrsmarkt ist immer vom einzelnen Marktteilnehmer geprägt. Als "homo oeconomicus" folgt er der "rational-choice-theory", was besagt, dass stets der persönliche Nutzen – nach eigenen z. T. subjektiven Massstäben – im Vordergrund steht ohne Rücksicht auf Auswirkung für andere, die Umwelt etc.

Genau dies zwingt dazu, via Mobilitätspolitik steuernd einzugreifen, weil die berühmte "Freie Fahrt für freie Bürger" zu einem weder funktionierenden noch nachhaltigen Verkehr führen würde.

Im Vordergrund stehen neben den bereits erwähnten Massnahmen hier

- das "social marketing" im Sinne von Überzeugungsarbeit über Tatbestände,
- Information über die Dienstleister und Dienstleistungsangebote im (erweiterten) öV zur Minderung des Zutrittswiderstandes,
- Stärkung von Erfahrung und Vertrauen in die Verkehrsangebote.

5. Grossforschung und -entwicklung

Es sind verschiedene Gruppen getrennt zu beurteilen:

- Neuartige, geschlossene technische Systeme. sie erfordern eine Zusammenarbeit Privatindustrie - Staat – Wissenschaft, haben sehr lange Entwicklungszeiten bis zur Marktreife und sind technisch, teilweise auch betrieblich unkompatibel mit den bestehenden Angeboten. Um in den ersten Realisierungsschritten trotzdem einen Verkehrswert zu schaffen, müssen diese vor allem im Fernverkehr sehr gross – und damit aufwändig – sein, was die Realisierungschancen entscheidend senkt. Beispiele aus der engeren Umgebung sind C-, H- und M-Bahn in Deutschland oder Transrapid bzw. Swissmetro.
- Theoretische Durchdringung technisch konventioneller, betrieblich neuartiger Systeme mit hohen Anforderungen an Benutzerinformation und –motivation, Betrieb und Steuerung. Typische Beispiele sind die Vorläufer des Publicars der

PTT, die Rufbussysteme, welche vor mehr als 20 Jahren im Rahmen des Forschungsprogramms Nahverkehr des damaligen BMFT (Bundesministerium für Forschung und Technologie BRD) entwickelt wurden. Sie liefen in der Praxiserprobung im Raum Friedrichshafen (rund 100'000 Einwohner; Rufbus/Dornier) sowie in Wunsdorf bei Hannover (R-Bus/MBB) mit für die Zeit modernster, EDV-gestützter on-line-Information bzw. –Steuerung und lieferten wichtige Systemkenntnisse: So sind gemischte Betriebsformen mit zwar hohen Informationsanforderungen durchaus marktfähig (vgl. auch Ziffer 7.1), nicht jedoch flexible Betriebsweisen mit aufgrund der momentanen Nachfrage optimierter Betriebsform; auch sind Rufbusse sehr überlastungsanfällig, indem entweder grosse Reserven vorgehalten werden müssen oder das Angebot instabil wird mit grossen Wartezeiten.

- Breite Themenbetrachtung, um sachgerechte Schnittstellung für nachfolgende Komponenten und Teilstudien zu definieren. Hier sind erwähnenswert die schweizerischen NFP 25 (Stadt und Verkehr) und 41 (Verkehr und Umwelt), die sehr breit angelegten Leitprojekte zum Thema "Mobilität in Ballungsräumen" des BMBF (Bundesministerium für Bildung und Forschung BRD), aber auch das "Leitbild Strassenverkehrstelematik SVT-CH 2010" und – ganz neu – "das vernetzte Fahrzeug" von TA-SWISS und ASTRA.

All diesen "Top-down-Ansätzen" – so erkenntnisbringend sie auch sind – haftet der Mangel des direkten, allgemeinen Marktzutrittes und häufig auch der Marktfähigkeit an.

6. Mut zum Versuch!

Mit dem pragmatischen "Bottom-up-Ansatz", sehr oft direkt aus marktrelevanten Mängeln bestehender Angebote resultierend, kommen relativ kurzfristig unkomplizierte, originelle, meist ortsspezifisch massgeschneiderte Innovationen zustande. Sie bilden das Hauptthema der folgenden Referate und Diskussionen. Als grosser Befürworter dieser Bestrebungen, da ausgesprochen marktgerichtet und eben innovationsfördernd, gilt es auch die Gefahren wahrzunehmen:

- Am Verkehrsmarkt generell wirken nur Gesamtangebote, wie sie im Individualverkehr infrastruktureitig weitgehend gegeben sind. Im öffentlichen Verkehr müssen Fahrzeugbewegungen als Verbundprodukt vieler Unternehmungen, Verkehrsmittel und Betriebsformen "aus einem Guss" angeboten werden. Vielfältigste Insellösungen gefährden diesen Grundsatz.
- Sobald Speziallösungen Spezialprodukte erfordern, steigen die Kosten für Kauf, Erhalt, Unterhalt und Ersatz meist an; zusammen mit der Reservehaltung. dies gilt insbesondere auch für kombinierten Güterverkehr.

7. Grundprobleme der Innovationen als Beispiele

7.1 Marktsegmente, Normierungsbedarf

Vorerst ist festzustellen, dass auch die hier diskutierten Mobilitätsinnovationen oft zu stark auf den Berufsverkehr fokussiert sind, obwohl der Freizeitverkehr bereits rund doppelt so gross ist und den grössten Wachstumsmarkt darstellt. Deshalb muss grossen Wert auf die einheitliche, leicht verständliche Motivation und Information auch für Orts- und Betriebsunkundige gelegt werden, bei denen der Zutrittswiderstand naturgemäss am grössten ist.

Im Weiteren werden schwergewichtig kleine Marktsegmente angesprochen, die primär den privaten Motorfahrzeugverkehr reduzieren und dem "Hauptangebot öV" neue Kunden zuführen sollen. Entsprechend muss dieses Hauptangebot stets in die Informationen einfließen.

Und letztlich werden – mit Ausnahme kundengruppenspezifischer Angebote wie Schwerbehindertentransporte – bezüglich zeitlicher/örtlicher Verfügbarkeit nicht existente oder sehr schlechte Linienbetriebe ersetzt. Während letztere nachfrageabschreckend sind, wirken direkt bedarfsgesteuerte Angebote – auch auf individueller Basis – ausgesprochen nachfragezuchtend. Dies kann erfahrungsgemäss dazu führen, dass Linienbetriebsangebote (wieder) eingeführt werden können, was bereits bei der Ausgestaltung der "Innovationen" zu berücksichtigen ist.

7.2 *Rechtliche Regelungen, Normen*

Die rechtlichen Vorgaben sollen Freiräume für die an unserer Tagung diskutierten "Aufweichung" der Polarität MIV – öV offen halten. Problematisch sind diesbezüglich Systeme, in denen die Kunden in Fremdverantwortung eines "Anbieters" befördert werden. Es bieten sich Regelungen an ähnlich denjenigen von Schulbus – und Rotkreuzfahrer(-innen), die ihren Dienst z. T. freiwillig und oft unentgeltlich versehen, durchaus einen Beitrag zum sozialen Zusammenhang im Erschließungsgebiet leisten, aber wie die Fahrgäste eines Rechtsschutzes bedürfen.

Ein weiteres Feld liegt im verkehrstechnischen/verkehrsorganisatorischen Bereich. Hier stehen der örtlich möglichst freizügige Fahrgastwechsel von Bedarfsangeboten sowie die Mitbenützung von Sonderregelungen für den öffentlichen Linienbetrieb im Vordergrund.

Zu letzterem: Es ist klar zu unterscheiden zwischen Funktion und Betrieb! Am Beispiel des Taxis ist festzustellen, dass dieses funktional durchaus als "verlängerter Arm" des öffentlichen Verkehrs bezeichnet werden kann. Betrieblich untersteht es aber voll den Gesetzmässigkeiten des Individualverkehrs und soll deshalb die Sondermassnahmen zugunsten des Linienverkehrs wie an Lichtsignalanlagen, eigenen Fahrstreifen (Busspuren) grundsätzlich nicht mitbenutzen können. Ausnahmen sind dort zuzulassen, wo dies insbesondere den Linienverkehr nicht stört.

Es verbleibt der Hinweis auf die verschiedentlich erwähnten An-/Abreizmöglichkeiten, welche auch bei der Rechtssetzung Berücksichtigung finden müssen.

7.2 *Leerfahrtenbörsen*

Im Personen- und Güter-, aber auch im öffentlichen und privaten Verkehr besteht eine sehr hohe Überproduktion an Platz- bzw. verfügbaren Nutzlastkilometern. Sie rührt her von der Schwierigkeit der Bündelung individueller Nachfragen (PKW), des unpaarigen Verkehrs (LKW), der Dimensionierung des Linienverkehrs auf die Spitzennachfrage im massgebenden Querschnitt in Lastrichtung sowie der immer weiter gehenden Spezialisierung der Fahrzeuge.

Das Effizienzsteigerungspotenzial in diesem Bereich ist enorm; die zu überwindenden Widerstände auch. Die grössten Probleme liegen nicht (mehr) in den Dispositionssystemen, sondern

- im Erreichen der "kritischen Grundmasse" seitens Angebot und Nachfrage zur wirksamen Koppelung von Transportwünschen und Leerangeboten,
- in der Preisgabe von Einblicken in innerbetriebliche Abläufe und privates (Reise-)verhalten,
- in "Tarifizierung" und rechtlichen Regelungen,
- im rein emotionalen Bereich.

Die nachfolgenden Gruppendiskussionen – insbesondere zu Carlos und Citylogistik werden dazu weitere Erkenntnisse liefern.

7.3 Netzeinbindung

Die weitaus überwiegende Betriebsform des öffentlichen Verkehrs ist und bleibt der Linienbetrieb. In der Schweiz kommt die integrale Vertaktung mit möglichst vielen Anschluss-Spinnen dazu, was zu einem für unsere Siedlungsstruktur und unseren Föderalismus optimierten, wenn auch relativ starren Gesamtangebot führt.

Für unser Tagungsthema bedeutet dies:

- Die meisten direkt bedarfsgesteuerten Teilsysteme – von Rufbus bis "Velostadt" sind an definierten Orten zu bestimmten Zeiten mit dem Linien-netz verknüpft, was die individuelle und auch organisierte Disposition der Zubringer erschwert und die Zuverlässigkeit gefährdet.
- In der Fläche und zu Schwachlastzeiten sollten all unsere Innovationen kaum wettbewerbsfähige Linienangebote nicht konkurrenzieren, sondern ersetzen unter der ausdrücklichen Voraussetzung, dass keine Bevölkerungsminderheiten dadurch "mobilitätsbehindert" werden. Dies ist leider nicht trivial; als Beispiel sei Mobility Carsharing und dessen Subsegment Rail Link genannt.
- Zur Netzeinbindung gehören auch die Fusswege zu den öV-Haltestellen, die mit Abstand die Hauptlast der "letzten Meile zum/vom öV" tragen, kaum Beachtung finden und auch an unserer Tagung vergessen bleiben. Hier herrscht für Netz- und Ausgestaltung sehr grosser Handlungsbedarf; vor allem auch in der Zuständigkeitsregelung.

8. ...damit zum Fazit und den Trends

Es wurde hier bewusst nicht einfach eine Beispielliste zusammengestellt, sondern versucht, Chancen und Risiken in einem grösseren Rahmen zu beurteilen. Das Resultat ist ein vieldimensionaler Spagat mit den Haupttrends:

- *Visionen contra Tatsachen.*
Zwischen öffentlichem und individuellem motorisierten Verkehr wird die Kluft bleiben, dass der öV für die vom Verkehr Betroffenen und die Umwelt Vorteile behält, während er für die Benutzer schlechter ist als der ungestörte MIV; – und den unbehinderten MIV gibt es immer weniger. Dies bedarf noch sehr viel Aufklärungsarbeit.

- *Pragmatische Versuche contra benutzerfreundliches Gesamtangebot ausserhalb des motorisierten Individualverkehrs.*
Freie Kreativität tendiert zu einem Gemischtwarenladen mit hohem Zutrittswiderstand für Gelegenheitskunden. Hier sind Leitplanken mit maximalen Freiräumen zu setzen.
- *Verkehrs- contra Mobilitätspolitik.*
in diesem Feld sind deutliche Fortschritte zu verzeichnen, obwohl das den Welt-trends von Privatisierung/Deregulierung mit kurzfristigem Denken und Handeln in kleinen Systemabgrenzungen eigentlich entgegenläuft. Daraus resultiert wohl die Kernfrage der ganzen Mobilitätspolitik

WHO IS THE PROBLEM OWNER?

Wer ist verantwortlich für die Umsetzung einer Mobilitätspolitik? Es bedarf breiter und langwieriger Umdenkprozesse, die erst noch in praktische Handlungen umgesetzt werden müssen. Dazu müssen letztlich alle Akteure ihren Beitrag leisten; die Anstösse müssen wohl primär über die Gebietskörperschaften kommen.

- *Die Schweiz und der Rest der Welt.*
Die Probleme der Mobilitätspolitik im breitesten Sinne sind weltweit dieselben; der Problemdruck der Verkehrsmobilität indes vielerorts, vor allem in den Entwicklungsländern, derart gross, dass er den Weitblick bis zur Blindheit trübt.

Neue Ansätze in der Mobilitätspolitik sind noch zarte Pflänzlein mit hohem Pflegebedarf, die vorwiegend in Mitteleuropa nördlich der Alpen zu spriessen beginnen....

Wie in der klassischen Verkehrspolitik kann und muss die Schweiz auch in der Mobilitätspolitik eine Vorreiterrolle spielen. Sie ist dazu aus vielen Gründen in der Lage. Dass sie auch bereit dazu ist, beweisen sie alle durch Ihre Teilnahme an unserer Tagung.

Viel Glück!

Auftrag BR 17.01.01

Was soll EnergieSchweiz?

1. Verfassungs-/Gesetzesauftrag EnG / CO₂-G: Energieeffizienz + reg. Energie
2. Energie- und Klimaziele erreichen
3. Nachhaltige Energieversorgung einleiten
4. Erfahrungen E2000 nutzen

© EnergieSchweiz
003696059



EnergieSchweiz Ziele

Bereich	Ziel 2010 ¹⁾	Stand 2001
Rationelle Energieverwendung³⁾		
- Verbrauch fossile Energien ²⁾	-10% ³⁾	+ 2,2%
- CO ₂ -Emissionen ²⁾	-10% ⁵⁾⁺⁶⁾	+ 0,8%
- aus Brennstoffen	-15% ⁵⁾	- 3,2%
- aus Treibstoffen ²⁾	- 8% ⁵⁾	+ 7,3 %
- Elektrizitätsverbrauch	+ 5% ³⁾	+ 2,6%
Erneuerbare Energien		
Wasserkrafterzeugung	stabil	+ 0,17 TWh ⁴⁾
Übrige:		
- Elektrizität	+ 0,5 TWh (+1%)	+ 0,032 TWh
- Wärme	+ 3,0 TWh (+3%)	+ 0,411 TWh

1) Vergl. mit 2000; Wirtschaftswachstum 1998 - 2010: 2,2 %/a.

2) Ohne Auslandsflüge; Inlandprinzip gemäss CO₂-Gesetz

3) Freiwillige Massnahmen sollen im Jahre 2010 5 % Einsparungen bringen (d.h. doppelt soviel wie Energie 2000)

4) Mittlere hydrologische Erzeugung + 94 % (effektiv +11.7%)

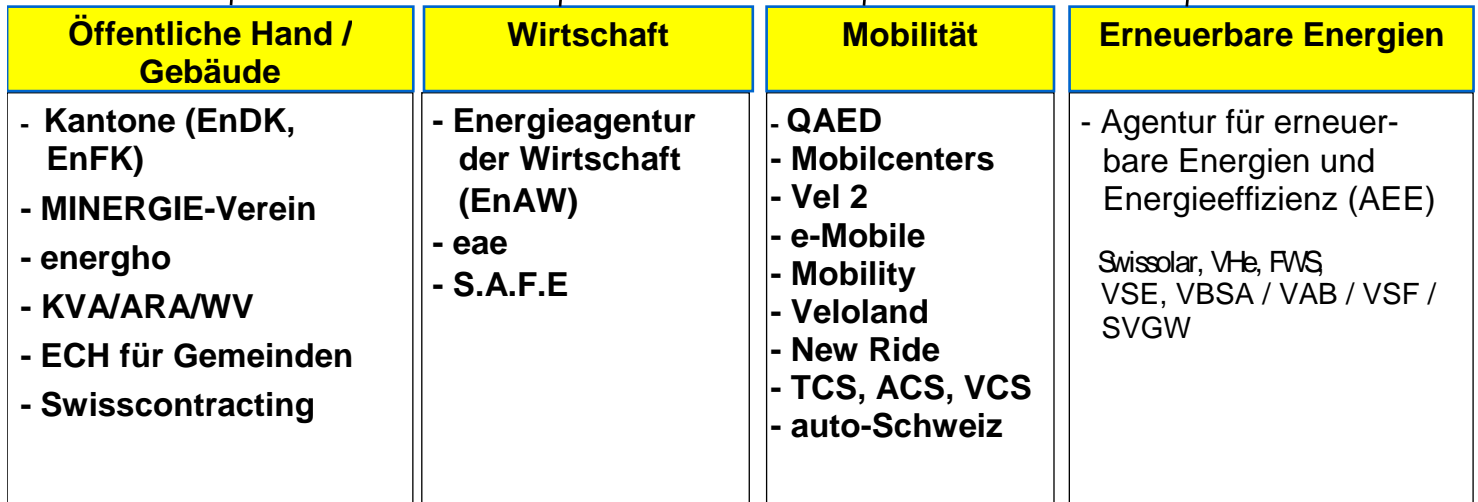
5) Vgl. mit 1990 gemäss CO₂-Gesetz

6) Kyoto-Protokoll: - 8% CO₂ (80% Klimawirkung), CH₄, N₂O, HFC, SF₆, PCF 1990 / 2008-12

Strategiegruppe: Bund, Kantone, Wirtschaftsverbände, Umweltorganisationen

**Programmleitung
(Bundesamt für Energie)**

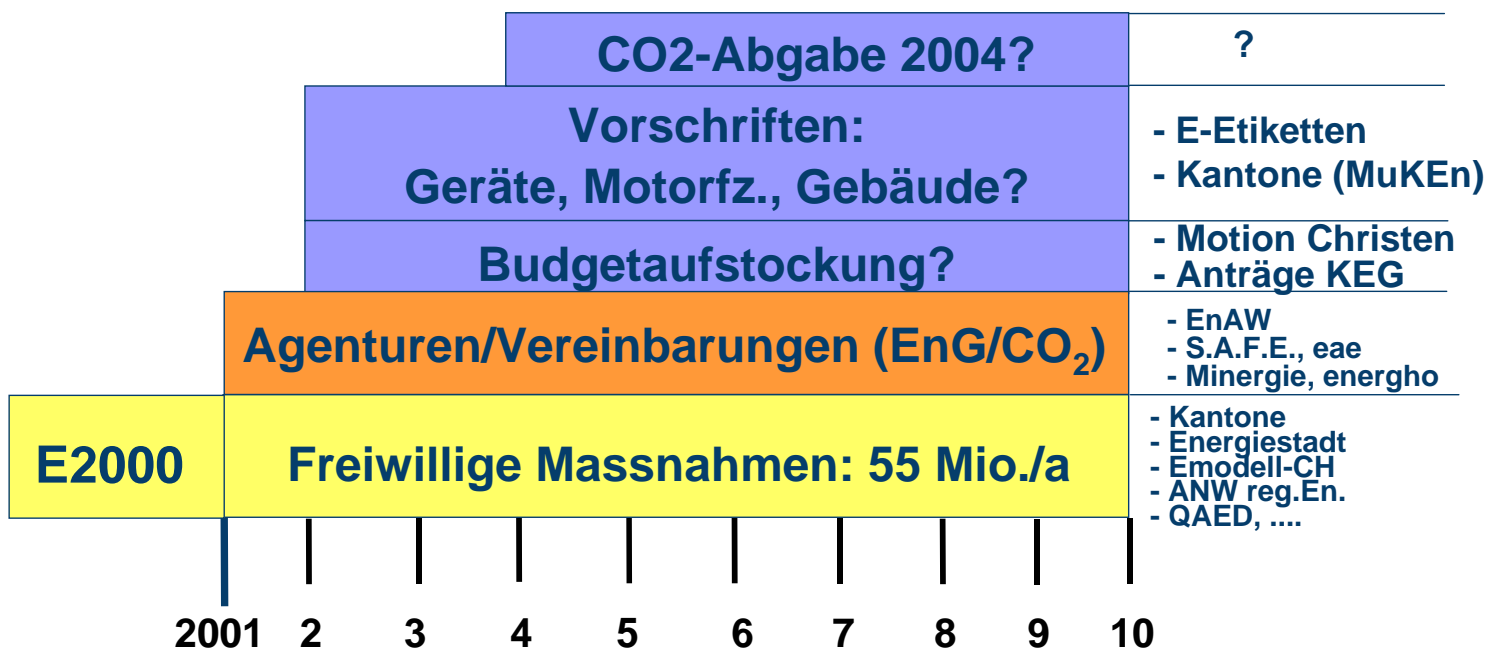
- Controlling, Evaluation
- Überdachendes Marketing
- Koord. F + E, P + D
- Ausbildung
- Dialog (nach Bedarf)



© EnergieSchweiz
003686768

EnergieSchweiz: Strategie

Stand Okt. 02



EnergieSchweiz: Budget 2003 (in Mio. Fr.)

Programmleitung

- Eval. / Controlling	2
- Komm., Marketing, Ausbildung	3
- Ressortforschung	5

TOTAL ¹⁾	
Förderung+Marketing	44
P + D	<u>12</u>
Total EnergieSchweiz	56
(exkl. Forschung	23)

Öff. Hand + Gebäude	
Gebäude	Kantone
M: 8	14
(Forschung 2)	

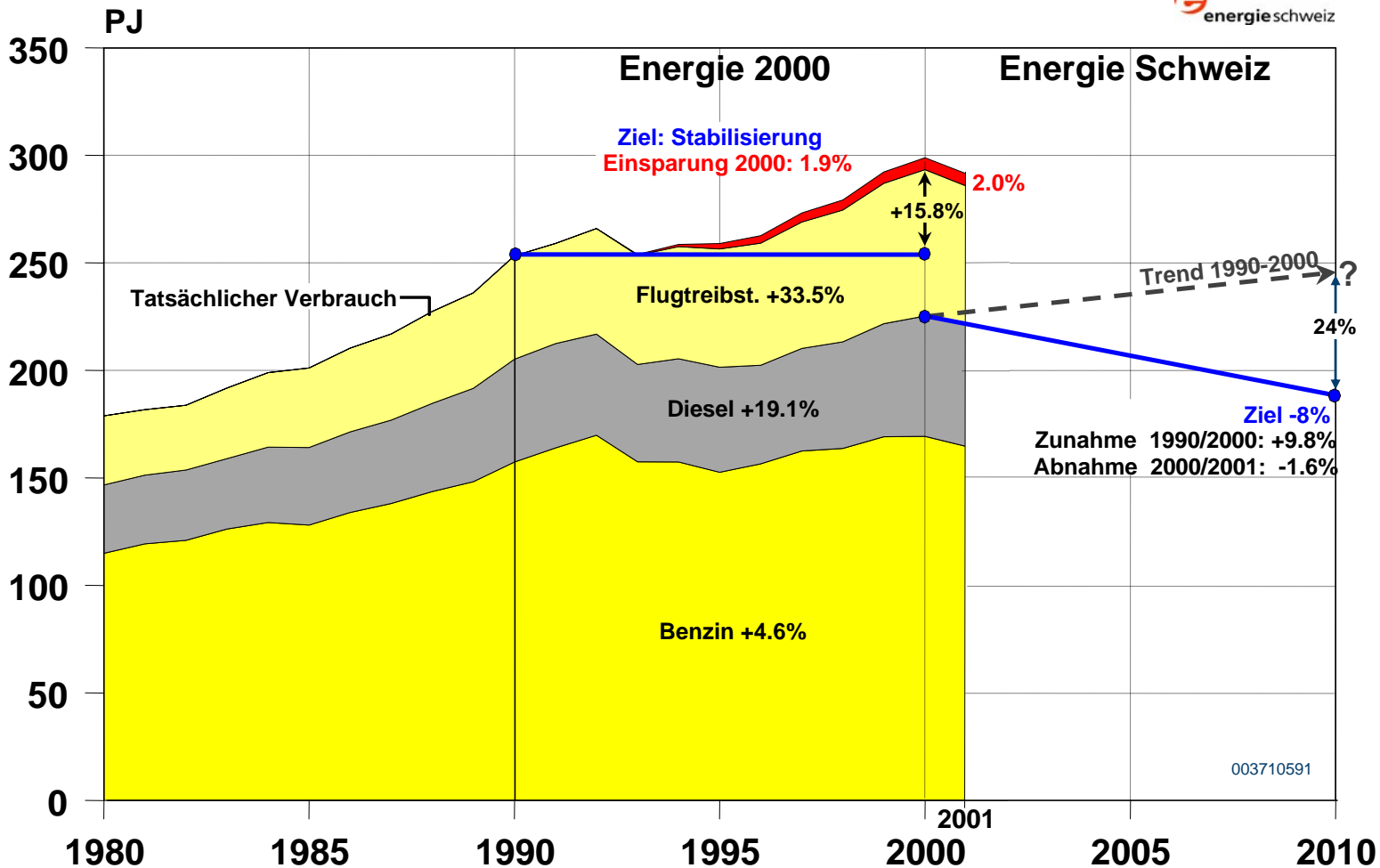
Wirtschaft	
EnAW	Geräte
M: 2	3
	1

Verkehr	
M: 6	
(Forschung 2)	

Erneuerbare Energien ¹⁾	
M: 18	
(Forschung 12)	

1) exkl. Lothar 6.9 Mio. Fr.

TREIBSTOFFVERBRAUCH SCHWEIZ

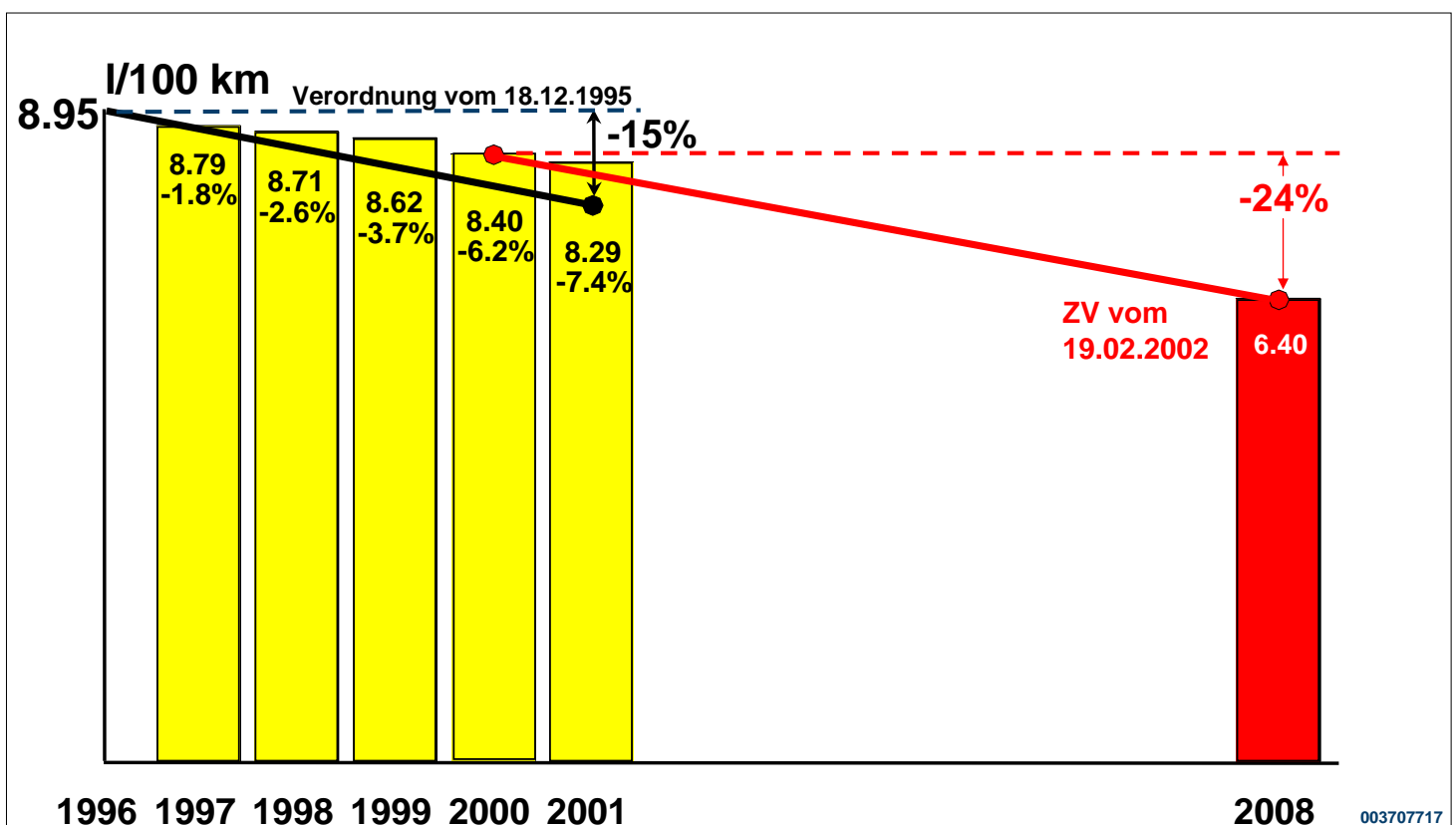


EnergieSchweiz: **Mobilität**

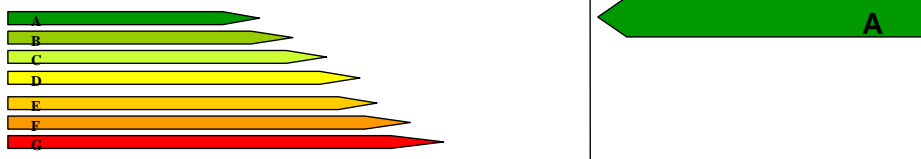
1. Jahresbilanz

+	?
<ul style="list-style-type: none">- <u>ZV</u> neue PW: 19.2.2002- <u>WD</u> PW: Oktober 02- <u>Ecodrive</u>: 40'000 Fahrer- <u>Vel 2, e'mobile, E-Städte, ...</u>	<ul style="list-style-type: none">- Komb./nicht-mot. Mobilität- Vorschriften PW- Verkehrswachstum- Verkehrspolitik

Spezifischer Treibstoffverbrauch neuer Personenwagen



EnergieSchweiz EnergieEtikette PW

Energieeffizienz des Fahrzeugs	
Marke Typ Treibstoff Getriebe Gewicht	XXX XXX XXX XXXX kg
Treibstoffverbrauch Durchschnitt: gemessen nach den Vorschriften der EG-Richtlinie 80/1268/EWG CO₂-Emissionen CO ₂ ist das für die Erderwärmung hauptverantwortliche Treibhausgas	X,X Liter / 100 km XXX Gramm / km
Relativer Verbrauch Treibstoffverbrauch verglichen mit allen angebotenen Fahrzeugtypen 	
Informationen zum Treibstoffverbrauch und zu den CO ₂ -Emissionen, inklusive einer Auflistung aller angebotenen Neuwagen, sind kostenlos an allen Verkaufsstellen erhältlich oder im Internet unter www.energie-schweiz.ch abrufbar. Der Treibstoffverbrauch und die CO ₂ -Emissionen eines Fahrzeugs sind auch vom Fahrstil und anderen nichttechnischen Faktoren abhängig. Gültigkeit der Deklaration: 6. 2004	

© EnergieSchweiz
003709674



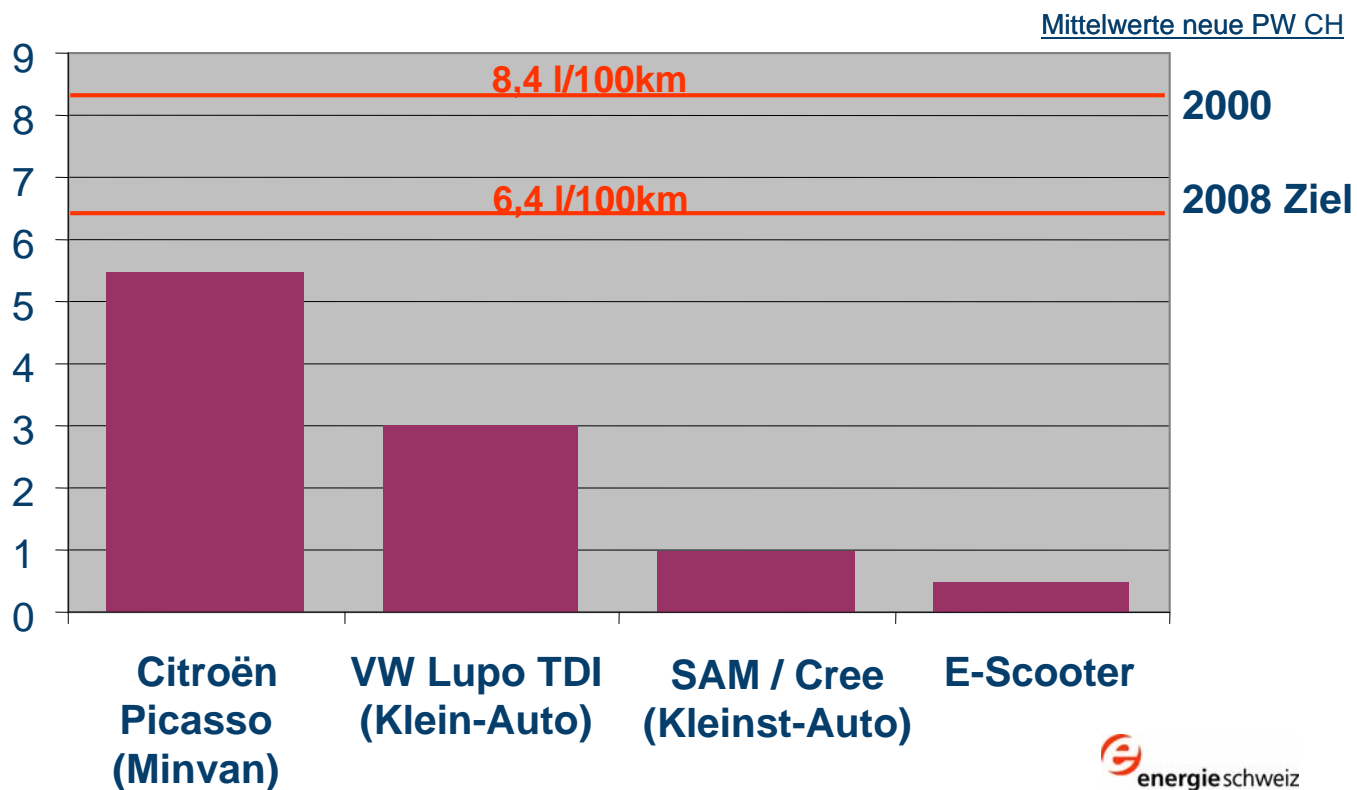
EnergieSchweiz: **Mobilität** Strategie 2002/3

- Energieeffiziente PW** 5 - 10 %
 - Zielvereinbarung - 24 % (2008)
 - Energie-Etikette: Kampagne
 - Anreize: Automobil- / Motorfahrzeugsteuer
 - Treibstoffsteuer: Gas, Biotreibstoffe
- Energieeffiziente Fahrweise: Eco-Drive** 10 - 15 %
 obligatorisch für Fahrprüfung (Vo. 1.4.03)
- Langsam- / kombinierter Verkehr** 10 - 15 %
 - 85 Energiestädte
 - europ. Aktionstag 22.09.
 - Prix Pegasus

© EnergieSchweiz
003711728



EnergieSchweiz: Energieeffizienzpotential Motorfahrzeuge (Treibstoff-Verbrauch in l/100km)



IDNr: 3718125

EnergieSchweiz: wie weiter?

Sanierung Bundesfinanzen 3,4 Mia. Fr. ab 2006

EnergieSchweiz: -5 Mio. 2004; -35 Mio. 2005; -55 Mio. ab 2006

Ersatz durch:

- Regulatorische Massnahmen

Vorschriften Geräte, Motorfahrzeuge, Gebäude, reg. E.

- Zweckgebundene Abgabe

0,04 Rp./kWh auf nicht erneuerbarer Energie

= 60 Mio. Fr. zu Finanzierung von EnergieSchweiz

- *(CO₂-Abgabe: in jedem Fall)*

EnergieSchweiz: freiwillig+partnerschaftlich

(EnG Art. 2, 8, 17, 18; CO2-G Art. 3, 4, 15)

- Agenturen: Leistungsaufträge / ZV (20 Mio.)
EnAW, eae / S.A.F.E., AEE, Minergie, energho,
Energienstadt, Vel 2, QAED, auto-schweiz, ...
- Kantone: Unterstützung (15 Mio.)
 - Globalbeiträge → Förderprogramm (50 Mio.)
 - Vollzugshilfen, Erfolgskontrolle, A+W
- P+D / Projekte nationaler Bedeutung (15 Mio.)
Transfer F+E → Markt (Innovation)

3721158



Energie 2000 / EnergieSchweiz: Wirkung 2001

- Energie: - 4,6% (0,8 Rp. / kWh)
- CO2: - 5 bis 8%
- Investitionen: 800 Mio. Fr.
- Arbeitsplätze: 4700
- >60 Mio. MWST

3721158



Ersatz EnergieSchweiz durch reg. Massnahmen

- Geräte / Motz.: Vo, mehr als EU: WTO?
- Gebäude: EnG, MuKEn: BV?
- Reg. Energien: kostendeckende Vergütung ?
- CO2-Abgabe: Vo
Treibstoffe 50 Rp./l ? Brennstoffe ?

Nahtloser Übergang 2005/6

Vollzug BFE 10 Mio./a

3721158



EnergieSchweiz finanziert durch Abgabe

- 0,04 Rp./kWh nicht erneuerbare Energien
Modell FAG
- 60 Mio. Fr./a
- EnG-Änderung

Nahtlose Ablösung 2005/6

3721158



EnergieSchweiz: wie weiter?

- Botschaft BR 28.5.03
__(Sanierung Bundesfinanzen)
- Vernehmlassung: Anfang Juni
- Verabschiedung BR: vor/nach Sommerferien
- Parlament bis Dezember

3721158



Verzicht auf EnergieSchweiz

- Widerspricht dem Subsidiaritäts- und Kooperationsprinzip (EnG / CO2-G)
- Ersatzloser Verzicht: energie- / klimapolitisch nicht verantwortbar
- Ersatz durch Vorschriften: politisch nicht realisierbar

EnergieSchweiz fortführen / optimieren

3721158



EnergieSchweiz: Kommunikation

- **EnDK** **09.5.03**
- **Energieforum** **20.6.03 (?)**
- **Bilanz 2002** **30.6.03 (?)**
- **2. Jahresbericht** **September**
- **„In die Stadt ohne mein Auto“** **22.9.03**
- **Start Gebäudekampagne** **28.11.03**

Erfahrungen mit PubliCar



Nachteile Linienverkehr im ländlichen Raum

- flächendeckende Erschliessung oftmals nicht möglich (finanziell, betrieblich)
 - lange Gehdistanzen zur Haltestelle
 - Lücken im Fahrplan (Zwischenverkehrszeiten, in der Nacht)
 - Dichte des Fahrplans tief (wenige Kurse auf der Linie)
 - keine Abend- oder Nachterschliessung
- ⇒ Folge: erhöhte Nutzung des Privatautos für die gesamte Strecke (Verlust für das ganze öV-System)

Was ist PubliCar?

- kundennahes und flexibles Beförderungsangebot
- kein fixer Fahrplan
- Bedienung „Tür-zu-Tür“
- keine fixen Streckenvorgaben
- komfortable und wendige Kleinbusse
- öV-Tarife + Abholzuschlag

Gründe für PubliCar – Sicht Fahrgast

- hohe Angebotsqualität
- räumliche und zeitliche Verfügbarkeit
- Komfort durch Tür-zu-Tür-Service
- Sicherheit
- günstiger Fahrpreis (öV-Tarife + Zuschlag)
- Anbindung an übergeordnete öV-Systeme (z.B. Bahn)

Gründe für PubliCar – Sicht Besteller

- häufig besseres Kosten- /Nutzenverhältnis als beim Linienverkehr
- Anbindung nicht erschlossener Gebiete an den öffentlichen Verkehr
- echte Grundversorgung des ländlichen Raums
(keine Marginal-Angebote)
- Erhaltung der Funktionstüchtigkeit des ländlichen Raums
- Steigerung der Wohnraumattraktivität
- positive Beeinflussung des Modal Split zugunsten
des öffentlichen Verkehrs

Bestellen und fahren



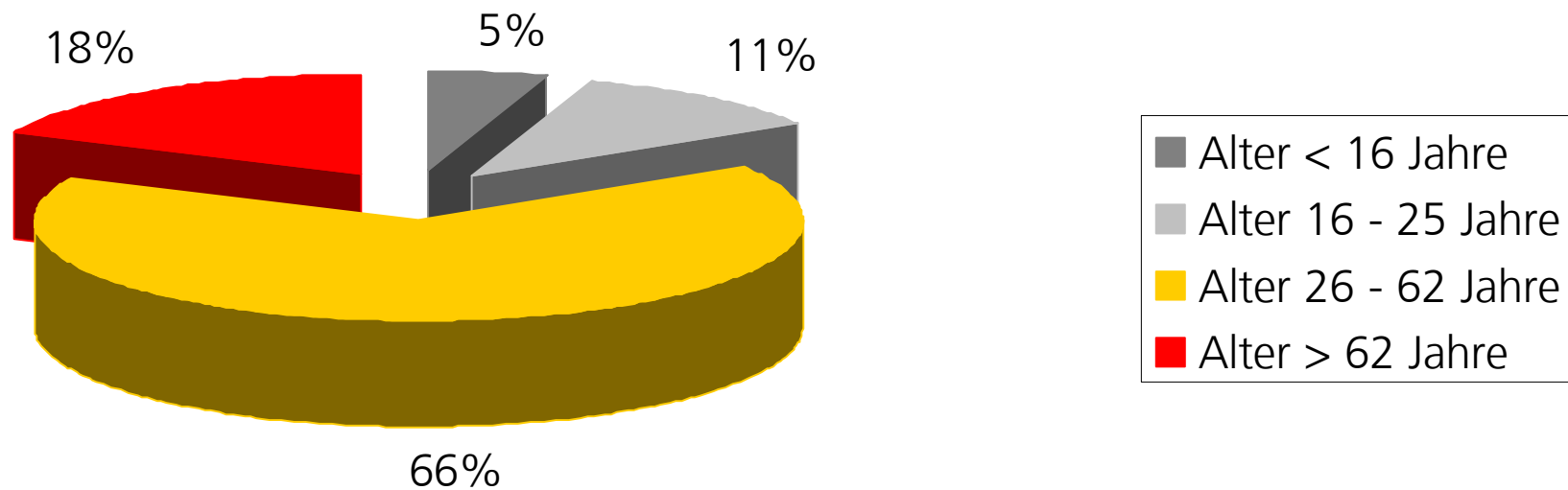
Dispositionssystem PubliCar

- kurzfristige, dynamische Disposition (laufende Anpassung Fahrt-Route)
- Optimierung der Abhol Touren auch in grossflächigen Regionen mit mehreren Fahrzeugen
- geringe Fehlerquelle bei der Datenübertragung
- aktuelle Bestellung/Zielort im Fahrzeug visuell sichtbar



Unser PubliCar-Fahrgast?

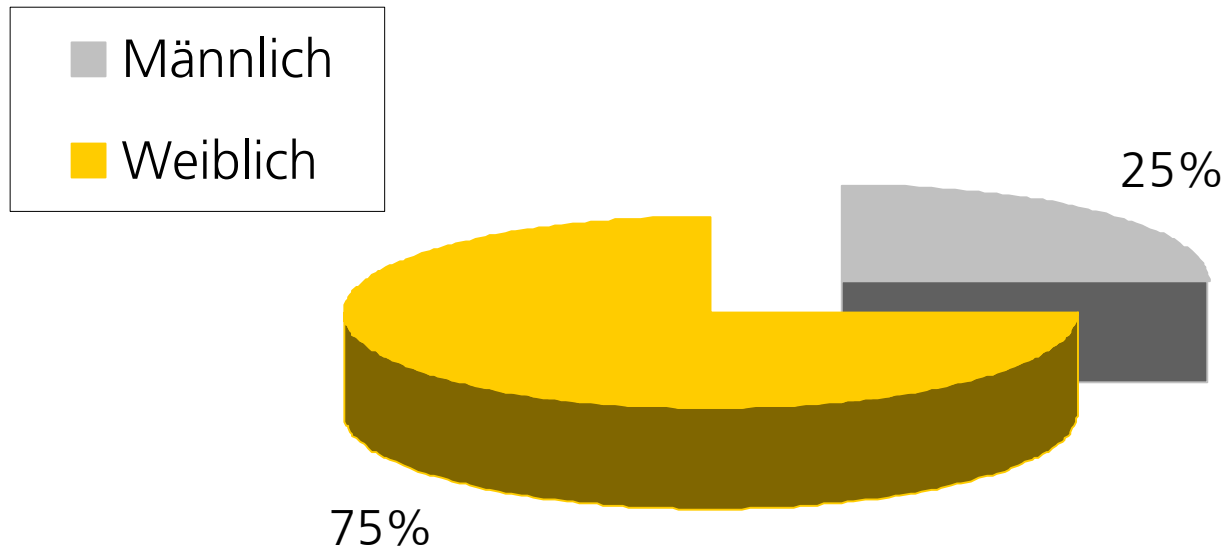
Alterssegmentierung



Quelle: Kundenbefragung PubliCar 06/02; n = 667

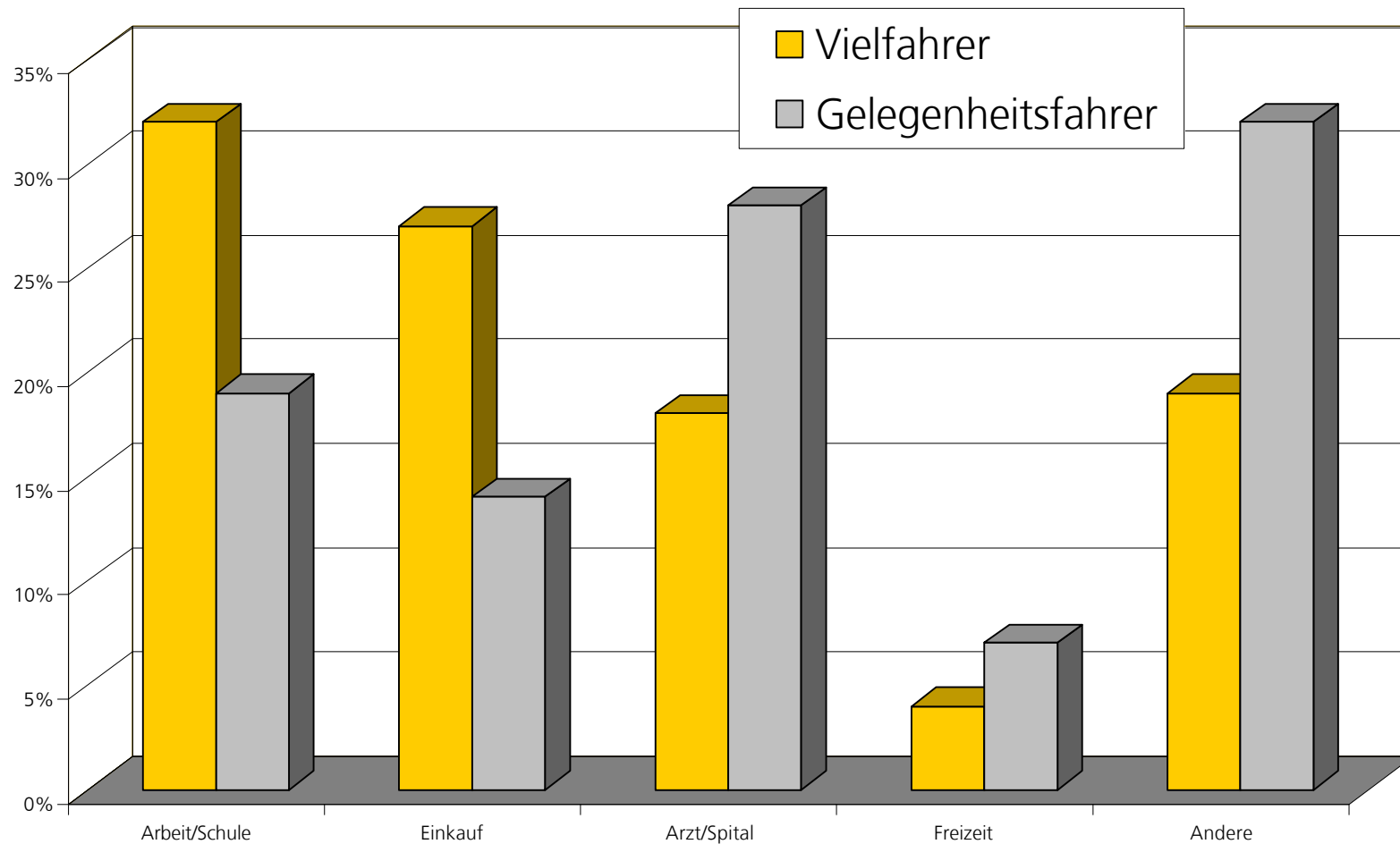
Unser PubliCar-Fahrgast?

Geschlecht



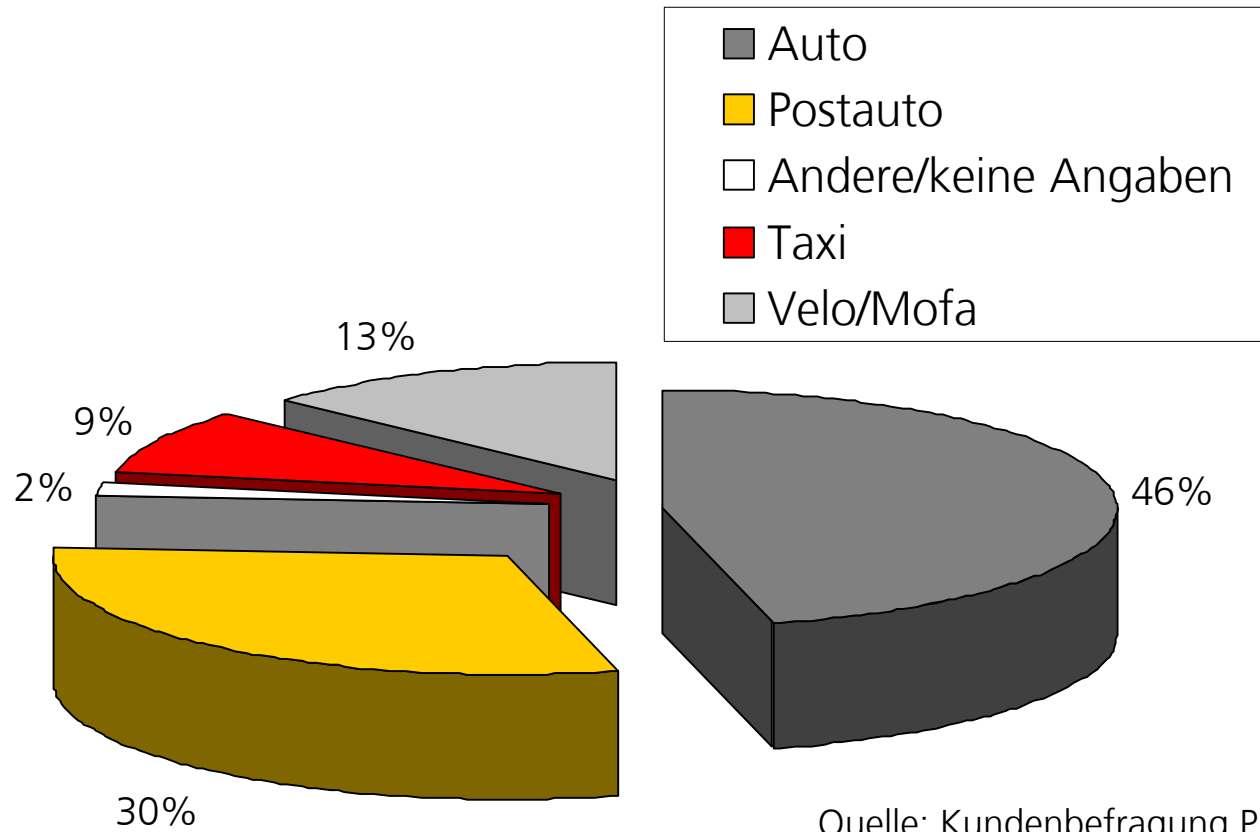
Quelle: Kundenbefragung PubliCar 06/02; n = 667

Verwendungszweck PubliCar



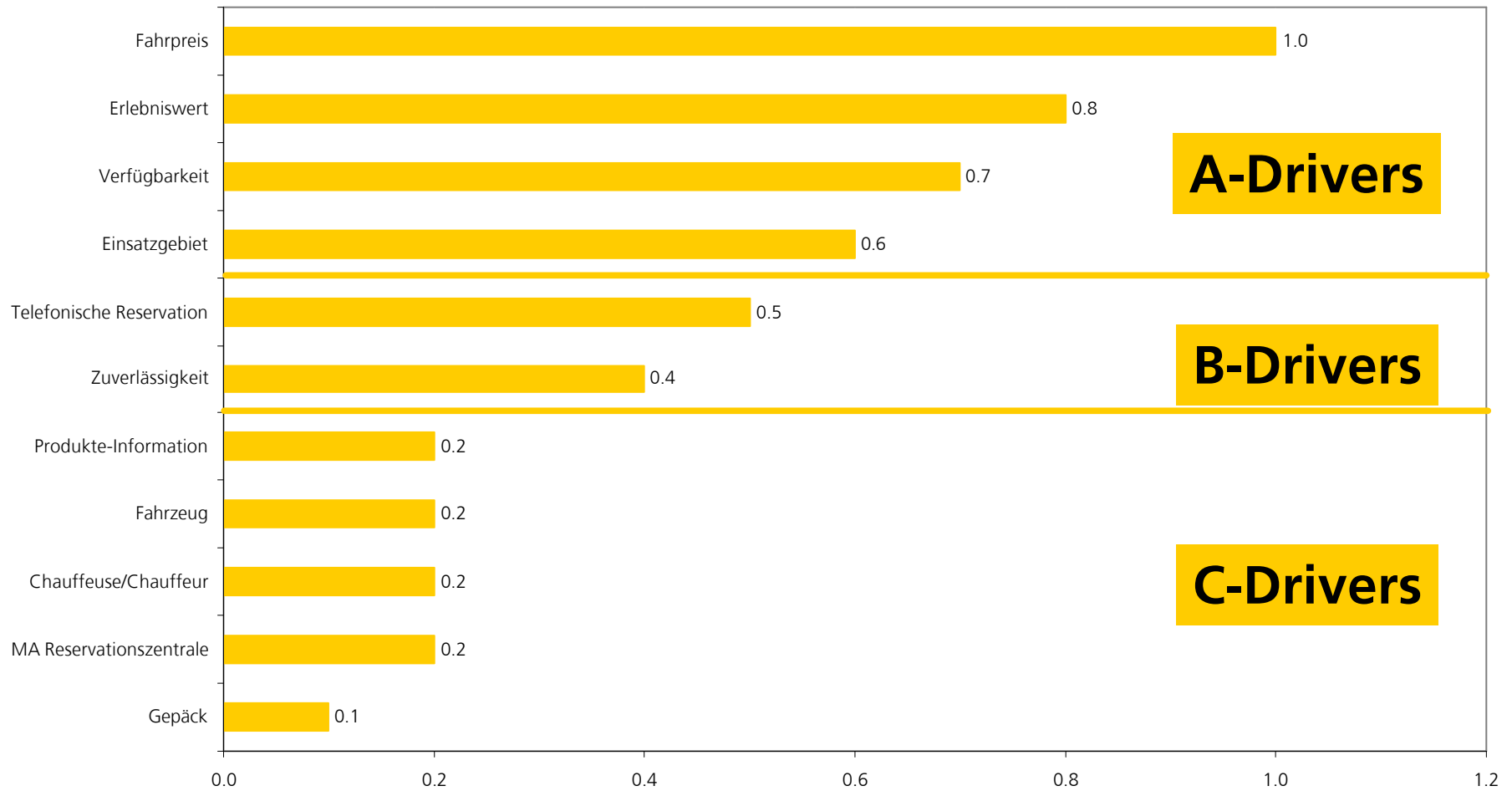
Quelle: Kundenbefragung PubliCar 06/02; n = 667

PubliCar als Ersatz für...



⇒ 46 % der Kunden benutzten vorher das Auto.

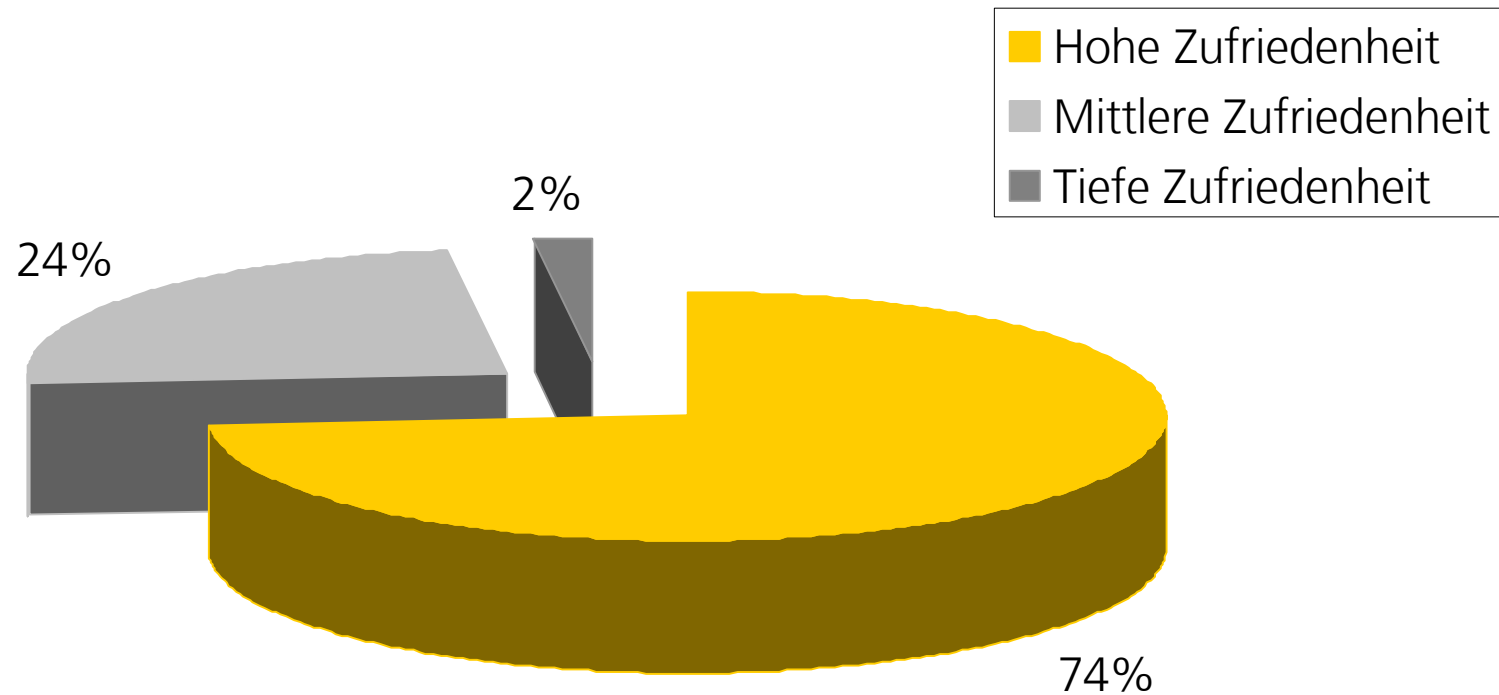
Wichtige Qualitätsfaktoren



Quelle: Kundenbefragung PubliCar 06/02; n = 667

Hohe Kundenzufriedenheit

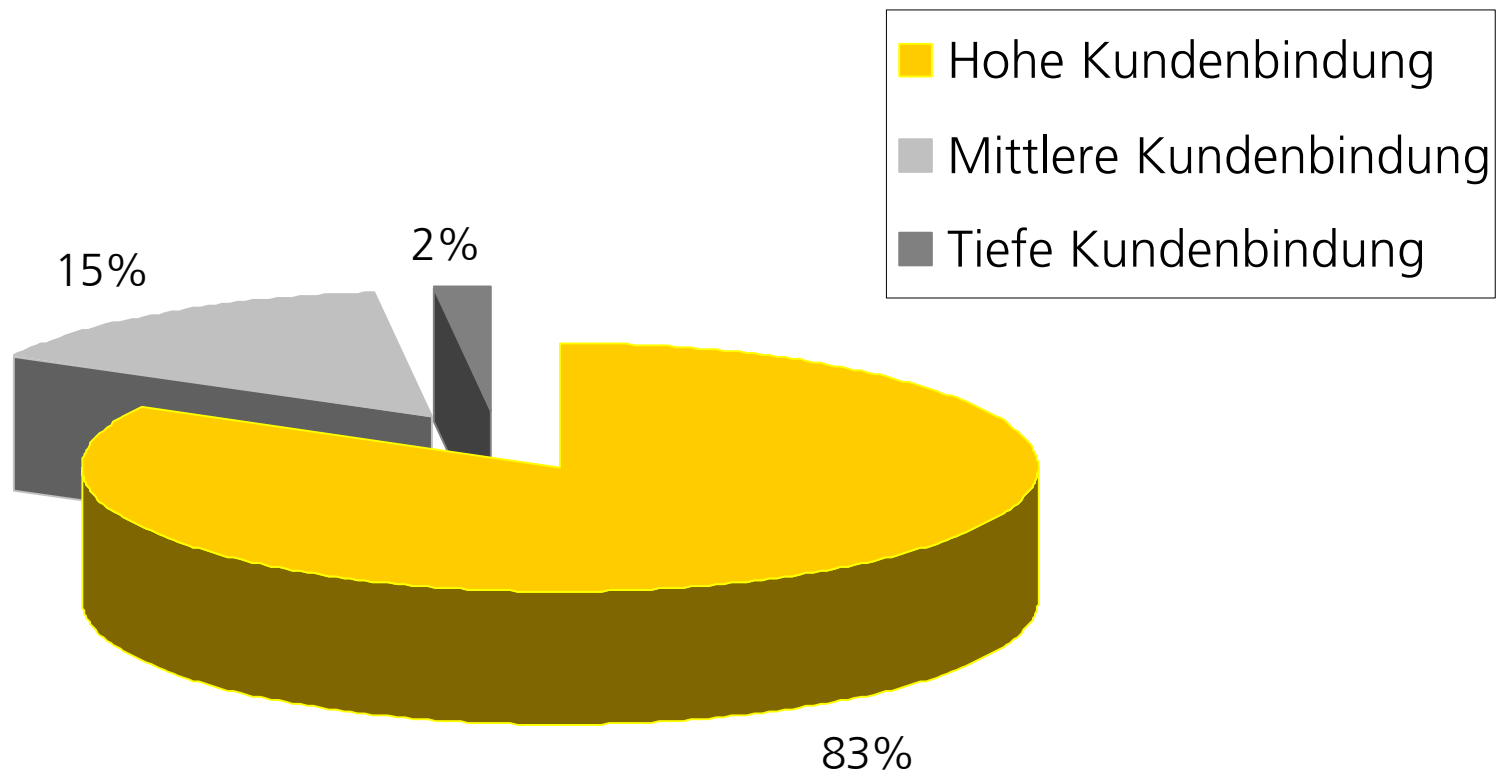
⇒ Kundenzufriedenheit: 83 von max. 100 Punkten



Quelle: Kundenbefragung PubliCar 06/02; n = 667

Hohe Kundenbindung

⇒ Kundenbindung: 88 von max. 100 Punkten



Quelle: Kundenbefragung PubliCar 06/02; n = 667

PubliCar – Finanzierung

- Rechtsgrundlagen
 - Eisenbahngesetz (EBG) 01.01.96
 - Abgeltungsverordnung (ADFV) 01.01.96
- Bund und Kantone bestellen Verkehrsleistungen des Regionalen Personenverkehrs und gelten die ungedeckten Kosten gemäss Planrechnung ab.
- Ganzjährig bewohnte Ortschaften mit mehr als 100 Einwohner haben Anrecht auf öV-Erschliessung.
- Erschliessungsform mittels Rufbus (PubliCar) ist explizit unter Art. 6 ADFV aufgeführt.
- Rufbusangebote werden gleich behandelt wie Linienbetrieb.

Erfolgsfaktoren PubliCar

- Gebietsperimeter/geografische Verfügbarkeit
 - bei falscher Auswahl ⇒ Erschliessungslücken; exponentielle Zunahme der Leerfahrten
 - Kundenzufriedenheit ⇒ dank guter räumlicher Erschliessungsqualität
- Topografie mit vielen Querverbindungen
 - Voraussetzung für ⇒ wenig Leerfahrten/hohe Produktivität
- Siedlungsstruktur/Verkehrsbeziehungen/Nachfragebündelung
 - Voraussetzung für ⇒ wenig Leerfahrten/hohe Produktivität

Erfolgsfaktoren PubliCar

- zeitliche Verfügbarkeit PubliCar
 - Kundenzufriedenheit ⇒ dank kurzfristiger Bestellmöglichkeit dank Flexibilität in Bezug auf gewünschte Abfahrts- und Ankunftszeit
- Ausgabebereitschaft öffentlicher Körperschaften
 - Voraussetzung für ⇒ kundengerechte öV-Erschliessung auch in Randregionen (kein Marginal-Angebot)

PubliCar – Mittel zur Marktentwicklung öV

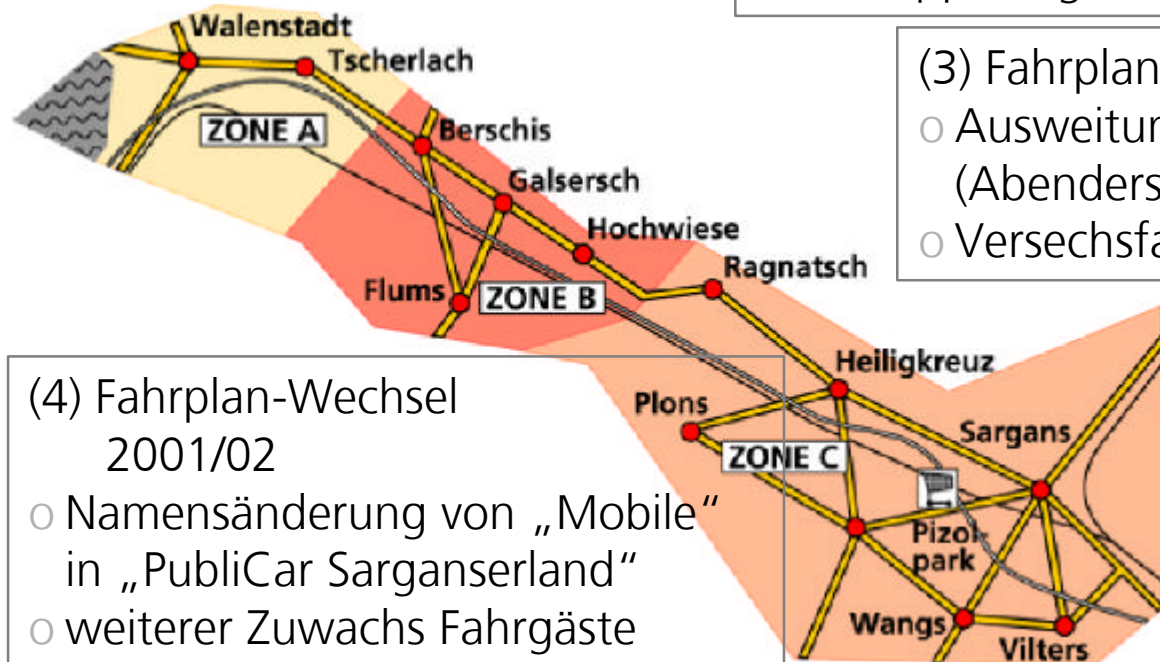
Vom Ruf- zum Linienbus – Beispiel Sarganserland

- (1) Fahrplan-Wechsel 1997/98
- Start Rufbus „Mobile“ in Zonen A+B

- (2) Fahrplan-Wechsel 1998/99
- Ausweitung Rufbus „Mobile“ in Zone C (ohne Vilters - Wangs)
 - Verdoppelung Fahrgast-Frequenzen

- (3) Fahrplan-Wechsel 2000/01
- Ausweitung Rufbus „Mobile“ in Zone C (Abenderschliessung Vilters - Wangs)
 - Versechsfachung Fahrgast-Frequenzen

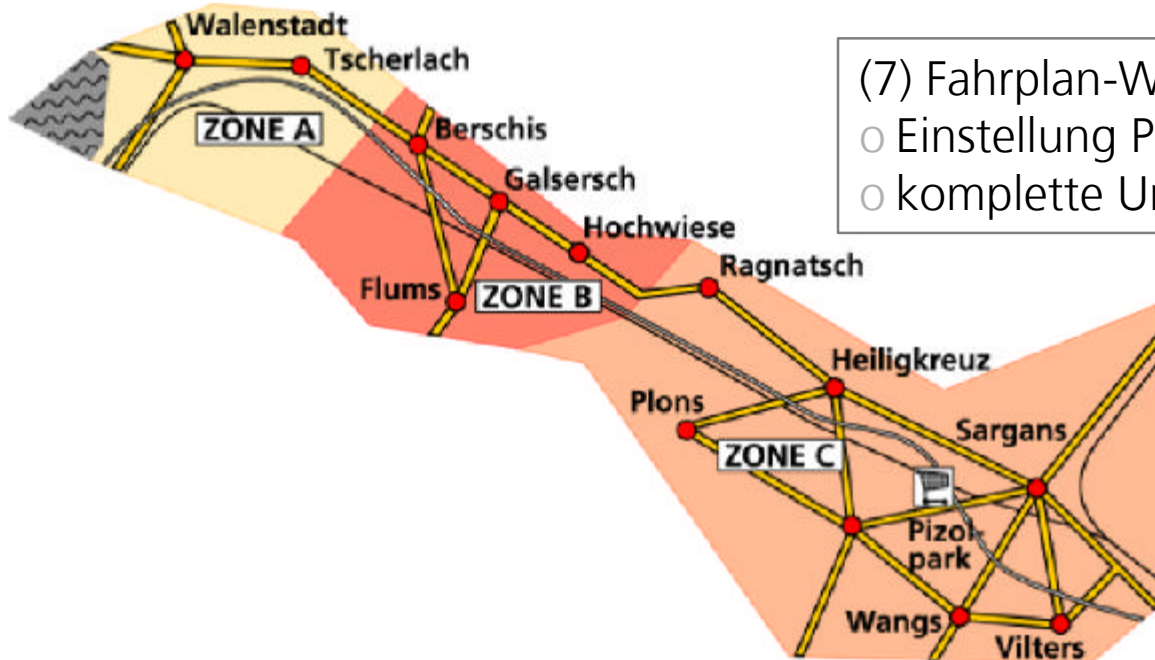
- (4) Fahrplan-Wechsel 2001/02
- Namensänderung von „Mobile“ in „PubliCar Sarganserland“
 - weiterer Zuwachs Fahrgäste



PubliCar – Mittel zur Marktentwicklung öV

- (5) kleiner Fahrplan-Wechsel 06/2002
- Redimensionierung PubliCar-Angebot wegen Einführung öV-Konzept „Riet, Mels“ und „Walenstadt – Flums“

- (6) 10/2002
- Start öV-Konzept „Riet, Mels“
 - Weiterführung PubliCar als Abendangebot



- (7) Fahrplan-Wechsel 2002/03
- Einstellung PubliCar
 - komplette Umstellung auf Linienverkehr

- (8) Fahrplan-Wechsel 2003/04
- Einführung öV-Konzept „Walenstadt – Flums“

⇒ Nachfragegerechter Einsatz von PubliCar bzw. Linienverkehr

PubliCar – Mittel zur Marktentwicklung öV

Entwicklung im Thurgau

Fahrplan-Wechsel 06/1995

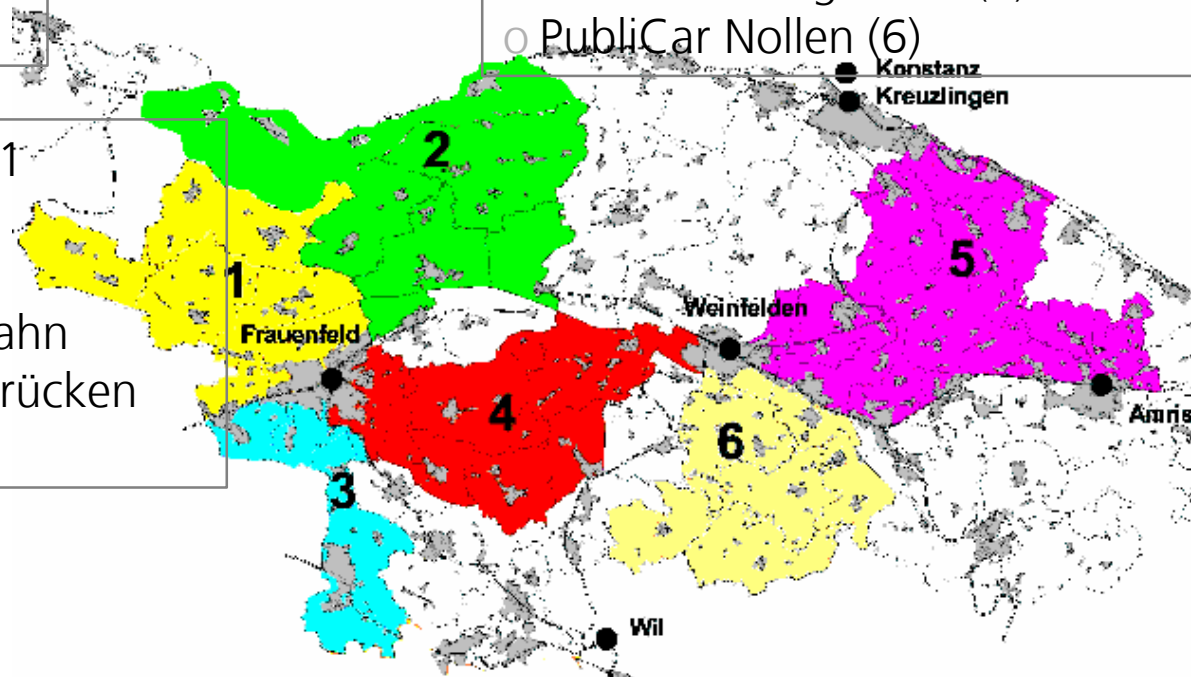
- Pilotbetrieb PubliCar Iselisberg (Frauenfeld West) (1)

Fahrplan-Wechsel 06/2001

- Einführung „NachtBus“
- Anschluss-Sicherung ab Hauptverkehrsknoten Bahn
- Gebietserweiterung Seerücken (nur „NachtBus“) (2)

Fahrplan-Wechsel 06/1999

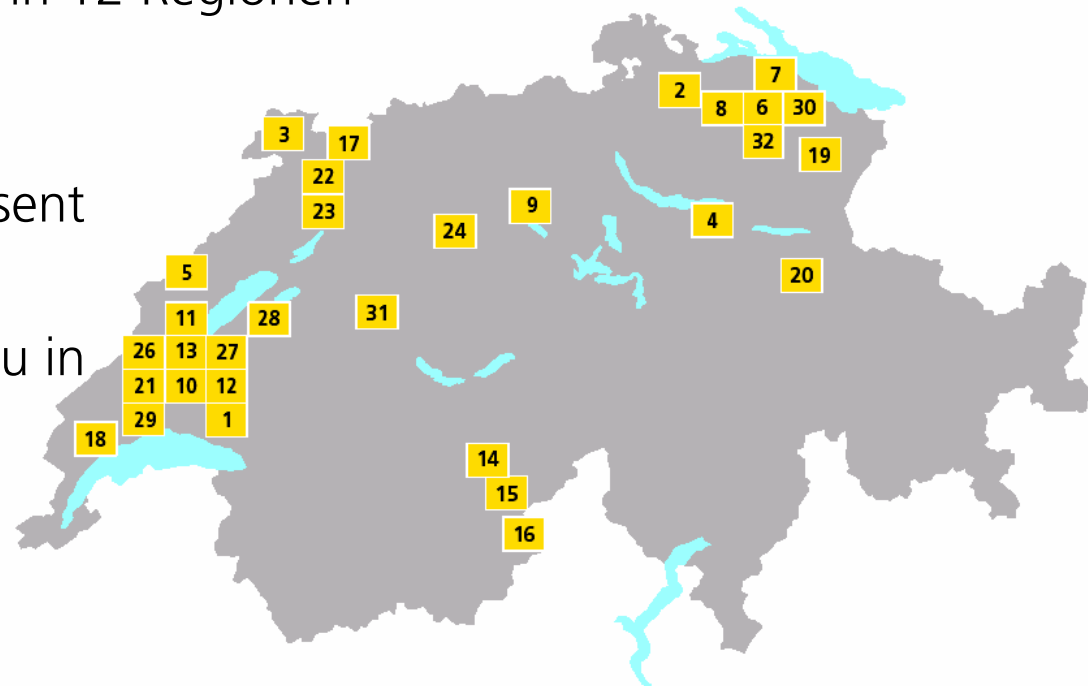
- Erweiterung PubliCar-Angebot
- PubliCar Sonnenberg (Frauenfeld Ost) (3) (4)
- PubliCar Gögelland (5)
- PubliCar Nollen (6)



⇒ Mit PubliCar und NachtBus erreichen wir neuen Kunden (Segm. Freizeit).

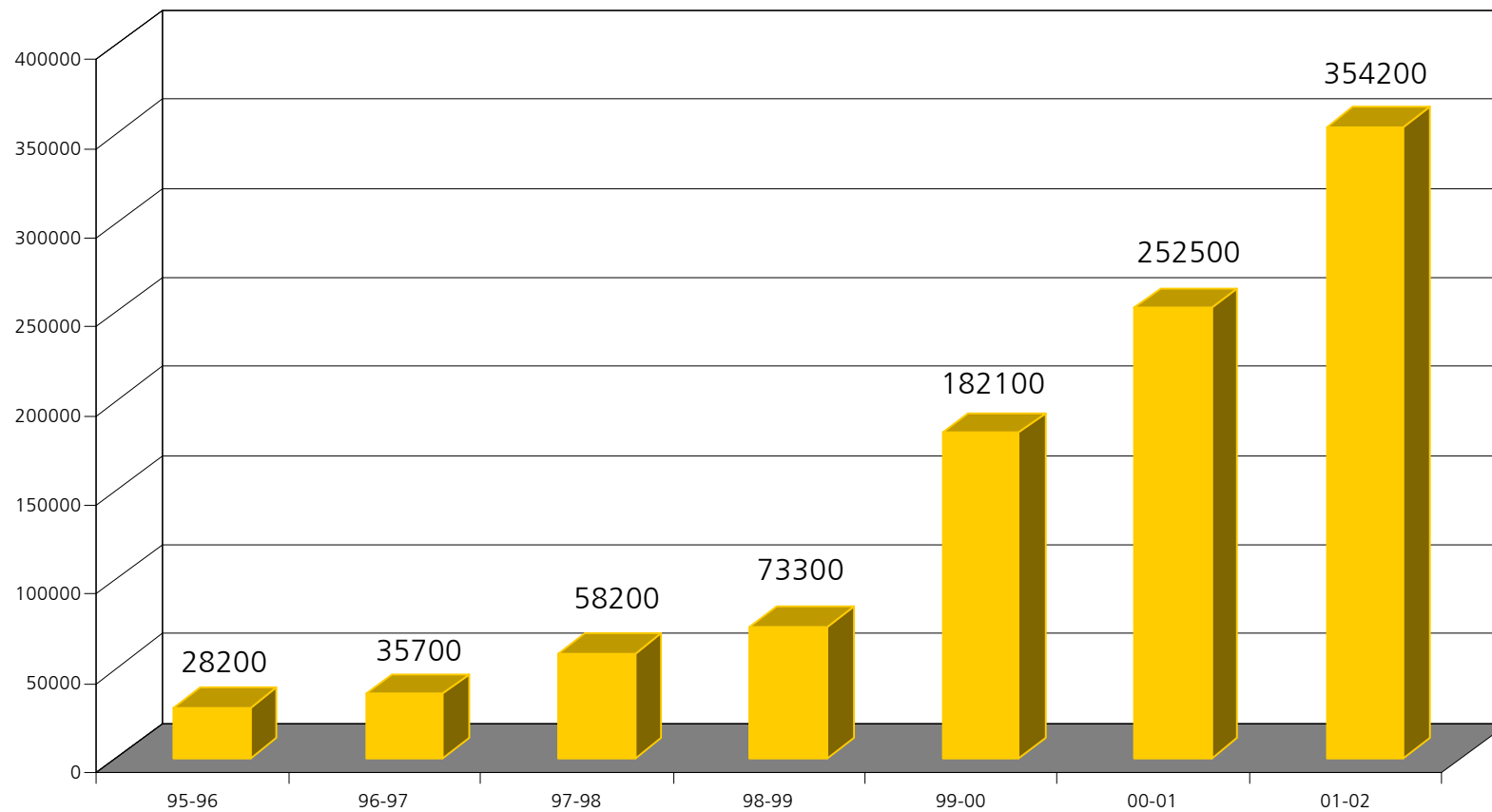
PubliCar – Eine Erfolgsstory

- 1995: Einführung des ersten PubliCar
- 2000: PubliCar existiert in 12 Regionen
- 2002: PubliCar ist in 26 Regionen präsent
- 2003: PubliCar fährt neu in 31 Regionen



PubliCar – Eine Erfolgsstory

Entwicklung Fahrgast-Frequenzen



Zusammenfassung

- Kombination Linienverkehr (zu den Hauptverkehrszeiten) und PubliCar vielfach vorteilhaft ⇒ kein „entweder oder“
- laufende Überprüfung, welche Betriebsform ideal ist; z.B. bei hohem Verkehrsaufkommen umstellen auf Linienbetrieb
- Kunden-Nutzen dank hoher Angebotsqualität
- Nutzen für Besteller dank besserem Kosten-/Nutzenverhältnis zu anderen Betriebsformen

«Der Öffentliche
Verkehr ist nur so
gut wie sein
schwächstes
Glied.»

Warum CARLOS?



- Wohnen „im Grünen“
- Klassischer ÖV überfordert
- Komfortansprüche der Kunden wachsen

Was ist CARLOS?



- Spontane Mitnahme
- Kurze Distanzen (<20km)
- Spezifische Startpunkte
- Keine Registration
- Keine Reservation

Wie funktioniert CARLOS?



- Gehen Sie zum nächsten CARLOS-Startpunkt
- Wählen Sie Ihr Fahrziel
- Bezahlen Sie Fr. 2.- (bar/CASH)
- Entnehmen Sie das Ticket
- Fahren Sie mit
- Übergeben Sie das Ticket dem Fahrer / der Fahrerin

Warum funktioniert CARLOS?



- Fahrziel ist gut sichtbar
- Klare Entscheidung für Mitnahme
- Bis zu drei Fahrziele gleichzeitig

Ist CARLOS sicher?



- Passagier und Fahrzeug werden per Video aufgezeichnet
- Jede Mitfahrt ist versichert
- Frauen können wählen nur von Frauen mitgenommen zu werden.

Was bekommt der Fahrer?



- Der Fahrer bekommt das Ticket vom Mitfahrer
- 10 Tickets ergeben einen REKA-Check von Fr. 10.-
- Ergo: Pro Mitfahrt Benzin für Fr. 1.-

Was sonst bietet CARLOS?



- Bus- und Bahnfahrpläne abrufen
- Ein Taxi rufen
- Die Leitstelle anrufen
- Werbung, Kinoprogramm ansehen

«CARLOS ist Teil des Öffentlichen Verkehrs.»

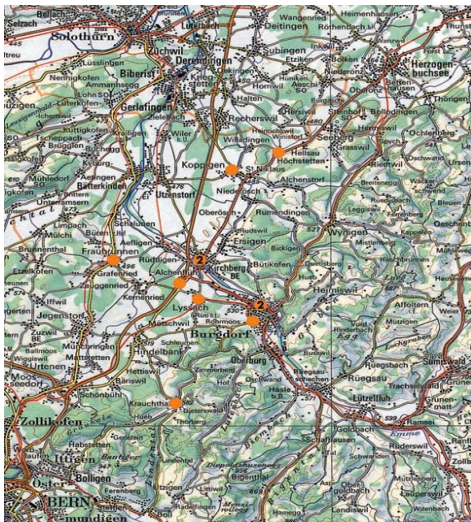
Warum stärkt CARLOS den ÖV?



- CARLOS wirkt als Zubringer zum ÖV
- CARLOS ergänzt den ÖV in Schwachlastzeiten
- CARLOS macht den ÖV insgesamt zugänglich

«Mit CARLOS entsteht eine Mitfahrkultur.»

Der CARLOS Pilotversuch



- Seit April 2002
- Region Burgdorf
- Ländlich bis suburban
- Diverse Typen von Strassen

Erste Resultate



- Positive Reaktionen
- Hohe Akzeptanz
- Hohes Vertrauen
- Geringe Benutzung

Wissenschaftliche Begleitung



- Sozialpsychologie (Uni Zürich)
- Ökologie, Energie (Uni Bern)
- Systembetrachtung (Interface Luzern)
- Ökonomie (Dr. Greuter)

Nutzung und Wartezeiten



- 1500 Fahrten in 6 Monaten
- Durchschnittliche Wartezeit: 7 Minuten
- 50% aller Mitfahrer warten weniger als 4 Minuten
- Praktisch gleiche Wartezeiten Tag und Nacht

Folgerungen

Warum nicht mit CARLOS?

*Durchschnittliche Wartezeit:
7 Minuten*

RM
Regionalverkehr Mittelland

Fließband-Mitnahmesystem CARLOS
Ihre ÖV-Begleitung in der Region bis prof. 24h am
Tag, 7 Tage in der Woche
Web: gratis-testen.www.carlos.ch

- Spontane Mitnahme wird akzeptiert und kann funktionieren
- Die soziale Dynamik ist kritisch
- Das Marketing ist essentiell

Zukunft



- Breite Marketing-Massnahmen
- Technische Weiterentwicklung
- Tests in anderen Umfeldern und mit anderen Synergien



«Mitfahrssysteme sind eine Chance für ÖV und MIV.»



Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

OO **IG VELO**
SCHWEIZ

3. Berner Verkehrstag, 16. Mai 2003

Velostationen

bfm

büro für mobilität ag



Der Kunde ist König?

Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz





Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Funktionen einer Velostation



- Effiziente Übergangsbereiche zwischen Mobilitätsprodukten
- Optimale Abstellmöglichkeiten
- Serviceangebote



Die Angebote

Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Velostation Burgdorf	
Öffnungszeiten:	Mo - Do: 05.00 - 00.35 Uhr Fr - Sa: 05.00 - 01.35 Uhr Sonn- u. Feiertage: 06.00 - 24.00 Uhr
Preise:	Tageskarte: Fr. 2.-- 12er-Abo Fr. 12.-- Monats-Abo: Fr. 17.-- Jahres-Abo: Fr. 165.--
zusätzliche Dienstleistungen:	Velo-Reinigung Velo-Check Velo-Recycling Ordnungsdienst Velo-Vermietung Hauslieferdienst Flyer-Vermietung Velo-Reparaturen Anhängervermietung
Anzahl Plätze:	200 Velos
Postadresse:	Velostation Burgdorf Beim Bahnhof 3400 Burgdorf
Trägerschaft:	IG Velo Burgdorf Postfach 3400 Burgdorf
	Kontakt Velostation: Herr Dan Ammon 3400 Burgdorf Tel. 034 / 423 23 80 Fax. 034 / 423 43 50 E-mail-Adresse Situationsplan
	 Bewachte Velostation Burgdorf Website >

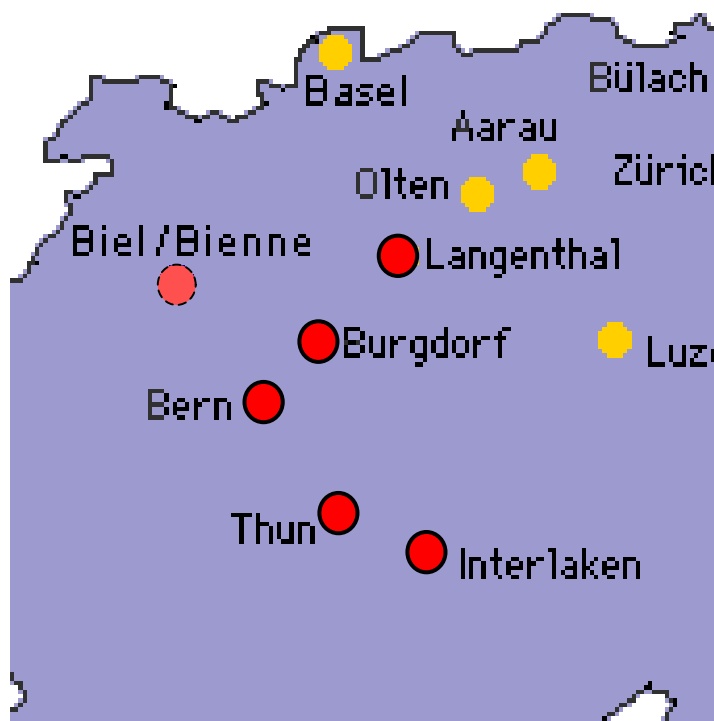


- **Bewachung**
- **Velo-Reinigung**
- **Velo-Reparaturservice**
- **Velo-Vermietung**
- **Ordnungsdienst**
- **Logistik Hausliefer und -
kurierdienst**
- **Annahmestelle für
Recyclingprodukte**
- ...



Ein Anfang im Kt. Bern ...

Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz



	Best. Plätze in Velostationen
Bern	360
Biel	(400)
Burgdorf	200
Interlaken	300
Langenthal	105
Thun	225
	1190
Weiterer Bedarf	5000



Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Bau und Betrieb hängen heute an der Fürsorge

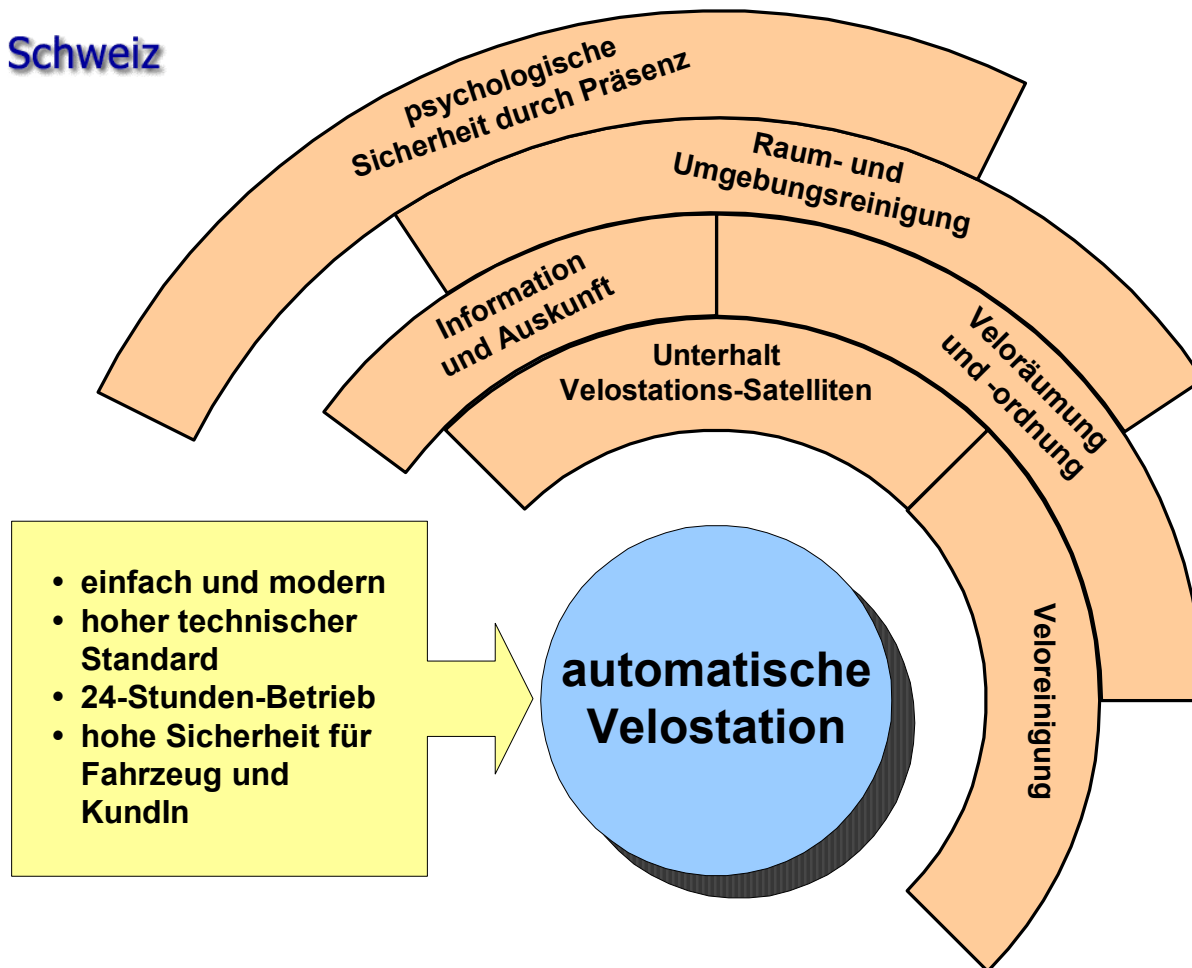


- Nutzungskonflikte
- unakzeptable Lage
- tiefer Anlagestandard
- ungünstige Öffnungszeiten
- ungeklärte Zuständigkeiten
- Personalqualität
- nur Jahresfinanzierung



Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Struktur künftiger Velostationen

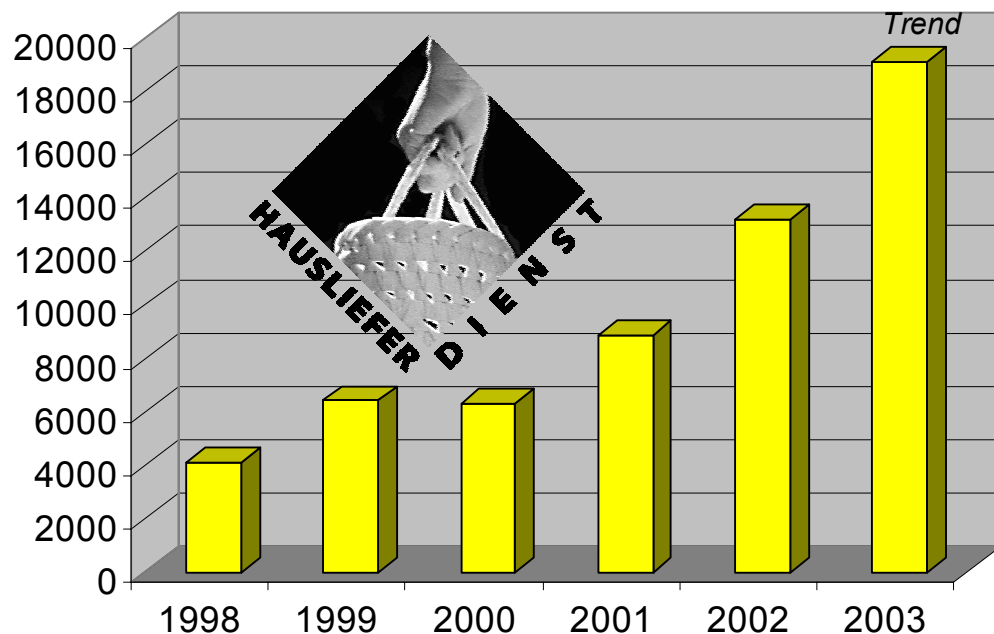




Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Velostationen bieten Synergien und Versuchsfelder

Gratis-Hauslieferdienst
der Bewachten Velostation Burgdorf



- 1'000 Haushaltungen nutzen den HLD
- 21% verzichten auf den Kofferraum
- Multiplikation durch Führungen



Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Erfolgsfaktoren für die Realisierung von Velostationen



- **Gutes Mobilitätsklima in der Stadt**
-> operative Versuchsfelder
- **Know How**
-> kundenbezogene und zeitgemässe Anlagen
- **Unternehmer**
-> kundengerechte Strategien und Betriebsführung
- **Finanzielles Engagement der öffentlichen Hand**



Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

40 Millionen Franken für Velostationen



- In mind. 10 Bahnhöfen
- Im Kanton Bern
- Für 10'000 Pendler
- In 10 Jahren



Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Die Bedürfnisse sind für den Kanton Bern nicht neu

Arbeitshilfe P+R/B+R des AGR vom Juni 1995:

An den Haltestellen des öffentlichen Verkehrs werden P+R-Anlagen für Velos unterstützt

...

50% an die Erstellungskosten, aber höchstens Fr. 150.- pro Abstellplatz im Freien bzw. Fr. 250.- pro Abstellplatz in geschlossenen Anlagen.

Für Velostationen können spezielle Ansätze angewandt werden.

- Richtplan 02
- Bernische Verkehrspolitik 00
- Massnahmenplan Luftreinhaltung 02
- Berner S-Bahn Siedlung 92
- ESP-Programm 99
- Leitbild Veloverkehr
- Arbeitshilfe P+R/B+R des AGR vom Juni 1995



Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

Wer bringt den Stein ins Rollen?



Infrastrukturkosten:

- 20 % Bund
- 20 % KTU
- 30 % Kanton
- 30 % Gemeinde

Betriebskosten:

- 100 % Gemeinde



Adressen

Koordinationsstelle
Velostationen Schweiz

**IG VELO**
SCHWEIZ

Koordinationsstelle Velostationen Schweiz
c/o IG Velo Schweiz
Dr. Christoph Merkli
Bollwerk 35, 3001 Bern
031 318 54 11
www.velostation.ch / info@igvelo.ch

Beratung:
Büro für Mobilität AG
Aarberggasse 8, 3011 Bern
Martin Wälti
031 311 93 63
www.bfmag.ch / martin.waelti@bfmag.ch

Mobility:

Komfort kann Nachhaltigkeit bedeuten

Mobility

Mobility

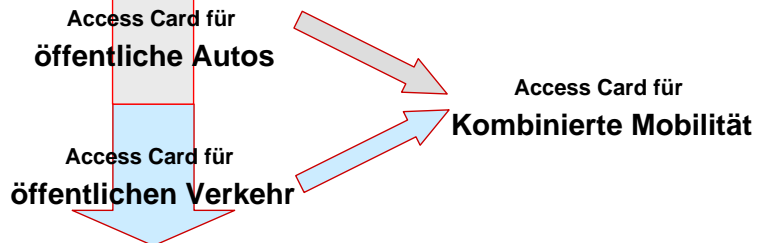
Mobility ist die individuelle Mobilität mit „öffentlichen“ Autos:

- Stundenweise
- In Selbstbedienung
- Massgeschneidert
- Überall

So einfach geht`s:

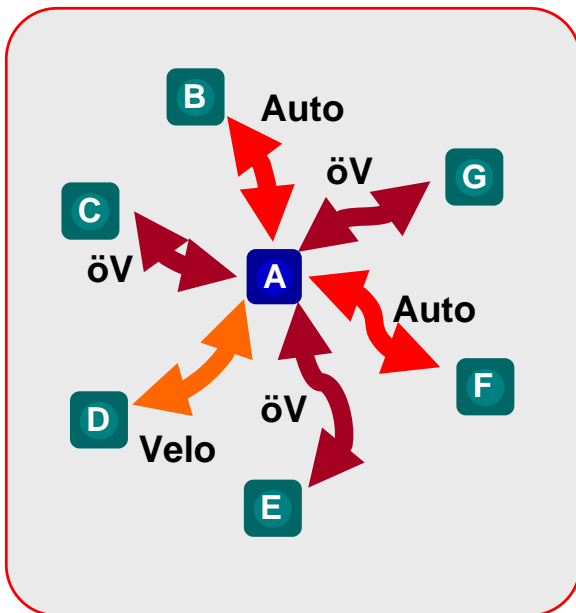


Verkehrsmittel massschneidern...



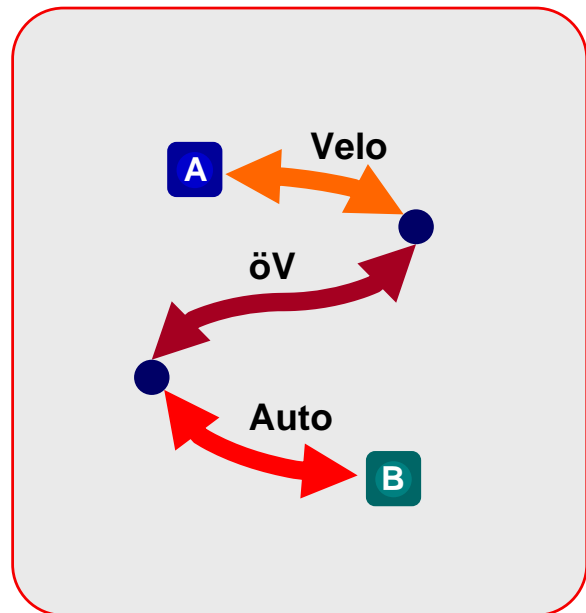
... und kombinieren!

einmal dies und einmal jenes



Ideal im Agglomerationsverkehr

dies und jenes



Ideal auf lange Distanzen

Business CarSharing

Einfach rechnen



Drei Angebote:

Basic

+1710 Fahrzeuge für Geschäftsfahrten

Plus

+1710 Fahrzeuge für Geschäftsfahrten

+Einzelne Fahrzeuge zu individuellen reservierten Zeiten

Master

+1710 Fahrzeuge für Geschäftsfahrten

+Einzelne Fahrzeuge zu individuellen reservierten Zeiten

+Mobility-Auto am Firmensitz

Business CarSharing-Beispiele

Unternehmen

- Gauer Itten Messerli Architekten AG, Bern
- Die Schweizerische Post, Bern
- Siemens Schweiz AG, Zürich

Immobilien

- Kraftwerk 1, Zürich

Öffentliche Hand (Anwender und Förderer)

- Gemeinden
- Kantone, Städte
- BFE

Carmanagement

- Amstein+Walthert, Zürich

Beispiel Kraftwerk 1

Idee Kraftwerk 1

- Bewohnerinnen und Bewohner Mobilitätslösung vor Wohnungsbezug anbieten (Mehrwert)
- Reduktion Parkplätze, höhere Qualität des Aussenraums
- Bessere Grundstücks- und Gebäudeausnutzung
- weniger Verkehrslärm

Idee Mobility

- Neue Zielgruppen-Erschliessung
- Verhaltensänderung
- Optimierung Infrastruktur (Standorterweiterung)
- Neue Gebiete, Ortschaften mit CarSharing erschliessen

Beispiele Amstein+Walthert

Problematik

- Durch Umzug nur noch 20 Parkplätze (bisher 70 Parkplätze)

Lösungsansatz Mobility

- 10 smarts exklusiv für Amstein+Walthert (Brand A+W; operated by mobility)
- Es stehen noch 1710 weitere Autos schweizweit zur Verfügung
- Kombinierte Mobilität möglich

Beispiel Gemeinde Kriens (LU)

Gemeinde als Anwender

- Die Gemeinde Kriens nutzt Business CarSharing um die Mobilitäts-Bedürfnisse abzudecken.

Gemeinde als CarSharing-Förderer (Multiplikatoren)

- Förderung der Kombinierten Mobilität mit Mobility in den Kommunikationskanälen der Gemeinde.
- Die Gemeinde als „Business-Kundin“ wirbt bei Unternehmen für die Kombinierte Mobilität.
- Die Gemeinde stellt kostenlos oder günstig Parkplätze an zentralen Orten als CarSharing Standort zur Verfügung.

Komfort dank Business CarSharing

Flexibel

- Autopalette zur Auswahl (vom Zweiplätzer bis Transporter)
- Fahrzeuge nach Tagesbedarf wählbar
- 1710 Fahrzeuge an 980 Standorte in der ganzen Schweiz

Bequem

- Per 24h Dienstleistungszentrum, Internet oder ARS buchen
- Keine eigene Fahrzeugadministration- und Unterhalt
- Kein Standplatzproblem
- Einfache Kombination mit dem ÖV
- Auto bereits am Arbeitsplatz, ohne Pendlerstau

Transparent

- Detaillierte Monatsrechnung (exakt pro Kostenstelle)
- Transparenz Autokosten

Komfort kann nachhaltig sein

- ➔ Pro Person durchschnittlich 2000km/y weniger MIV
- ➔ Pro Person durchschnittlich 1600km/y mehr Umweltverbund (+1'200km ÖV)
- ➔ Zunahme ÖV-Nachfrage v.a. ausserhalb der Stosszeiten (Geschäftsfahrten +24%, Freizeitfahrten +5%)
- ➔ Abbau von 20% Auto-Fahrleistung in den ersten 2 Jahren Kundschaft
- ➔ Deutlich weniger Kurzstrecken: <10km vorher 68%, nachher 52% <3km vorher 30%, nachher 15%

Visionen übermorgen Realität?

Jeder Mobilitätsanbieter kann die gesamte Palette der Verkehrsmittel verkaufen.

Die Verkehrsteilnehmenden surfen von Verkehrsmittel zu Verkehrsmittel, je nach Fahrtzweck und momentaner Situation.

Das Handy gibt ihnen ortsspezifisch die möglichen Verbindungen zur Auswahl (schnellste, günstigste, umweltfreundlichste).

Sie entdecken dabei laufend neue Anwendungsformen der kombinierten Mobilität und somit Zeitgewinn bei Kosteneinsparungen.

Der Verkehrs-Kosmos Schweiz funktioniert.

Kontaktadresse

Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Abteilung Partner & Produkte

Mobility CarSharing Schweiz

Jürg Emmenegger

Gütschstrasse 2

6000 Luzern 7

Telefon 041 248 21 22

E-mail j.emmenegger@mobility.ch

Abteilung Verkauf

Monika Duschek

Telefon 041 248 21 36

E-mail m.duschek@mobility.ch

**Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

3. Berner Verkehrstag

Freitag, 16. Mai 03
Bern, Kursaal

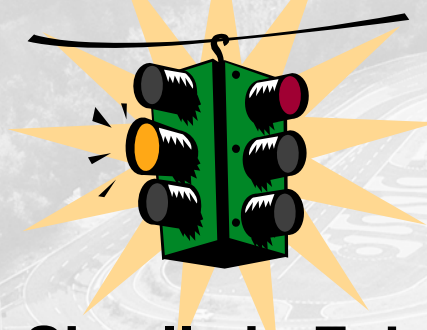
Eco-Drive® - sparen beim Gas geben



Peter Koch, Geschäftsführer
www.veltheim.com



Mein Ziel ...



...dass Sie alle in Zukunft mit
höherer \emptyset -Geschwindigkeit und
10 - 15% weniger Treibstoffverbrauch
sicherer und materialschonender
von A nach B fahren!



Voraussetzung

dazu ist das Einhalten der ...

...vier goldenen Eco-Drive® Regeln

- **Fahren im höchstmöglichen Gang**
- **Zügig beschleunigen**
- **Früh hochschalten** - spät herunterschalten
- **Vorausschauend und gleichmässig fahren**

Frühzeitig richtig schalten





Verschiedene Drehzahlen

Toyota Corolla 1600

Drehzahl	Verbrauch	Mehrverbrauch
1000/min	1,1 l / h	
2000/min	2,2 l / h	+ 100 %
3000/min	3,1 l / h	+ 41 %
4000/min	4,3 l / h	+ 39 %
5000/min	5,9 l / h	+ 37 %

Gangwahl und Fahrgeschwindigkeit



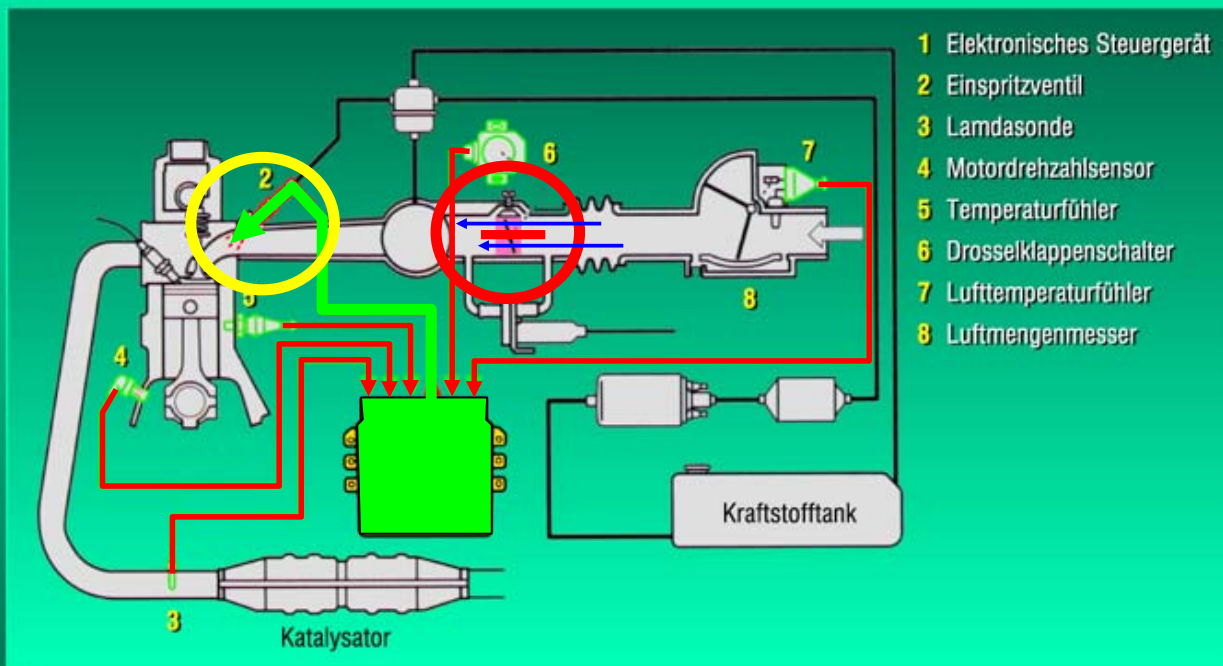


Fahren mit 30 km/h

in der Ebene

Gang	Drehzahl	Verbrauch	Mehrverbrauch
2.	2000/min	8,2 l/100 km	
3.	1400/min	7,1 l/100 km	- 13 %
4.	1050/min	4,5 l/100 km	- 37 %
5.	950/min	3,9 l/100 km	- 13 %

LU-Jetronic Benzineinspritzung





Fahren mit 40 km/h

in leichter Steigung

Gang	Drehzahl	Verbrauch	Mehrverbrauch
2.	2850/min	13,6 l/100 km	
3.	2000/min	11,6 l/100 km	- 15 %
4.	1400/min	10,6 l/100 km	- 9 %
5.	1200/min	10,3 l/100 km	- 3 %

Verbrauchskennlinien



3/4 Gas

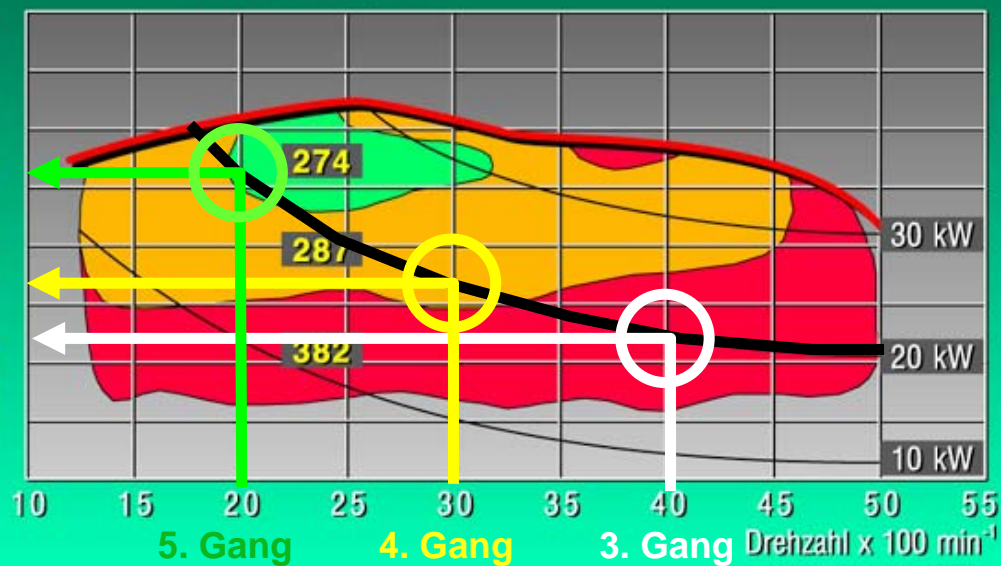


1/2 Gas



1/4 Gas

Verbrauch in g/kWh



Richtige Bergfahrt mit 60 km/h



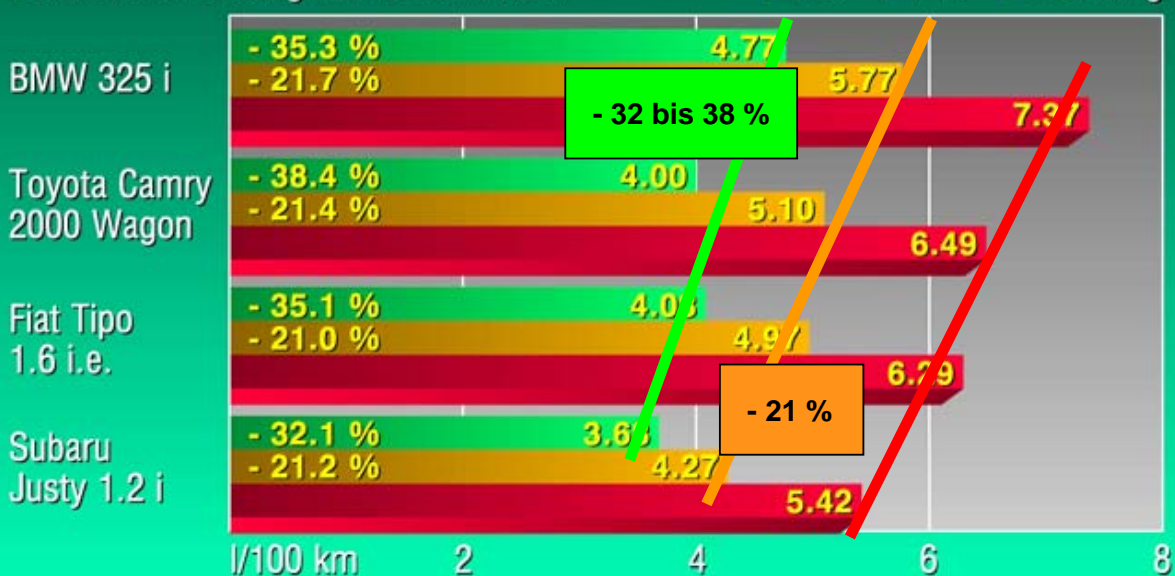
Gaspedal	Personenwagen			Lastwagen		
	Gang	Drehzahl /min	Verbrauch /100km	Gang	Drehzahl /min	Verbrauch /100km
 3/4 Gas	5	1300	9.8 l	8	1200	25.8 l
 1/2 Gas	4	1500	11.5 l	7	1600	30.7 l
 1/4 Gas	3	2200	13.1 l	6	2200	33.3 l

Konstantfahrt bei 50 km/h (Benzinmotoren)



Verbrauchsmessung EMPA Dübendorf

■ 5. ■ 4. ■ 3. Gang





Fallstudie Canon (Schweiz) AG

vormals Walter Rentsch AG

Vom Nutzen des Energiesparens im Verkehr

Das Veltheim DC hat 350 Servicefahrer in der Eco-Drive®-Fahrweise geschult

- **Vorteil 1:** **Einsparung 6.1 % nach 1 Jahr = Fr. 15'000**
- **Vorteil 2:** **weniger Unfälle**
 22 % mehr Kilometer pro Unfall
 35 % Abnahme der Unfälle
 28 % weniger selbstverschuldete Unfälle
- **Vorteil 3** **Reduktion der Luftschadstoff-Emissionen**
 - 50 % CO
 - 31 % Kohlenwasserstoff
 - 23 % Nox



Treibstoff-Einsparungen

1. Januar 2002 - 31. Dezember 2002

Das Veltheim Driving Center hat im vorgenannten Zeitraum bei nachfolgend aufgelistete Produkten zu dargestellten Einsparungen in TJ beigetragen.

Produkt	Total Kurse	Teilnehmer	Total Outcome	
			TJ/a	tCO2/a
Grundkurs	32	425	18.71	1'253
Instruktion	220	22'200	78.61	5'263
WK Simulator	6	316	24.55	1'643
Simu-Demofahrt	11	10'821	11.11	745
Sonderveranstaltungen	12	10'062	2.86	193
Eco-Trainer/Coach	2	20	0.34	23
Total	283	34'844	136.18	9'120

Die Outcome-Resultat 136.18 (66.78) konnte gegenüber dem Vorjahr um 104 % gesteigert werden!

Laut INFRAS entsprechen die vorgenannten Werte einer Einsparung von 3'000 t Benzin!

Das sind rund

3 Millionen Liter Benzin



Bisherige Wirkung

Evaluation der Eco-Drive®-Kurse auf der Strasse und im Simulator

Büro für raum- und Umweltplanung, Dr. rer. Pol. D. Hornung, Bern
Im Auftrag des Bundesamtes für Energie, Oktober 2000

Auswertung Strasse	Eco-Drive-Kurs Strasse	Nichtabsolventen Eco-Drive-Kurse	Differenz in %
Durchschnittsverbrauch in /100km	6.29	7.12	- 11.70
Durchschnittsgeschwindigkeit	48.21	47.02	+ 2.53
Eco-Kennzahl	7.68	6.63	+ 15.80
Schaltvorgänge	30.20	38.20	- 20.90

Auswertung Simulator	Eco-Drive-Kurs im Simulator	Nichtabsolventen Eco-Drive-Kurse	Differenz in %
Durchschnittsverbrauch in /100km	6.29	7.58	- 17.00
Durchschnittsgeschwindigkeit	48.51	48.00	+ 1.10
Eco-Kennzahl	7.74	6.36	+ 21.70
Schaltvorgänge	26.70	40.0	- 33.30



**Geben Sie in Zukunft viel Gas,
aber....
.....in einem hohen Gang.
(max. 2'500/min.)**

**Besten Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.**

Weitere Informationen

Veltheim Driving Center, Postfach 35, CH-5106 Veltheim

Tel. + 41 62 887 70 00
FAX + 41 62 887 70 10
E-Mail + info@veltheim.com
Internet + www.veltheim.com



Telematik am Beispiel Verkehrslenkung auf der A1



Viktor Ruch, Tiefbauamt des Kantons Bern

INHALT

- ***Begriffe***
 - ***Projekt***
 - ***Kosten***
 - ***Wirkung***
 - ***Folgerung***

BEGRIFFE

Strassenverkehrstelematik

Technologien der

- Telekommunikation
- Informatik

Zweck :

- **Erhöhung Verkehrssicherheit**
- **Optimierte Nutzung der Infrastruktur**
- **Effiziente Verkehrsabwicklung**

BEGRIFFE

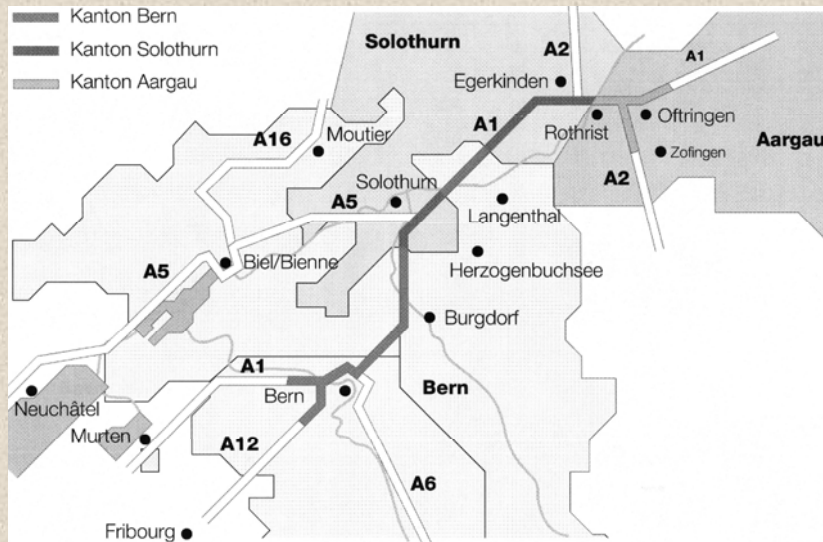
Verkehrsmanagement und Betrieb	Verkehrsbeeinflussung Strassenverkehr	Beeinflussung des fließenden Verkehrs	Verkehrslenkung: Koordinierte Massnahmen auf Knoten und Strecken zur Lenkung des Verkehrs im Netz .
		Beeinflussung des ruhenden Verkehrs	Verkehrsleitung: Massnahmen zur sicheren, flüssigen und wirtschaftlichen Abwicklung der Verkehrs auf einer Strecke .
			Verkehrsregelung Knoten
	Management der Fahrberechtigung	Verkehrsregelung Objekte	
		Parkraumbewirtschaftung	
		Parkleitsystem	
		Management der Zufahrtberechtigung	
	Verkehrsüberwachung	Automatische Verkehrsüberwachung (Monitoring)	Management der Fahrstreifenbenützungsberechtigung
			Fahrberechtigung für City-Logistik
			Ausnahme- und Gefahrguttransporte
Betrieblicher Unterhalt der Strasse	Störungsmanagement	Management der Zufahrtberechtigung	
		Management der Fahrstreifenbenützungsberechtigung	
		Überwachen der Verkehrssituation auf dem Strassennetz über Echtzeiterfassung und Auswertung von Daten bezüglich Verkehrsmenge und Zusammensetzung, Wetterverhältnissen und anderen für den Strassenverkehr massgebenden Bedingungen	

Quelle : SVT Leitbild 2010, UVEK

PROJEKT

VerkehrsBeeinflussungsSystem VBS 01

Perimeter



PROJEKT

VerkehrsBeeinflussungsSystem VBS 01

Entstehung

- Verkehrsbelastung
- Bedürfnisse Expo.01 (später Expo.02)
- Verkehrslenkung Schweiz

Ziele

- Optimierung des Verkehrsflusses
- Erhöhung der Verkehrssicherheit
- Bessere Information der Verkehrsteilnehmer
- Verbesserte Verkehrsüberwachung
- Nutzen für Dritte (Viasuisse u.a.)
- Überprüfung durch Wirksamkeitsuntersuchungen

[Nutzen : Kosten ~1.4]

PROJEKT

VerkehrsBeeinflussungsSystem VBS 01

Mittel

- Variable Geschwindigkeitsanzeigen



- Gefahrensignalisation



- Wechseltextanzeigen



A1 Ausfahrt
Bern – Forsthaus
gesperrt

- Verkehrsfernsehen,
Ereignisdetektion



WECHSELTEXTANZEIGE



KOSTEN

Phase	Infrastruktur [Mio. Fr.]	Betrieb pro Jahr [Mio. Fr.]	Bemerkungen
Projekt VBSexpo01	57	1.5	Anteile BE 50 % Anteile SO 30 % Anteile AG 20 %
	0.5 *		* pro Querschnitt mit Wechseltextanzeige
Projekt VBS 01	15	0.5	1999
Realisierung VBS 01	16	0.4	Anteile BE 38 % Anteile SO 42 % Anteile AG 20 %
	0.45 *		* pro Querschnitt mit Wechseltextanzeige

KOSTEN

Vergleiche

Projekt VBS expo 01	Realisierung VBS 01
14 Wechseltextanzeigen	15 Wechseltextanzeigen
---	Wechselwegweisung "Belchen"
Geschwindigkeitsanzeigen alle 1.5 km	---
Gefahrensignalisation alle 1.5 km	Gefahrensignalisation alle 4.5 km (Luterbach – Wiggertal)
Verkehrsfernsehen alle 1.5 km inkl. -erfassung	Verkehrsfernsehen alle 4.5 km inkl. -erfassung
Verknüpfung mit Systemen (Glatteis, Tunnel, VSM Bern)	---
Integration VBS Grauholz	---

WIRKUNG

Untersuchungsbereich	Wirkung		Bemerkung
Geschwindigkeitsverhalten	Δv Messquerschnitt: - 5 km/h		geprüft mittels "Andere Gefahren"
Verkehrssicherheit	Auswertung 2004		Unfallgeschehen
Leistungsfähigkeit	Kaum wirksame Beeinflussung		Fehlende Geschwindigkeitsanzeigen
Stausituation	Kaum wirksame Beeinflussung		Nicht geprüft
Verkehrslenkung, Routenmanagement	Expo-Parking	+Wahrnehmung - Beachtung	Befragungen
	Belchen	+ Beachtung	Messungen
Verkehrsleitung	Gefahrenanzeige	+ Beachtung	Befragungen
Verkehrsüberwachung	Positiv: • Wechselwegweisung • Ereignisdetektion • Fernsehen		Befragung Betriebspersonnal

FOLGERUNG

Erfolgreiche Verkehrstelematiksysteme

bedingen für

Nutzer

- ✓ Einfache und plausible Anzeigen
- ✓ Übung

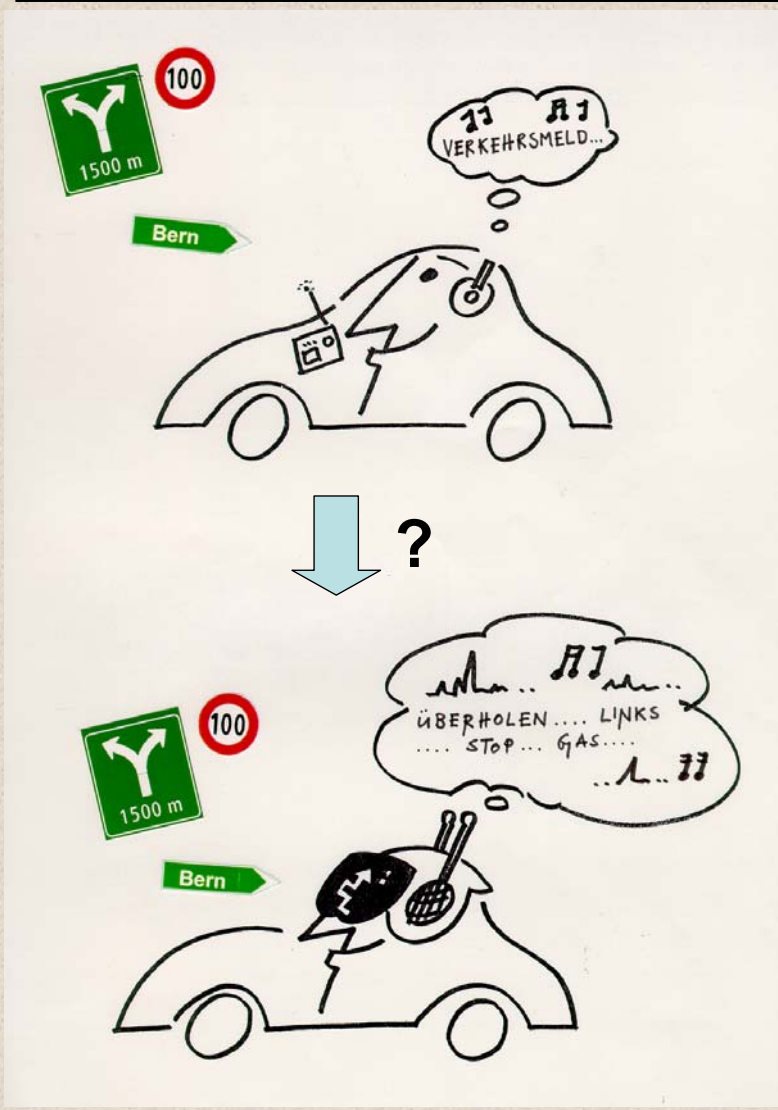
Betreiber

- ✓ Automatisierte Verkehrserfassung
- ✓ Zweckmässige Beeinflussungsmittel

Erbauer

- ✓ Klare Zielsetzung
- ✓ Kosten – Nutzen - Analyse

AUSBLICK



NewRide

Das Programm für nachhaltige Mobilität

16. Mai 2003

Heidi Hofmann, IKAÖ Universität Bern
Jürg Kärle, Kärle Marketing, Bern



NewRide

- Programm NewRide
- Modul 1: Elektro-Zweiräder
- Modul 2: Mobilitätsmanagement
- Fazit und Ausblick



NewRide

Modul 1: Förderung des Einsatzes von energieeffizienten Fahrzeugen

Modul 2: Mobilitätsmanagement für Betriebe

NewRide: Modul 1

Elektro-Zweiräder (E-Bikes und E-Scooters) sollen als energieeffiziente Fahrzeuge in der breiten Bevölkerung als Fortbewegungsmittel etabliert werden.

Auswirkung auf das Mobilitätsverhalten:
Angestrebt wird die Verlagerung von Fahrten vom Auto und benzinbetriebenen Motorrad /Mofa auf Elektro-Zweiräder.

NewRide: Modul 1

Effekte auf das Mobilitätsverhalten

(aus Projekt E-TOUR):

- Mit den E-Bikes werden Ø 1800 - 2300km/J zurückgelegt, wobei die Fahrleistungen mit den herkömmlichen Motorfahrzeugen pro Haushalt um rund 660km/J abnehmen.
- E-Scooters legen Ø 2500 km/J zurück; Abnahme der Fahrleistung der herk. Fzg pro HH von rund 900 km/J.
- Einsatz von neuen Fahrzeugen führt zu einem bewussteren Umgang mit der Mobilität ganz allgemein

NewRide: Modul 1

Operatives Ziel ist die Unterstützung der Markteinführung und der Diffusion durch:

- Unterstützung von Herstellern, Importeuren und Händlern
- Koordination von Aktivitäten in Gemeinden, Betriebe
- Schaffung Synergien, Aufbau eines Netzwerkes aller interessierter Akteure
- Qualitätssicherung durch Labelfunktion

NewRide: Modul 1

Resultate:

- + Bekanntheit
- + Engagement der Hersteller / Importeure
- + 200 Händler in der CH
- + Lokale Netzwerke
- E-Scooters
- Betriebe

NewRide: Modul 1

Fazit:

- NewRide als Pilot- und Demonstrationsprojekt: Brücke zwischen Forschung/Entwicklung und Markt
- Elektro-Zweiräder als Symbol für moderne, nachhaltige und alternative Mobilität

NewRide: Modul 1

Ausblick:

- Fahrzeugangebot
- Händler-Kompetenz
- Lokale Netzwerke
- Integration in Verkehrs-, Energie- und Umweltpolitik
- Synergien mit weiteren innovativen Projekten nutzen

NewRide: Modul 2

Mobilitätsmanagement für Betriebe

Produkt:

- a) Self-Rating als Standortbestimmung zur verkehrsmässigen Lage eines Betriebes
- b) NewRide-Mobilitäts-Label als Zusatzmodul
- c) Zugang zu weiteren nachhaltigen Verkehrsmassnahmen/-produkten
- d) Beratung/Begleitung

NewRide: Modul 2

Mobilitätsmanagement für Betriebe

Ziele:

- Thematisieren der Mobilität in Firmen
- Einfacher Zugang zu Mobilitätsmassnahmen sichern
- Einleiten konkreter Massnahmen zur Verbesserung der Firmenmobilität

NewRide: Modul 2

Mobilitätsmanagement für Betriebe

Vorgehen:

- Pilotphase: Sommer - Herbst 2003
- 30 Betriebe im Kanton Bern
- In Abklärung: Kantone BS, ZH und LU

NewRide - das Programm für nachhaltige Mobilität

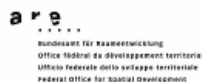
Ausblick

- NewRide Elektro-Zweiräder
- Mobilitätsmanagement für Betriebe
- NewRide Veranstaltungen/Anlässe
- NewRide Sportverkehr
- weitere Produkte

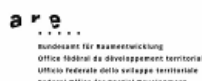
Ausgangslage:

- Freizeitverkehr macht rund 60% des Privatverkehrsaufkommens aus
- rund 10% des Freizeitverkehrs steht in direktem Zusammenhang mit dem aktiven Sporttreiben (individuelles Training, Training und Wettkämpfe in Gruppen, ungebundener Sport etc.)
- zum organisierten Sport bestehen auf Grund der verschiedenen staatlichen Unterstützungsleistungen gute Kontakte zwischen dem kantonalen Sportamt und den Sport-Trägerschaften

--> die Verbindungen zu diesen Nachfragern sind zu nutzen



1



2

Zielsetzungen

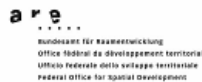
- Reduktion der negativen Auswirkungen des motorisierten Verkehrs im Sportverkehr
- vermehrte Benutzung des öffentlichen Verkehrs und des Langsamverkehrs
- Fokus auf einzelne Zielgruppen (Heterogenität des Sports!)
- Effizienter, praxis-orientierter Vollzug von Projekten und Massnahmen im Kanton Bern
- enge Zusammenarbeit mit den Akteuren im Bereich Sport und Verkehr
- Leistungskontrolle zur Überprüfung der Wirksamkeit der Massnahmen
- Kanton Bern als Pilotgebiet, Ausbaufähigkeit auf andere Kantone/ganze Schweiz

Projektdauer

2002 bis 2005, 4 Jahre

Budget

ca. Fr. 200'00.- /Jahr

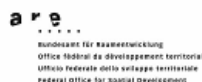


3

Übersicht

1 PROJEKT
- 4 TEILPROJEKTE

WAS?	PROJEKT <i>BEWEGT INS TRAINING</i>	SENSIBILISIEREN + INFORMIEREN VON LEITENDEN	INFORMIEREN + BERATEN VON VERANSTAL- TENDEN	PLANUNG BEGLEITEN + BERATEN VON TRÄGERN DER SPORT- INFRASTRUKTUREN
WIE?	WETTBEWERB MEDIENARBEIT	AUS- UND FORTBILDUNG J+S	VERKEHRSTIPPS FÜR SUBVENT. ANLÄSSE	ERSCHLIESSUNGS-/ PARKIERUNGS- ASPEKTE
WER?	VERBÄNDE/ VEREINE	J+S-LEITENDE	VERANSTALTENDE	GEMEINDEN UND ANDERE TRÄGER VON SPORTANLAGEN
WIE VIEL?	64/ 3'400	ca. 25'000 aktiv ca. 10'000 LK/FK ca. 2'000 / J.	ca. 200 / J. ca. Fr. 700'000.-- (Beiträge)	ca. 200 / J. subventioniert mit 6-12 Mio. Fr. / J.



4

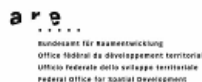
Bewegt ins Training

Bisherige Ergebnisse

- Wettbewerbsvorbereitung: Information der Berner Sportverbände, Medienkonferenz
- Wettbewerbsaufruf: Mailing an Sportvereine, Telefonaktion, Reminderkarte
- Wettbewerbsdurchführung: Info-Veranstaltungen mit teilnehmenden Vereinen, Begleitung

Weiteres Vorgehen

- Wettbewerbsdauer bis Herbst 03, Jurierung, Preisverteilung mit Medienkonferenz Okt. 03
- Projekte mit Vorbildcharakter erarbeiten
- Aktive Kommunikation der Resultate, Aufzeigen der Handlungsfelder für die Öffentlichkeit
- Weiterentwicklung der Produkte (finanzielle Anreize für alle Teilnehmenden, Nutzen der kommunalen Netzwerke)



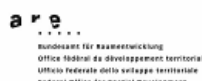
Ausbildungsmodul J+S

Bisherige Ergebnisse

- Unterrichtssequenz zum Thema „Sportverkehr“ bereitgestellt, rund 90 min. Dauer
- Testanwendung in einem J+S-FK Handball Juni 02
- Vorstellung und Diskussion des Moduls an der J+S-ChefexpertInnenkonferenz Okt. 02
- Einbau des Moduls in 6 J+S-FK (= 20% des Angebots des Kantons) im 2003

Weiteres Vorgehen

- Durchführung der Module ab März 03, enge Begleitung / Controlling
- Laufende Verbesserung des Projektes aufgrund der Erfahrungen
- Integration des Moduls ins nationale J+S-Programm



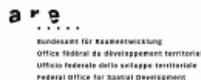
Sportveranstaltungen

Bisherige Ergebnisse

- Leitfaden für Berater der Veranstalter von mittleren und kleineren Veranstaltungen
- Broschüre Kurztipps für die Veranstalter
- Anfrage der Veranstalter für Interesse bei Beratung
- Durchführung erster Beratungen

Weiteres Vorgehen

- Aktiveres Rekrutieren von beratungswilligen Veranstaltern
- weitere Beratungen, Rückfragen für Feedback und Controlling
- Prüfung eines Rating Systems für Veranstaltungen / verknüpfen mit *new ride*



Sportanlagen

Bisherige Ergebnisse

- Beratungskonzept, Bereitstellung von Unterlagen
- Durchführung einer Pilotberatung
- Artikel im KPG-Bulletin, welches sich an alle Gemeinden des Kantons Bern richtet
- Prüfung der aktuellen Subventionsgesuche von Bauherren von Sportanlagen
- Durchführung Beratung

Weiteres Vorgehen

- Entwicklung eines neuen Produktes, Rating System
- Musterplanung durchführen, geeignetes Objekt akquirieren





Kontakte

Programmleitung

Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion des Kantons Bern, Ruedi Meier, ruedi.meier@bve.be.ch
in Zusammenarbeit mit Erziehungsdirektion des Kantons Bern, Amt für Sport

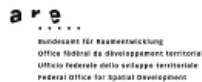
Mobilitätstipps für Veranstalter, Verkehrsberatung rund um Sportanlagen

B+S Ingenieur AG, Walter Schaufelberger, Bern, w.schaufelberger@bs-ing.ch



Kampagne mit Wettbewerb „Bewegt ins Training“, Verkehrs-Know-How für J+S-Leitende

BRO AG, Stefan Maissen, Therwil, st.maissen@bro.ch





Schweizer Alpen-Club SAC
Club Alpin Suisse
Club Alpino Svizzero
Club Alpin Svizzer



Alpen retour - Mobilitätskampagne des SAC

Heikle Gratwanderung, steiniger Weg

Referent: Dr. Jürg Meyer, Umweltbeauftragter des SAC

Einleitung und Ausgangslage

Wie der Bergsteiger zum Berg kommt

Alle wissen wir es heute: der Freizeitverkehr macht schon über 50% des gesamten Verkehrsaufkommens in der Schweiz aus, Tendenz zunehmend. Und von den insgesamt rund 100 Milliarden Personenkilometern (Pkm) pro Jahr dafür werden rund 2/3 mit dem PW zurückgelegt. Damit ist der Freizeitverkehr zu einem hoch relevanten ökologischen Faktor in unserem Lande geworden.

Was den Bergsport anbelangt, so brachte eine Diplomarbeit des Umweltingenieurs Florian Hug¹ 1997 ans Licht: der entscheidende ökologische Faktor beim Bergsteigen ist nicht etwa die Ausrüstung oder die Übernachtung in der SAC-Hütte, selbst wenn dort das vom Heli hochgeflogene Essen und Trinken konsumiert wird. Denn auch so verbraucht eine Hüttenübernachtung nur etwa halb soviel Energie wie eine Nächtigung zuhause mit dem üblichen „Unterlandskomfort“. Es ist die Anreise, die durchschnittlich rund 30 mal mehr Energie verbraucht.

Nach diesem markanten Resultat doppelte der Touristikexperte Jürg Stettler in seiner Dissertation am FIF in Bern² gleich noch nach, indem er herausfand, dass unter allen Sportlern die Bergsteiger und Sportkletterer in Bezug auf ihre zurückgelegten durchschnittlichen jährlichen Wegdistanzen an dritter Stelle rangieren, nach den Auto- und Motorradsportlern, und dass dabei 3/4 mit dem PW zurückgelegt werden! Damit war der Mythos vom Natursport Bergsteigen arg angekratzt.

Wir vom SAC haben dies zum Glück schon vorher zumindest qualitativ auch so gesehen und haben 1998 eine Umfrage bei unseren SAC-Sektionen über ihr Mobilitätsverhalten bei den Sektionstouren gemacht. Die Auswertung zeigte einerseits, dass wir im SAC im Mittel schon deutlich mehr den öV benutzen (43%) als die nicht organisierten Bergwanderer und Bergsteiger, dass es aber gewaltige Unterschiede gibt zwischen Sektionen und Regionen und dass vor allem in der Romandie das Potenzial für eine markante Steigerung des öV-Einsatzes vorhanden ist.

¹ Stoff- und Energieflussanalyse für die Chamanna da Tschierva SAC. Florian Hug, 1997, Diplomarbeit ETHZ

² Sport und Verkehr. Sportmotiviertes Verkehrsverhalten der Schweizer Bevölkerung. Umweltbelastungen und Lösungsmöglichkeiten. Jürg Stettler, 1997, FIF Bern; Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Nr. 36

Im SAC-Leitbild von 1995 ist ausdrücklich festgehalten, dass eine ökologisch ausgerichtete und naturverträgliche Ausgestaltung unserer eigenen Aktivitäten hohe Priorität hat. Damit war die Ausgangslage und Motivation gegeben, im Rahmen einer eigenen Kampagne das Potenzial bei der Anreise zum Berg möglichst gut auszunützen.

Das Projekt „Alpen retour“ und seine Ziele

Schwierige Route mit etlichen Schlüsselstellen

Wir wählten ein anspruchsvolles Gipfelziel mit einer schwierigen Route aus: Wir wollen nichts weniger als den SAC zu einem nationalen Vorbild für einen ökologisch und nachhaltig handelnden Sportverband machen. Konkret wollen wir insgesamt 10% der Sektions-Pkm per PW durch öV-Kilometer ersetzen, das sind rund 1 Mio Pkm jährlich. Damit wollen wir über den Verband hinaus Vorbilds- und Signalwirkung erreichen.

Die gross angelegte Kampagne läuft 3 Jahre, heuer sind wir im dritten Jahr. Das Mitmachen ist für die SAC-Sektionen freiwillig. Es machen mehr als die Hälfte der 110 Sektionen mit.

Die Kampagne basiert auf den drei Pfeilern Sensibilisierung, ServiceAnreize, materielle Anreize.

Sensibilisierung

- **Selbstdeklaration** der SAC-Sektionen: Jede Sektion führt Buch über die Verkehrsmittelwahl bei ihren Touren. Damit können die Veränderungen quantitativ erfasst werden
- **Pilotprojekt Romandie**: Die Kampagne wurde mit ausgewählten Sektionen der Romandie begonnen, um Erfahrungen zu sammeln und der Romandie einen Vorsprung zu geben.
- **Jugendwettbewerb**: Ein kreativer Wettbewerb mit attraktiven Preisen soll die junge Generation vermehrt in die Kampagne einbeziehen.
- **Öffentlichkeitsarbeit**: Mit regelmässiger Information auf allen clubinternen Kanälen (Sektionsbulletins, zentrales Cluborgan, Intern → www.alpenretour.ch / www.alpesretour.ch)im Bewusstsein gehalten und vertieft.

Service-Anreize

- **Alpen-Fahrplan**: im Jahr 2001 wurde ein kompaktes Büchlein mit Infos zur öV-Anreise zu allen möglichen Destinationen im Berggebiet veröffentlicht (Berghütten, Tourengebiete, wichtigste Talorte, Klettergebiete, etc.)
- **Alpenfahrplan plus**: als Weiterentwicklung wird im Juni dieses Jahres eine kartenbasierte Internetplattform für die allgemeine Öffentlichkeit eingerichtet. Damit kann der Nutzer mit ein paar Mausklicken von seinem Wohnort bis zu seinem Tourenziel sämtliche Informationen zu SBB-Fahrplan, kombinierter Mobilität, Dienstleistungen sowie umfassenden Angaben zur Berghütte finden.

Name der Seite: www.alpenonline.ch / alpesonline.ch

- **Mobilitätsberatung**: die einzelnen SAC-Sektionen können eine gratis Mobilitätsberatung durch geschulte Bergführer beziehen.
- **ÖV-Tourenführer**: zusammen mit der Bergschutzorganisation „Mountain Wilderness“ wurde ein weiterer öV-Skitourenführer für die Romandie herausgegeben.

Materielle Anreize

- **SAC-Ausbildungsticket:** Für sämtliche SAC-Kurse ist die Anreise im Kurspreis inbegriffen
- **Alpenticket „Rail & Sleep“:** 2001 wurde zusammen mit den SBB das attraktive „Alpenticket“ für SAC-Mitglieder geschaffen, eine Dreitageskarte mit einer Hüttenübernachtung inbegriffen. Aus Kostengründen musste die Aktion allerdings 2002 abgebrochen werden. Wir sind derzeit am Suchen einer Alternative.

Die Kosten

Die SAC - Mobilitätsseilschaften sind vom Bund, Stiftungen und vom SAC selbst gesponsort

Vom Finanzrahmen her ist die Kampagne eines des bisher grössten Projekte des SAC. Weil der Verband die personellen Kapazitäten dafür nicht selbst aufbringen konnte, wurde die Projektleitung ausgelagert. Sie wird partnerschaftlich wahrgenommen durch das Alpenbüro Klosters (Jöri Schwärzel) und Pascal Regli, Verkehrsexperte.

Das gesamte Projektbudget über drei Jahre beträgt Fr. 541'000.-. Die Finanzierung verteilt sich wie folgt:

- | | |
|--|-----------|
| ➤ SAC eigene Mittel | 90'000.- |
| ➤ Stiftung "Save The Mountains", Zürich-Kloten | 90'000.- |
| ➤ Bundesämter (ARE, BUWAL, BfE, BAG) | 350'000.- |
| ➤ Verkehrsclub der Schweiz VCS | 10'000.- |
| ➤ Weitere | 1'000.- |

Bisherige Wirkungen, Erfolge und Misserfolge

Nach etlichen schönen Seillängen, etwas Steinschlag und einem heftigen Gewitter nach wie vor auf der Route

Insgesamt sind wir zufrieden, aber nicht begeistert vom bisher erreichten. Die Route erwies sich als heikel, wir verstiegen uns auch ein paar mal, immer mal wieder bläst uns eine steife Brise um die Ohren, hie und da gibt's auch Steinschlag und einmal gerieten wir in ein heftiges Gewitter. Konkret heisst das:

Der Ansatz, von der Basis (Sektionen & Mitglieder) her zu arbeiten (bottom up), kombiniert mit zentral gesteuerten Massnahmen (top down) hat sich bewährt. Es haben sie zahlreiche erfreulich Kontakte mit Sektionsvertretern ergeben – ein positiver Effekt für das gesamte Clubleben.

Mehr als 50% der SAC-Sektionen machen freiwillig und aktiv mit. Das ist für einen Sport- und Freizeitverband ein sehr gutes Resultat und zeigt das grundsätzlich hohe Engagement im SAC für die Umwelt. In vielen SAC-Sektionen wurde die Anreisetematik erst durch die Kampagne zu einem wirklichen Thema, über das aktiv nachgedacht wird.

Der Alpenfahrplan und sicher noch mehr Alpenfahrplan plus sind sehr gute Produkte, die auch weit über die Projektzeit hinaus Wirkung haben werden.

Einer der „materiellen Bergführer“ des „Rail&Sleep – Tickets“ ist „abgestürzt“, weil sowohl wir als auch SBB nicht von realistischen Rahmenbedingungen ausgegangen sind. Wir waren wohl zu blauäugig. Etwas mehr kühler und kritischer Pragmatismus hätte dies wohl verhindern können – wie das ja beim Bergsport überlebenswichtig ist.

Eine weitere Lehre daraus ist auch, dass wir mit dem Ticket zu wenig nicht materiellen Mehrwert verbunden haben.

Die Auswertungsarbeit der Selbstdeklaration überfordert manche Sektionen und einige „werfen das Handtuch“ → das Problem der Überforderung von Partnern ist sehr sensibel.

Die Mobilitätsberatung wurde viel weniger nachgefragt als wir erwarteten. Das hat uns etwas enttäuscht. Doch die Sektionen haben wohl eine gewisse Angst davor, dass man ihnen zu sehr „dreinreden“ wollte.

Von uns vorgesehene spielerische Elemente (etwa das so genannte „edelweiss sammeln“) wurden weitgehend nicht verstanden, nicht goutiert. Es war für den SAC nicht ein passendes Element.

Fazit und Ausblick

Neue Seilschaften gebildet, aber Gipfel noch nicht erreicht.

Wir sind im zweiten Drittel der Wandunterwegs, können die zurückgelegte Route schon etwas überblicken, spüren langsam die Müdigkeit und die diversen Blessuren, und ob wir den Gipfel tatsächlich erreichen ist immer noch nicht ganz sicher.

Wichtige Erfolgsfaktoren

- Freiwilligkeit und mix von Bottom-up und Top-down Ansatz: Die Freiwilligkeit nimmt sehr viel Druck weg, der Mix schafft mehr Motivation und Vertrauen
- Bergführer als Mobilitätsberater fanden gute Akzeptanz: Man muss anerkannte „Autoritäten“ aus dem eigenen Bereich gewinnen können
- Attraktive und professionelle Angebote sind wichtig: Der Alpenfahrplan wurde allseits hoch geschätzt, vom Alpenfahrplan plus kann dies noch mehr erwartet werden

Misserfolgskfaktoren

- „Absturz“ des Rail&Sleep Ticket: Angebote müssen realistisch und vorsichtig kalkuliert werden
- Überforderung von Sektionen: Man muss sehr vorsichtig sein, wie viel man Partnern zumuten will.
- Persönliche Kommunikation: Es ist entscheidend, wer und wie ein Projekt an die Zielgruppe kommuniziert. Da hat es bei uns Pannen gegeben.

Nachhaltige Wirkung?

Innerhalb des SAC dürften wir mit der Kampagne eine länger anhaltende Wirkung erzielen. Die sorgfältig aufgezogen Erfolgskontrolle durch die IKAÖ (Uni Bern) wird uns wertvolle Auswertungen und Resultate liefern.

Die Wirkung über den SAC hinaus kann noch nicht abgeschätzt werden. Mit Alpenfahrplan plus und einem angestrebten neuen „Alpenticket“ für die Allgemeinheit haben wir gute Chancen, solche Wirkungen zu erreichen. Aber auch ein „Nachahmefekt“ in anderen Freizeit- oder Sportverbänden kann erwartet werden.

Intelligente Fahrgastinformation an den Bushaltestellen

An etwa 60% der Haltestellen steigen regelmässig Fahrgäste zu. Diese fragen sich, wann ihr nächster Bus wirklich fährt. Dynamische Abfahrtsanzeigen befriedigen genau dieses Bedürfnis. Was sich bis anhin jedoch nur grosse Verkehrsbetriebe an einigen wenigen Haltestellen leisten konnten, lässt sich heute für alle Verkehrsbetriebe flächendeckend realisieren - dank iqube, wie das Bieler Beispiel zeigt.

In Biel wird seit kurzem übersichtlich und klar angezeigt, wohin die Reise geht und mit welcher Buslinie. Zusätzlich wird der grossen Mehrheit der einsteigenden Fahrgäste (über 90%) angezeigt, wann der nächste Bus wirklich fährt und zwar auf die Minute genau. Möglich macht's ein Netzwerk intelligenter Infowürfel - sogenannter iqubes (eikju:bs). Dank diesem neuen Fahrgastinformationssystem fühlen sich die Kundinnen und Kunden sicherer, pünktlicher und schneller bedient.

Wachsende Ansprüche der Kunden

War anfangs des letzten Jahrhunderts Reisen noch ein Privileg für einige wenige, so ist unterwegs sein heute eine Selbstverständlichkeit, für viele ein Muss. Tausende pendeln täglich von Wohnort zu Ausbildungsort, von zu Hause an die Arbeit. Nur knapp ein Fünftel dieser Fahrten wird mit dem öffentlichen Verkehr gemacht. Das Auto ist der grosse Spitzenreiter. Immer komfortabler, immer sicherer, ist der Mittelklasswagen der Konkurrent von Bus und Bahn geworden.

Wer heute mit dem öV reist, macht Ansprüche geltend. Es reicht schon lange nicht mehr, eine Buslinie von A nach B zu betreiben. Kundinnen und Kunden wollen bequem reisen, wenig warten, ungehindert einsteigen, rasch voran kommen und informiert sein.

Die Haltestelle als Informationspunkt

Im Jahr 2000 hat eine Untersuchung im Verbundgebiet Biel-Seeland-Berner Jura gezeigt, dass sich mehr als ein Drittel der Fahrgäste an der Haltestelle über das Angebot orientiert. Das zeigt, dass die Haltestelle mehr als nur ein Warteort ist, sie ist auch ein äusserst wichtiger Informationspunkt für die Kundinnen und Kunden.

Basisinformation ist an den Bushaltestellen schon seit längerer Zeit Standard. Unbefriedigend bleiben aber die Informationskanäle bei Verspätungen, Umleitungen oder Kursausfällen. Eine mündliche Information, wie wir das von der Bahn her kennen, ist im städtischen Raum schwierig denkbar. Und doch ist es entscheidend, die Kunden über die tatsächlichen Verhältnisse zu informieren. Was interessiert, ist nicht nur, wann der nächste Bus fahren sollte, sondern wann er wirklich abfahren wird. Die Wartenden wollen wissen, ob es noch möglich ist, eine Zeitung zu kaufen, einen Brief in den Kasten auf der anderen Strassenseite zu werfen oder ihren Zug am Bahnhof noch zu erwischen. Diese Lücke kann mit einem dynamischen Fahrgastinfosystem gefüllt werden.

Von der Ausschreibung zur Realisierung

Die Verkehrsbetriebe Biel haben 2000 ein Echtzeit-Informationssystem an den Haltestellen mit einem umfassenden Pflichtenheft öffentlich nach GATT/ WTO ausgeschrieben. Gewonnen hat das System iqube von der Firma Precimation AG mit dem weitaus besten Preis/ Leistungsverhältnis. Ende 2001 konnten die Verkehrsbetriebe Biel dank der Unterstützung durch den Kanton Bern das neue System bestellen. Im Februar 2002 haben die Bauarbeiten angefangen, bis Mitte Mai waren die Haltestellen der Trolleybuslinien 1 und 4 ausgerüstet. Mitte Dezember wurden die Bauarbeiten abgeschlossen und bis Februar 2003 ist das System vollständig in Betrieb. Damit haben die Verkehrsbetriebe Biel als erster Schweizer Verkehrsbetrieb ein dynamisches Fahrgastinformationssystem an beinahe

allen Zusteigehaltestellen für ihre Buspassagiere installiert.

Details zum Projekt

An 201 der 348 Haltestellen der Verkehrsbetriebe Biel wird die Abfahrt des nächsten Busses in Minuten angezeigt. An den meisten Orten reicht Nachtstrom, z.B. von der Strassenbeleuchtung, um die Anzeigen zu betreiben, was sich positiv auf die Investitions- und die Betriebskosten auswirkt. Im Stadtzentrum sind die Haltestellen mit LED-Anzeigen ausgerüstet und bieten so die Möglichkeit, auch schriftliche Informationen weiter zu geben: Umleitungen, Ausfälle, Sonderanlässe und mehr.

Und an den 147 Haltestellen, an welchen primär Fahrgäste aussteigen? Dort wird iqube als reines Beschriftungssystem eingesetzt: Haltestellenname, Fahrtrichtung und Liniennummer werden deutlich angezeigt. Denn im Gegensatz zu herkömmlichen dynamischen Systemen kann iqube als statisches und dynamisches Informationssystem eingesetzt werden. Das Resultat ist ein einheitliches Erscheinungsbild an allen Haltestellen - im Corporate Design der Verkehrsbetriebe Biel.

Erste Kundenreaktionen

Die spontanen Reaktionen der Fahrgäste sind durchwegs positiv. Auch das Personal ist überzeugt von der neuen Dienstleistung. Ein Fahrer der Verkehrsbetriebe stellt fest: „Dank dem neuen System sind die Fahrgäste viel zufriedener. Sie sind weniger nervös.“ „Das neue System ist wirklich super – jetzt weiss ich endlich, wann mein Bus kommt,“ sagt eine tägliche Kundin. Ein Autofahrer meint: „Die neue Anzeige an Ihren Haltestellen sieht einfach Klasse aus. Top das Design.“ Und ein Fahrdienstleiter der Verkehrsbetriebe bringt es auf den Punkt, wenn er sagt: „Da haben Sie mal das Geld am rechten Ort ausgegeben. Das bringt echt was.“

iqube - nur eine Entwicklung für Biel?

Oft werden Fahrgastinformationssysteme für einen einzelnen Verkehrsbetrieb entwickelt. Derart massgeschneiderte Lösungen bleiben dann meist Einzel-Installationen, sei es aufgrund der Technik oder der Unmöglichkeit, sich optisch von anderen Verkehrsbetrieben zu unterscheiden. Nicht so mit dem iqube-System. Eine zuverlässige Technik und die Möglichkeit, sich über das Corporate Design von anderen Verkehrsbetrieben abzuheben, machen aus iqube ein Produkt, das zu jedem Verkehrsbetrieb passt. Innert kurzer Zeit haben sich auch die Busbetriebe Solothurn und Umgebung, der Autobusbetrieb Biel-Meinisberg und die Mürztaler Verkehrsgesellschaft (Österreich) für iqube entschieden. Zudem werden seit etwa einem Jahr zahlreiche Fahrgäste in Belgien und beim Eingang des Zoos Zürich über die nächsten Abfahrten mit iqube informiert.

Verkehrsbetriebe Biel
Caroline Beglinger
Marketingleiterin
Postfach 4025, 2500 Biel-Bienne 4
Tel. 032 344 63 63
E-Mail: vb.tpb@biel-bienne.ch

Precimation AG
Oliver Steinebrunner
Postfach, 2555 Brügg BE
Tel. 032 366 69 99
Fax 032 366 69 90
E-Mail: info@iqube.ch
Internet: www.iqube.ch

Centre d'information sur la mobilité durant l'expo.02 à Bienne

Transports publics biennois
Caroline Beglinger

sofa gmbh
Christian Kellenberger

5. Mai 2003

1. Prestations du Centre d'information sur la mobilité (CIM.02)

1.1. Prestations (Outputs)

Les différentes prestations ont dès le départ été séparées en deux départements bien distincts :

- CIM.02 Accueil
- CIM.02 Nouvelles Mobilités / Exploitation

Il était en effet très important pour les Transports publics biennois (Tpb) de ne pas mélanger les deux départements, les Nouvelles Mobilités n'étant pas perçues comme mode de transport conventionnel, donc hors du champ de travail spécifique des Tpb. Les Tpb allaient se concentrer durant l'Expo.02 sur les transports de masse en milieu urbain et les prestations qui y sont étroitement liées. Voici la liste des prestations offertes par le CIM.02 accueil durant l'expo.02.

1. Centre d'accueil :

- Informations
 - Réservations
 - Réclamations
 - Vente & Location
 - Documentation
- ⇒ Transports publics conventionnels, nouvelles mobilités, route, shuttle, Parking-Expo, Offres annexes

2. Call Center CIM.02 :

- Informations
 - Réclamations
 - Réservation & Location (en connexion avec le Centre d'exploitation)
- ⇒ Transports publics conventionnels, route, shuttle, Parking-Expo, Offres annexes, nouvelles mobilités

3. Back-Office :

- Liens partenaires
- Assurance qualité
- Correspondance
- Traitement réclamation
- Facturation
- Traitement demandes particulières
- Actualisation web & bornes informatiques
- Gestion personnel guichet & Call Center (Direction)

4. Mesures de communication

- Stratégie et analyse marketing
- Relations avec les médias
- Communication interne et externe
- Issue Management (structure)
- PR de crise (séances hebdomadaires sur les différents problèmes vécus ou à venir)
- Stratégie de communication (Crossmédias, Internet, partenaires médias)

1.2. Les objectifs du projet CIM.02

Vu le nombre important de partenaires dans le projet, il était primordial de s'entendre sur la « philosophie » CIM.02. En janvier 2002, un work-shop sur deux jours a permis de définir les objectifs communs.

Mission

- Information
- Renseignements & Conseil en produits
- Réservations des « nouvelles mobilités »
- Vente de titres de transports « nouvelles mobilités »
- Image positive de la ville de Bienne et de son offre touristique
- Sécurité et confiance

Valeurs

- Réseau de mobilité complet et performant
- Spécialistes de la mobilité réunis
- Vue d'ensemble et contrôle du service de la qualité

Objectifs

- Une clientèle satisfaite
- Surprendre de manière positive
- Obtenir un climat de confiance
- Faire rêver/ faire découvrir avec des nouvelles mobilités
- Promouvoir une image positive de la ville de Bienne
- Fidélisation de la clientèle

Profil du travail

- Aider & aimer le contact avec les gens
- Coordonner
- Informer
- Influencer de manière positive

Bénéfice produit/ bénéfice consommateur

- 1 centrale de compétence (CIM.02)
- 1 Plate-forme de mobilité (CIM.02)
- 1 niveau de communication (Pool CIM.02)

Comportement

- Enthousiasme
- Bilinguisme - Multilinguisme
- Compétences
- Unité de travail et de présentation

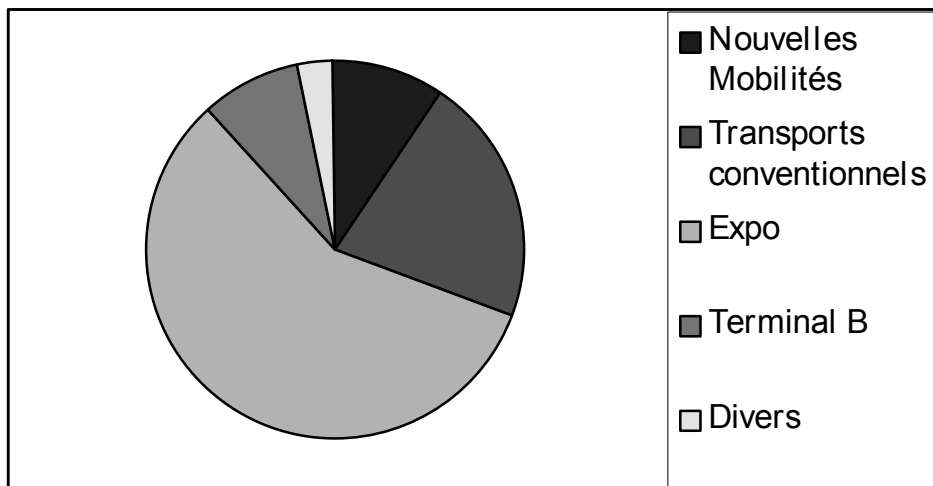
Team

- Esprit
- Flexibilité
- Structures d'organisation clairement définies
- Structures de formation clairement définies
- Cohérence

2. Demande

Des statistiques précises ont été effectuées tout au long du fonctionnement du CIM.02. Vous trouvez ci-dessous quelques données intéressantes pour votre rapport.

Globalité de la demande (jusqu'à mi-septembre 2002)

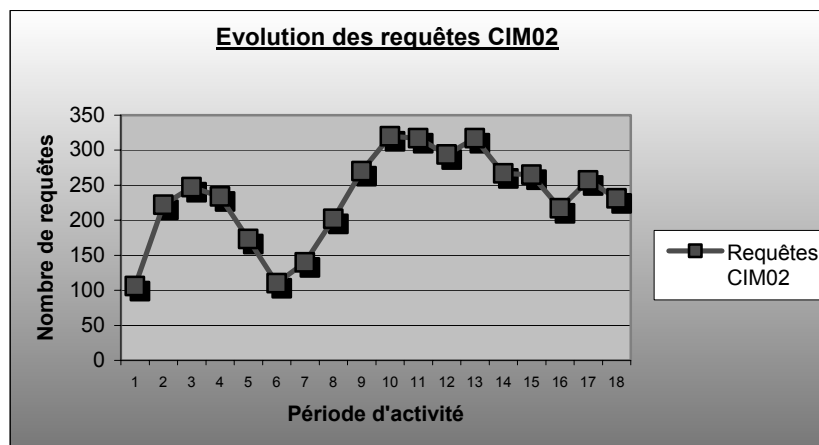


Commentaire :

par ce graphique, nous voyons que 50% des demandes ne sont pas effectuées pour des renseignements en matière de transport. Jusqu'à la fin de l'Expo.02, plus de 17'000 demandes ont été effectuées en matière de transport.

Nouvelles Mobilités	5477	9.61%
Transports conventionnels	12171	21.35%
Expo	32658	57.29%
Terminal B	5021	8.81%
Divers	1681	2.95%
Total	57008	100.00%

Evolution des requêtes CIM.02



3. Les coûts

3.1. Le financement du projet

Le budget global pour les mesures dans le domaine des transports était géré par la Ville et financé par l'Expo. Pour ce qui est du budget CIM.02 accueil, nous vous présentons ici une estimation à partir des frais connus par nous.

Pour le projet partiel « CIM.02 Accueil », le budget suivant a été nécessaire :

Coûts	À travers la ville*	À travers les Tpb*	Total
Personnel	420'000	40'000	460'000
Hardware	190'000		190'000
Conception	60'000	50'000	80'000
Fonctionnement	42'000		42'000
Communication	60'000	70'000	150'000
Total	772'000	150'000	922'000

* La Ville de Bienne et les Tpb ont pu s'associer le soutien d'autres partenaires.

4. Les innovations

4.1. Ci-dessous, les innovations les plus importantes du projet CIM.02 :

- Projet pionnier réunissant autant de partenaires et autant de prestations
- Une seule plate-forme d'information sur la Mobilité
- La nouveauté d'un projet comme l'Expo.02
- Une seule entité de communication
- Le rassemblement des partenaires divers (21 au total)
- La collaboration entre les divers partenaires
- Le fonctionnement du point d'accueil en lien direct avec les Nouvelles Mobilités
- Les Nouvelles Mobilités en tant que telle
- Amener le conseil en matière de transports publics (amener la notion de services)
- Le site Internet renseignant sur les différentes formes de transport (vue d'ensemble)

4.2. Notoriété

Au niveau de sa notoriété, le projet a connu un fort taux dans la région ainsi qu'avec les voyageurs de l'Expo.02. Pour votre information, voici quelques précisions par rapport au marché.

Choix des marchés CIM.02

- Marché local/régional (Bienne, Seeland, Jura Bernois)
- Marché national
- Marché bilingue en priorité, trilingue par la suite

Segmentation du marché

- 65% alémaniques, 35% romands dans une première phase régionale
- 60% alémaniques, 30% romands, 10% anglais
- Utilisation des transports dans un but précis, vont réserver directement ce qui les intéresse

- Clients actuels (abonnés Tpb)
- Clients potentiels (habitants de la région, visiteurs expo.02, VIP's)
- Exposants et employés de l'expo.02

- Administrations, communes, canton, autorités fédérales
- Entreprises locales, régionales, nationales et internationales (sponsors inclus)
- Ecoles et hautes écoles
- Groupes de voyages organisés
- Médias: Stratégies « crossmédias » régionales (presse, Internet, radio, TV)
- Interviews nationaux (TJ, Tagesschau, Journal romand, 10 vor 10)

5. Effets

5.1. Transport

L'ensemble de la population biennoise et seelandaise craignait un certain chaos du côté du trafic pendant l'Expo.02. Pour cette raison, le trafic en Ville de Bienne a été exemplaire. Aucune difficulté majeure y a été enregistrée.

- Pendant l'Expo.02, une augmentation des utilisateurs des transports conventionnels a été enregistrée.
- Le management des places de parking a été repensé.
- Les parkings de l'Expo.02 ont pu faire face à la demande.
- Les gens/ habitants ont appris à voyager sans leur propre véhicule privé (pendant l'Expo.02)
- L'acceptation a été bonne, les habitants de Bienne ont parfaitement joué le jeu.
- Certains axes étaient interdits à la circulation routière
- Certaines voies d'accès interdites en ville de Bienne
- Règles de parking très strictes établies par la police municipale
- Deux parkings Expo.02 avec un service de shuttle parfaitement coordonné.
- Etoffement de l'offre de transport de la part des Tpb (10 bus et personnel roulant supplémentaires)
- Information précise sur l'horaire des bus par le nouveau système IQUBE
- Abonnements des bus pour 6 mois au prix de 5 mois
- Augmentation des passagers pour les Transports publics biennois en 2002 de 11%
- Les conditions favorables de l'Expo ont déteint sur la population : on se réjouit du projet, on est prêt à faire certaines concessions
- Diversification des modes de transport ludiques afin de voyager à Bienne
- Participation pour la première fois à la journée sans ma voiture à Bienne en espérant que cette journée aura lieu chaque année. Sensibilisation de la population.
- Le projet a donné aux gens la possibilité de tester les différents autres modes de transport ludiques appelés dans ce dossier les Nouvelles Mobilités. Le projet ayant connu le plus de succès fût celui des vélo-taxis. Des statistiques vous ont été remises dans le chapitre précédent.
- Excellente collaboration avec la presse locale/ régionale
- Excellents articles sur les transports publics biennois de la part de la presse nationale (Le Matin/ Sonntagszeitung)

Les Nouvelles Mobilités ont offert un aspect ludique aux modes de transport. Par une communication efficace, la population était au courant des nouveaux moyens de transport et s'est empressé à les essayer. Vous trouvez au chapitre a) les différentes statistiques concernant ces « nouveaux » modes de transport.

5.2. Processus

Un des grands défi du projet était de réunir les différents partenaires autour d'une seule entité. Au début, il fallut organiser des séances de travail afin de trouver un chemin de travail collectif. C'est ici que notre fil-rouge a été mis en place une première fois ; un projet que l'on a appelé « sablier » car l'une des principales caractéristiques du projet était sa durée limitée !

Phase de conception

Prises de décision
Contracts

Phase opérationnelle

Evaluation

5.3. Entité commune

Puis nous avons remarqué que pour pouvoir communiquer de manière cohérente, il fallait installer une entité commune. Après plusieurs séances et propositions graphiques, un logo a été choisi pour l'ensemble du projet. C'est avec l'aide de ce logo que la communication et son offre a pu être lancée.



De cette manière et avec cette entité commune, nous avons eu la possibilité de coordonner le transport intermodal durant la période de l'Expo, sans que les différents partenaires aient eu à se faire du soucis sur la promotion de leurs propres produits. Nous avons décidé ensemble que l'offre du CIM.02 sera communiquée et offerte en commun. De nombreux instruments de communication ont ainsi été développés :

Entité CIM.02
Panneau 100x70 (Salon de l'Auto)
Site Internet
Annonces de présentation dans la presse
Articles rédactionnels
Emission TV « spécial CIM.02 »
Emission Expo TV
Carrus « Tout ménage »
Conférence de presse CIM.02
Dossiers de presse CIM.02
Charte CIM.02
Affiches format mondial
Affiches format mondial Info-Line
Bornes Multimédias
Fascicules Pocket-Card produits
Billets et carnets de billets
Plan de réseau
Matériel POS et stations véhicules
Brochure TBS
Identification visuelle Terminal B
Uniformes & Badges
Journée de démonstration
Signalétique
Séminaire interne & Dossier interne
Documentation interne
Programme Issue-Management

5.4. Innovations

La principale innovation de ce projet pionnier était l'offre très variée offerte pendant la période de l'Expo.02 combinée avec la notion « One Stop » avec les questions suivantes :

- Quelle organisation doit-on posséder afin d'assurer le bon fonctionnement du projet ?
- Comment la population va-t-elle réagir à un service de ce type ?

- Les services au niveau du transport public sont-ils nécessaires ?
- Quels sont les moyens de transports complémentaires aux transports conventionnels ?
- Comment va-t-on collaborer avec les différents partenaires afin qu'il y ait une transparence optimale ?
- Où se situe la demande ?
- Comment gérer le bilinguisme, le biculturalisme ?

En effet, toute l'équipe du CIM.02 n'avait aucune information sur laquelle se baser. Un projet de ce type n'avait encore jamais vu le jour. Il a fallu beaucoup de patience et des structures rigides afin de conduire le projet sur la bonne voie. Séparer le projet global en différents projets partiels et les adjudger aux différents partenaires. Un grand travail de management stratégique a été effectué à ce sujet, surtout au niveau des étapes de la phase de conception.

Une des autres innovations était de faire en sorte de pouvoir tirer les conclusions d'un tel projet, afin que les transporteurs publics partenaires puissent envisager un projet similaire dans leurs villes respectives. Nous pensons qu'un projet CIM.02 a des réelles chances de s'implanter, bien qu'il se doit de respecter des objectifs locaux et régionaux.

Une autre innovation est également la communication. Que va-t-on communiquer ? le guichet, le service, les produits ? Faut-il un logo, faut-il un slogan accrocheur ? Quel est le message type ? Faut-il se baser sur des arguments d'économie d'argent, des arguments de la protection de l'environnement, des arguments de confort ou de sécurité ?

La billetterie est aussi une innovation. Que va-t-on promouvoir ? quels modes de transport ? quels rabais ?

5.5. Divers

Tous ces éléments ont été effectués en deux langues, car le bilinguisme fut un des points forts du projet.

Par tous ces éléments démontrant une volonté de communiquer une seule offre, démontrant la volonté d'offrir un service complet à la population, les contacts avec la police sur place et l'office du tourisme furent excellents.

Remarque:

Pendant l'Expo.02 souriait une ambiance particulière en Ville de Bienne.

6. Potentiel futur

6.1. Elargissement

Remarque :

Ce chapitre est fortement influencé par l'étude de faisabilité pour un « Guichet de la Mobilité » en ville de Bienne. Il est important de signaler que ces réflexions ont toutes été effectuées par les Tpb et n'engagent que les Tpb.

Introduction

Notre société actuelle se dirige clairement pour une société du service. Le CIM.02 est un service avant tout. La suite du projet des Tpb doit aller dans ce sens, offrant à la population la proximité, la qualité, la disponibilité, l'écoute et le confort en matière de transport. Mais tout reste à faire, la notion de mobilité combinée étant trop neuve dans l'esprit du Suisse. Pour cette raison, il faut démarrer un projet avec des partenaires connus du public, sérieux et occupant bien le terrain local et régional.

La vision du guichet de la mobilité à moyen terme

« Par notre projet, nous désirons apporter et transmettre nos expériences dans la perspective d'un développement de futurs centres de mobilité en Suisse, offrant une gamme de prestations complètes en matière de transports publics aux citoyens en tenant compte des besoins individuels et des demandes de chacun ».

Le guichet en pratique

En quelque sorte, il faut voir le guichet de la mobilité comme un guichet de chez un opérateur téléphonique ; une personne désire s'informer sur les différents tarifs, sur les différents appareils, sur les différents services d'information ou de messagerie. « Bonjour, j'habite Nidau, je n'ai pas de voiture, je travaille à Bienne chez Omega SA, le mardi j'ai l'entraînement à Macolin, le mercredi des cours de formation à Lyss et le vendredi, ma séance de Yoga à Port. Et le week-end, j'aimerais être parfois libre et pouvoir utiliser un véhicule privé... que me conseillez-vous ? »

C'est ainsi que le futur guichet de la mobilité pourra être proche de ses clients, de conseiller individuellement, mais aussi traiter l'administration légère telles les réclamations, les demandes d'information et d'horaires, les réservations de modes de transport, la vente de titres de transport, le développement du merchandising, autant de facteurs chers à la communication institutionnelle et à l'image des Tpb.

Pourquoi un guichet de la mobilité en centre-ville ?

Les Tpb ne sont pas assez présents au Centre Ville. Pour obtenir la confiance des utilisateurs, il faut la proximité. Il faut que les clients puissent s'identifier aux Tpb nouveaux. Il faut en premier lieu instaurer le dialogue. Ensuite, il faut créer le lien du transport public à Bienne. Ce ne sont pas uniquement les Tpb, mais aussi d'autres opérateurs qui seraient heureux de se voir représenter au centre-ville. Comment se prononce le slogan de la Ville de Bienne ? Bienne ça bouge ?

Autres régions ?

Nous pensons qu'un projet comme le CIM.02 est tout à fait réalisable dans bon nombre de ville de Suisse. La ville de Bienne a tenté l'expérience en rapport à l'Expo.02, ce qui fait des Tpb une entreprise pionnière dans ce genre de projet.

En ce qui concerne sa faisabilité, il faut être conscient qu'un projet de ce genre n'a que des chances réelles si il reste dans des mesures locales voire régionales. En effet, il semble important de connaître parfaitement ses régions, ses fournisseurs, ses concurrents, ses partenaires et la mentalité des citoyens.

6.2. Collaboration

Les synergies acquises

Par ce projet, différentes synergies ont pu être effectuées. Nous pensons premièrement aux très bonnes collaborations entre Lausannois, Genevois et Biennois. Mais d'autres synergies ont été effectuées, notamment avec les opérateurs des Vélo-taxis et le courrier-vélo. De plus, une prochaine collaboration de promotion est en vue entre les Tpb et la Société de Navigation du Lac de Bienne. Une collaboration qui est aussi due aux bonnes expériences du CIM.02.

Les conflits

- Le projet CIM.02 était un projet complexe à plusieurs niveaux dont la responsabilité ultime incombait à la Ville de Bienne était responsable. Pour un futur projet, il faut absolument que la Direction des opérations soit gérée par un prestataire de transport qui connaît les produits et les clients.
- Il faut ensuite bien déterminer les responsabilités de chacun afin d'éviter des conflits au niveau du management. Là également, plusieurs partenaires avaient un rôle quelque peu flou dans la structure d'organisation.
- Une des grandes difficultés du projet CIM.02 était de trouver une collaboration fructueuse avec les taxis urbains. Aucune collaboration a été mise sur pied lors de l'Expo.02.
- Un autre conflit fût la coordination des opérations entre l'Exploitation et l'Accueil du CIM .02. Certaines fois, on arrivait pas à se comprendre et plusieurs réclamations ont été déposées.
- La longévité (ou la courte durée) du projet est également un conflit. Tout le monde était conscient qu'il s'agissait d'un projet-pilote sur le court-terme.
- Pour terminer, il faut également dire que le projet CIM.02 a quelque fois manqué d'appui des autorités politiques ; il va de soit que la philosophie d'un tel projet est de contribuer à une vie meilleure dans les cités.

Les conclusions tirées par les Tpb en rapport au CIM.02 et en vue d'un guichet de la mobilité en ville

Les Tpb détiennent plus de 50% du marché de la communauté tarifaire mais uniquement 30% des clients se réfèrent aux Tpb pour acheter leur abonnement... où sont donc les 20% restants ?

- L'emplacement du CIM.02-accueil est stratégiquement faux ! il faut être au cœur de la ville, dans le flux des pendulaires locaux et régionaux.
- Le guichet ne peut pas être géré par plusieurs entreprises. Il faut une entreprise clairement responsable pour gérer le guichet.
- Par contre, il est tout à fait souhaitable de collaborer avec des partenaires au niveau de l'offre des transports en commun.
- La Direction du guichet doit être sous la responsabilité d'une seule personne qui sera de l'effectif des Tpb.
- Les partenaires doivent tous avoir un lien direct entre eux ; ils doivent se connaître et connaître les différents services respectifs ; ils doivent avoir le même esprit de solidarité, doivent faire preuve de sérieux dans les différentes tâches.
- Les partenaires doivent tous provenir de transports déjà mis en place et opérationnels.
- Les partenaires doivent tous pouvoir profiter d'une synergie réelle entre eux.
- Les employés du guichet doivent avoir un lien direct avec les entreprises ; elles doivent faire partie intégrante de l'entreprise et non d'une agence temporaire.
- Les employés doivent être des « allrounders ». Il doivent pouvoir renseigner sur les différents partenaires. Ils sont la carte de visite du guichet.

- Les employés doivent être impérativement engagés par une seule unité (Tpb ou SA Guichet de mobilité).
- Suivant les partenaires, il est envisageable de partager les locaux afin de se relayer pour les horaires. Le partage de l'espace CIM.02 accueil avec TBS fût une expérience concluante.
- L'aménagement des locaux doit permettre aux employés de travailler « normalement » pour leur entreprise réciproque en cas de flux minime.
- Des séances régulières d'information doivent s'effectuer afin d'être toujours proche de la demande du client.
- Le guichet doit être informé des différentes autres offres des compagnies de transport en Suisse. Il se pourrait que d'éventuelles collaboration inter-régionales voient le jour.
- Les heures d'ouverture du guichet doivent être réduites en rapport au guichet CIM.02.
- Les produits présentés au guichet doivent être simples et compréhensibles.
- Le guichet doit devenir un centre de distribution professionnel.
- Le guichet doit promouvoir la mobilité avant tout (délaisser ses objectifs personnels)
- Le guichet doit s'armer de patience ; ne pas aller trop vite en besogne ; avec un travail sérieux, laisser aux gens assez de temps afin de s'accommoder à la notion de service pour la mobilité.
- Mise en place d'un guichet de la mobilité en plusieurs étapes est envisageable. La première étape étant la mise en fonction du guichet. La deuxième étape consistera à l'élargissement de la palette de services autour d'un noyau connu.

6.3. Acceptation

- Il n'y a pas eu d'études sur les consommateurs, nous ne pouvons dès lors pas affirmer de manière mathématique qu'il y a eu une acceptation ou non. Par contre, le trafic très calme pendant la durée de l'Expo nous démontre que le public a trouvé son compte sans leur propre véhicule. Les bons résultats des bus urbains et des vélo-taxis nous le prouvent. De plus, moins de 10 réclamations ont été enregistrées au CIM.02 pendant l'ensemble de la période de l'Expo. L'engouement de la population biennoise pour les modes de transport public est certaine. Les gens ont profité des services offerts par le CIM.02.
- Un autre aspect très important est l'acceptation des médias. Bien que le projet fût par moment en situation difficile, nous avons pu par une communication transparente donner des informations précises et ainsi éviter les conflits avec la presse. Des mesures PR ont été effectuées avec beaucoup d'intention. Il est important, pour un projet comme celui-ci, de communiquer par la voie de presse, les budgets de communication étant fortement.
- Malheureusement, un exercice de ce style est très coûteux. Une mise en place d'un tel système comprend de longues heures d'ouverture, un personnel qualifié, une communication performante et des systèmes informatiques de qualité.
Est-ce donc les commanditaires de prestations qui doivent payer seuls ? Il reste encore à prouver que l'augmentation des recettes, autant pour les transporteurs conventionnels que pour les entreprises de vélo-taxis par exemple, puissent financer un tel service complet.

7. Annexe

7.1. Liste des abréviations :

CIM	Centre de l'Information sur la Mobilité
Tpb	Transports publics biennois
TL	Transports Lausannois
TPG	Transports Publics Genevois
CIM.02	Unité CIM durant la période de l'Expo.02
Accueil	Information, Réservation, Conseil (One Stop)
Exploitation	Gestion et traitement du bon fonctionnement des véhicules « Nouvelles Mobilités »

7.2. Les partenaires du CIM.02, par ordre alphabétique

VILLE DE BIENNE

Maître d'ouvrage du projet CIM.02
www.biel-bienne.ch

ABO zigzag (& ABM/FUNIC)	Abonnement des transports publics de Bienne-Seeland-Jura Bernois www.abozigzag.ch
BLUEWIN AG	Fourniture et Infrastructure Internet www.bluewin.ch
CREE AG	SAM, véhicule interne officiel du CIM.02 www.cree.ch
CHAMBRE ÉCONOMIQUE BIEL-BIENNE	Soutien financier au CIM.02 www.wibs.ch
ENERGIE SERVICE BIEL-BIENNE	Fourniture & Infrastructure de l'énergie www.esb.ch
EXPO.02	Soutien financier nouvelles mobilités & CIM.02 www.expo02.ch
NEW RIDE	Soutien financier nouvelles mobilités www.newride.ch
OCIAMT	Office Cantonal de l'Industrie des Arts et Métiers et du Travail www.vol.be.ch
KIGA	Promotion & soutien financier des nouvelles mobilités
OFROU	Promotion & soutien financier des nouvelles mobilités www.uvek.admin.ch
OFEN	Promotion & soutien financier des nouvelles mobilités www.energie-schweiz.ch
PEDALINE SARL	Exploitant vélotaxis www.pedaline.ch
RATP	Exploitant T.I.P. & navettes touristiques www.ratp.fr
SECURITAS AG	Soutien financier au CIM.02 www.securitas.ch
SOCIÉTÉ DE NAVIGATION LAC DE BIENNE	Mobicat & bateaux www.bielersee.ch
TRANSPORTS PUBLICS BIENNOIS	Bus urbains & navettes parking Expo.02 Conception et exploitation CIM.02 www.carrus.ch
TRANSPORTS PUBLICS GENEVOIS	Conception et exploitation CIM.02 www.tpg.ch
TRANSPORTS PUBLICS LAUSANNOIS	Conception et exploitation CIM.02 www.t-l.ch
VÉLO-COURRIER	Prise en charge du courrier par vélo www.velokurierbiel.ch

BURGDORF

Schritt für Schritt auf dem Weg zur

FUSSGÄNGER- & VELOMODELLSTADT



Von der Idee zur Wahl der Stadt Burgdorf

Die Idee einer Fussgänger- und Velomodellstadt	<ul style="list-style-type: none">• Auslöser: Unterschätzung der zu Fuss erbrachten Verkehrsleistung• Idee: Aufzeigen der Möglichkeiten und Grenzen des nichtmotorisierten Verkehrs in Bezug auf:<ul style="list-style-type: none">➤ Energieeinsparung➤ Verbesserung der Verkehrssicherheit➤ Multiplizierbarkeit➤ Einhaltung eines Burgfriedens zwischen den verkehrspolitischen Kontrahenten → Konsenspolitik
Der Wettbewerb von 1995	<ul style="list-style-type: none">• Versuchslabor: Wer wird Fussgänger- und Velomodellstadt (FuVeMo) der Schweiz? → Wettbewerbsverfahren• Vermutung: Gründe, die für die Stadt Burgdorf den Ausschlag gaben:<ul style="list-style-type: none">➤ „Burgdorfer Initiative“ für autofreie Sonntage von 1973➤ Vorhandene Radweginfrastruktur und Radkultur➤ Verkehrsrichtplan 1988➤ Laufender Prozess zum Richtplan Stadtentwicklung➤ Einbindung des Gewerbes➤ Aufbruchstimmung

Kleinstadt unterwegs

<p>Der Weg ist das Ziel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Burgdorf will sich auf den Weg zur <u>werdenden</u> Fussgänger- und Velomodellstadt begeben • Der Zuschlag wird als Ansporn und Verpflichtung zugleich betrachtet • Eine Entwicklung wird gestartet • Die Verantwortlichen gehen schon zu Beginn von einem langfristig angelegten Prozess aus • Projektorganisation wird festgelegt: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Trägerschaft ➢ Projektkommission ➢ Geschäftsleitung ➢ Beauftragte • Hindernisse und Umwege → Tatbeweise → langer Atem • Fehlritte werden in Kauf genommen
<p>Von Visionen zu ersten Massnahmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Das FuVeMo-Virus setzen • Ansteckung im Ausland → Reise nach Deutschland (Speyer, Aachen, Hennef, Esslingen) • Klausurtagung „Visionen“ • Herunterbrechen der Visionen bis zu ersten Teilprojekten und konkreten Massnahmen: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Flanierzone → Begegnungszone ➢ Velostation → Eigendynamik: IG - Velo Burgdorf / Sozialdienste ➢ Hauslieferdienst ➢ Sportlich unterwegs → Mobilitätsberatung ➢ etc.
<p>Das Gartenbeet entsteht</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einbettung im Richtplan Stadtentwicklung → FuVeMo=Objektblatt • Politische Absicherung → Kreditbeschlüsse → Legislaturziele • Die neue Verkehrskultur entsteht → unspektakulär • Die Akzeptanz wächst • Durch die Vorarbeit der FuVeMo entsteht in Burgdorf ein Gartenbeet, wo neue Mobilitätspflanzen aufgezogen oder bestehende weiterkultiviert werden können <ul style="list-style-type: none"> ➢ Sichere Schulwege → Hauptstrassenquerungen → „Vision Zero“ ➢ CARLOS ➢ Verkehrsrichtplan 2003 → Mitwirkung ➢ Gesamtverkehrsstudie Region Burgdorf
<p>Die Ernte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Verkehrskultur (Koexistenz) & nachhaltige Verkehrsstrategie • Mehr Lebensqualität im öffentlichen Raum • Erhöhte Sicherheit • Wahrnehmung von aussen: Renommée als Mobilitätswerkstatt → Ausstrahlung → Standortmarketing → Multiplikatoreffekt • Identifikationsmerkmal gegen innen
<p>Fazit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prozessbeginn wagen • Breit abgestützte, mit Kompetenzen ausgestattete Projektorganisation aufbauen • Win-Win-Situationen schaffen • Lokale Eigenheiten und Eigenarten einbeziehen und ausnutzen • Steigende Ansprüche und Kritik als Herausforderung betrachten und zur Dynamik des Prozesses heranziehen

Kundencenter RM

Marktauftritt Regionalverkehr Mittelland
als regionaler Mobilitätsdienstleister



Umfeld

Markt

- > Veränderte Kundenbedürfnisse
- > Einsatz neuer Technologien
- > Grenzen der Finanzierbarkeit

Bahnreform

- > Sparzwang der öffentlichen Hand
- > Bestellerprinzip

Vision



Wir wollen vom Transportführer zum Dienstleister für Personen- und Gütermobilität «von Tür zu Tür» im RM-Mittelland werden.

Strategie

Im Regionalen Personenverkehr:

- Steigerung des Kundennutzens
- Kostenmanagement - Marktwachstum durch Akquisition von Verkehren nach / von Regionalzentren (S-Bahn Bern, Zentral-schweiz u.a.)
- Produkteentwicklung Richtung Mobilität „von Tür zu Tür“

Die Zielgruppen des Personenverkehrs RM



Senioren

Arbeitspendler

Frauen mit Kindern

Schüler + Jugendliche

Generell wird die Steigerung der Attraktivität innerhalb dieser bestehenden Zielgruppe angestrebt.

Die Neupositionierung erlaubt zusätzlich die Erschliessung neuer Zielgruppen. Durch die erweiterten Mobilitätsangebote wird die RM z.B. auch für Autofahrer attraktiv.

Neuauftritt

- > Im Vertrieb:
Kundencenter, Verkaufsstellen, unbediente Haltepunkte
- > In der Marke:
Logo und Logosystem
- > In den Drucksachen:
Geschäftsbericht, Regionalfahrplan, Geschäftspapier
- > In der Werbung:
Plakate, Anzeigen
- > In der Überraschung:
Kleines Geschenk



Automaten



Verkaufsstellen



**Regionale
Kundencenter**



**Kundencenter
Burgdorf**



**Regionale
Kundencenter**



Verkaufsstellen



Automaten

Kundencenter

- > Ganzheitliche Beratung
- > Kooperation mit Dritten
- > Nicht zwingend am Bahnhof
- > Öffnungszeiten nach Kundenwunsch

Verkaufsstellen

- > «Service Public»
- > Am Bahnhof
- > Verkaufstätigkeit durch Dritte möglich

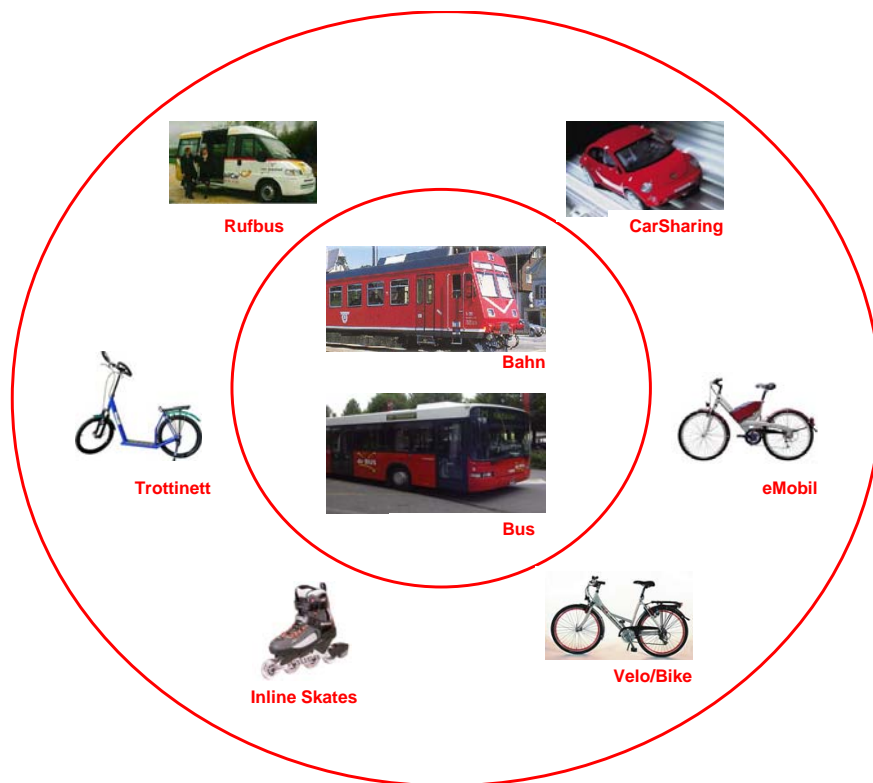
«Automatisierte Verkaufspunkte»

- > Unbedient
- > Automaten
- > Gegensprechanlage zu Verkaufsstelle oder Kundencenter

- Realisierung eines direkten Marktauftritts als regionaler „Mobilitätsdienstleister“ in Burgdorf
- Förderung des Tourismus in der Stadt und Region Burgdorf
- Aufbau einer Anlaufstelle für Telefon (Hotline) und Internet
- Ausbau des KundenServices
- Einsatz von kompetentem Personal
- Ertragssteigerung durch Mehrverkehr

- Mobilitätsberatung - umfassendes Angebot an Mobilitätsdienstleistungen in der Region
- Beratung und Verkauf RM.Bus und Bahnreisen regional
- RM-Kundendienst
- Kundencenter CARLOS und Mobility CarSharing
- Nostalgie- und Extrazüge
- Führung des Tourist Office
- Kundenservicemanagement
- Diverse Back-Office Arbeiten

Produkte



- regionales Mobilitätsberatungs-Office
- regionales Freizeit- und Tourismus Office als Ersatz des bestehenden Verkehrsbüros
- eine Anlaufstelle für Fragen Produkt RM.Bus
- Aufenthaltsraum für Kunden RM.Bus
- geeignete Öffnungszeiten
- kompetentes und freundliches Personal
- „RM-Hotline“

- Front- und Back-Office
- offen und hell
- Sitzarbeitsplätze
- „kein“ Schnellverkauf
- Info- und Wartezone



- Montag bis Freitag **07.00 - 20.00 Uhr**
- Samstag **08.00 - 18.00 Uhr**
- Sonntag **08.00 - 18.00 Uhr**



vom Verkehrs- zum Mobilitätsmanagement

Ziel des **Verkehrsmanagements** ist es, einzelne Verkehrsträger effizienter zu betreiben.

Mobilitätsmanagement dagegen strebt nach mehr Effizienz durch die bessere Verknüpfung der verschiedenen Verkehrsarten sowie die Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl.

Energie Schweiz für Gemeinden sieht im Mobilitätsmanagement ein grosses ungenutztes Potenzial und setzt bei der Unterstützung von Gemeinden einen entsprechenden Schwerpunkt.

EnergieSchweiz für Gemeinden

Bereich Mobilität

**Aktionsfelder zur Erreichung der definierten UVEK- und BFE-Ziele:
(CO₂, Sicherheit, Emissionen)**

- **energieeffiziente Mobilität fördern**
- **Vernetzung der Angebote unterstützen
(kombinierte Mobilität)**
- **Benutzung der Angebote fördern
(Mobilitätsmarketing)**

Zielgruppen von EnergieSchweiz für Gemeinden

**Direkter Kontakt zu Städten und
Gemeinden in der Rolle als Akteure
und direkte Anwender**

**Indirekter Kontakt via Städte und
Gemeinden in der Rolle als
Multiplikatoren zu:**

- **Gemeindeeigenen Institutionen,
Betrieben und Heimen**
- **Privaten Unternehmen in der
Gemeinde**
- **Gemeinden und Unternehmen
innerhalb von Zweckverbänden**



EnergieSchweiz für Gemeinden:

**188 Mitgliedsgemeinden
davon 88 Energiestädte
mit rund 1.8 Mio Einwohner**

**Nationales Beraternetz mit
16 MobilitätsberaterInnen
und rund 30 EnergiestadtberaterInnen**

**Regelmässige Kontakte über
Zertifizierung und Re-Audit**

**Kontinuierliche Weiterbildung der
Beraterinnen und Berater**

**Erfahrungsaustausch unter den
Energiestädten und
Schulungen des Beraterteams**

Finanzen – wirtschaftliche Betrachtung

Programm EnergieSchweiz für Gemeinden 2002

Total: 2.25 Mio Franken

Mobilität: 235'000 Franken

Leistungen der Kantone und Gemeinden

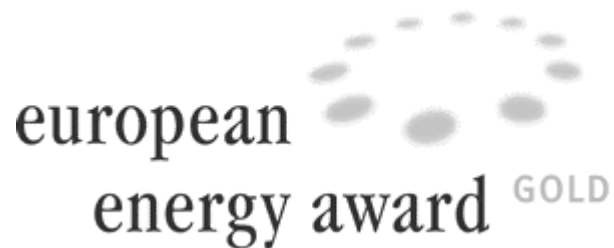
Direkt: 2.4 Mio Franken

**Nicht berücksichtigt:
Investitionen im Rahmen der
Energiestadt-Aktivitäten
Schätzung: > 22 Mio Franken**

(MWSt-Ertrag > 1.8 Mio Franken)

Erfassen der Wirkungen im Mobilitätsbereich

Bewertung mit dem europäischen Massnahmenplan



Massnahmenbereich Mobilität mit 16%
gewichtet

Effektiv höher, da Querschnittsaufgabe

Bewertungshilfen für Berater und Auditoren

Stärken und Schwächen

Hohe soziale und politische Akzeptanz des Programms

- **Ansatz Freiwilligkeit**
- **Effektiver Nutzen für Gemeinden**

Bereich Mobilität:

Städte und Gemeinden sind starke Multiplikatoren

Brand „Energiestadt“ vermittelt nicht spontan Mobilität

Wirkungen der Mobilitäts-Massnahmen nicht oder nur rudimentär erfasst

Fazit für den Bereich Mobilität

- **Positionierung Bereich Mobilität innerhalb des Labels stärken**
- **Nutzen für Städte und Gemeinden ausweisen**
- **Mobilitätsprodukte nach ihrer Wirkung positionieren**
- **Zusammenarbeit mit anderen Programmen koordinieren**
- **Zusammenarbeit mit den Kantonen stärken**

Ausblick

2003

Kampagne Tempo 30- und
Begegnungszonen

Veranstaltung Kt. Bern am
17. Juni 2003, BEA Bern, 14 – 17 Uhr

Europäischer Aktionstag 22.9.03
„In die Stadt ohne mein Auto“

2004

Toolbox Mobilität
Unterstützung von
Mobilitätsmanagement und –marketing
in Städten und Gemeinden



Mobilitätsmanagement EnergieSchweiz für Gemeinden Kanton Bern

Kontaktadressen

EnergieSchweiz für Gemeinden
Robert Horbaty, ENCO GmbH, Niederdorf
Tel. 061 965 99 00, e-mail: robert.horbaty@enco-gmbh.ch

Mobilitätsmanagement (gesamte Schweiz)
Monika Tschannen-Süess, Gerzensee
Tel. 031 782 02 15, e-mail: m.tschannen@rundum-mobil.ch

Mobilitätsberater Kt. Bern:

Hartmann Rudolf, Berz Hafner+Partner AG, Bern, Tel. 031 388 60 60 e-mail: berz@bluewin.ch

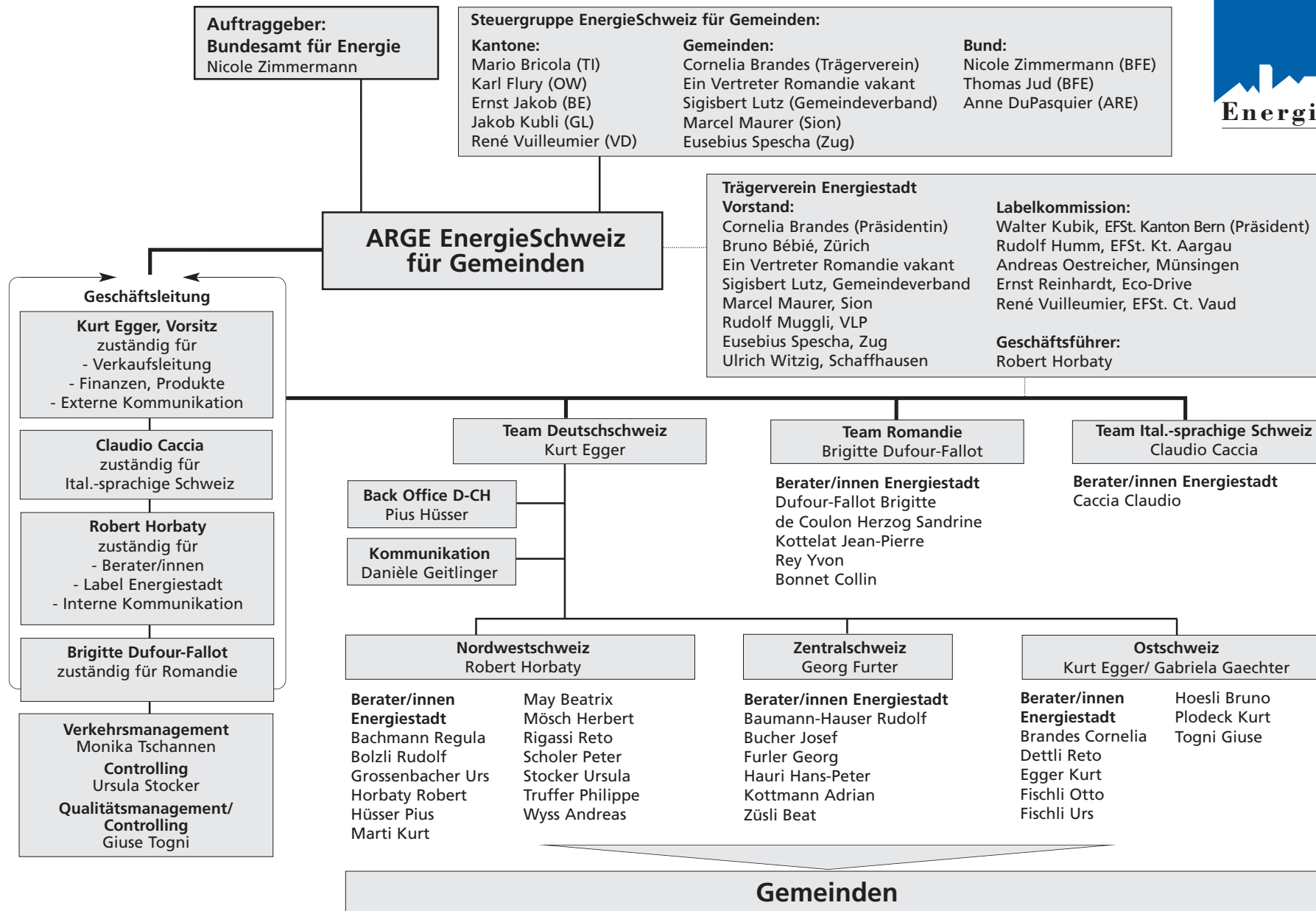
Schuster Gerhard, RUNDUM) mobil, Thun
Tel. 033 222 22 44, e-mail: g.schuster@rundum-mobil.ch

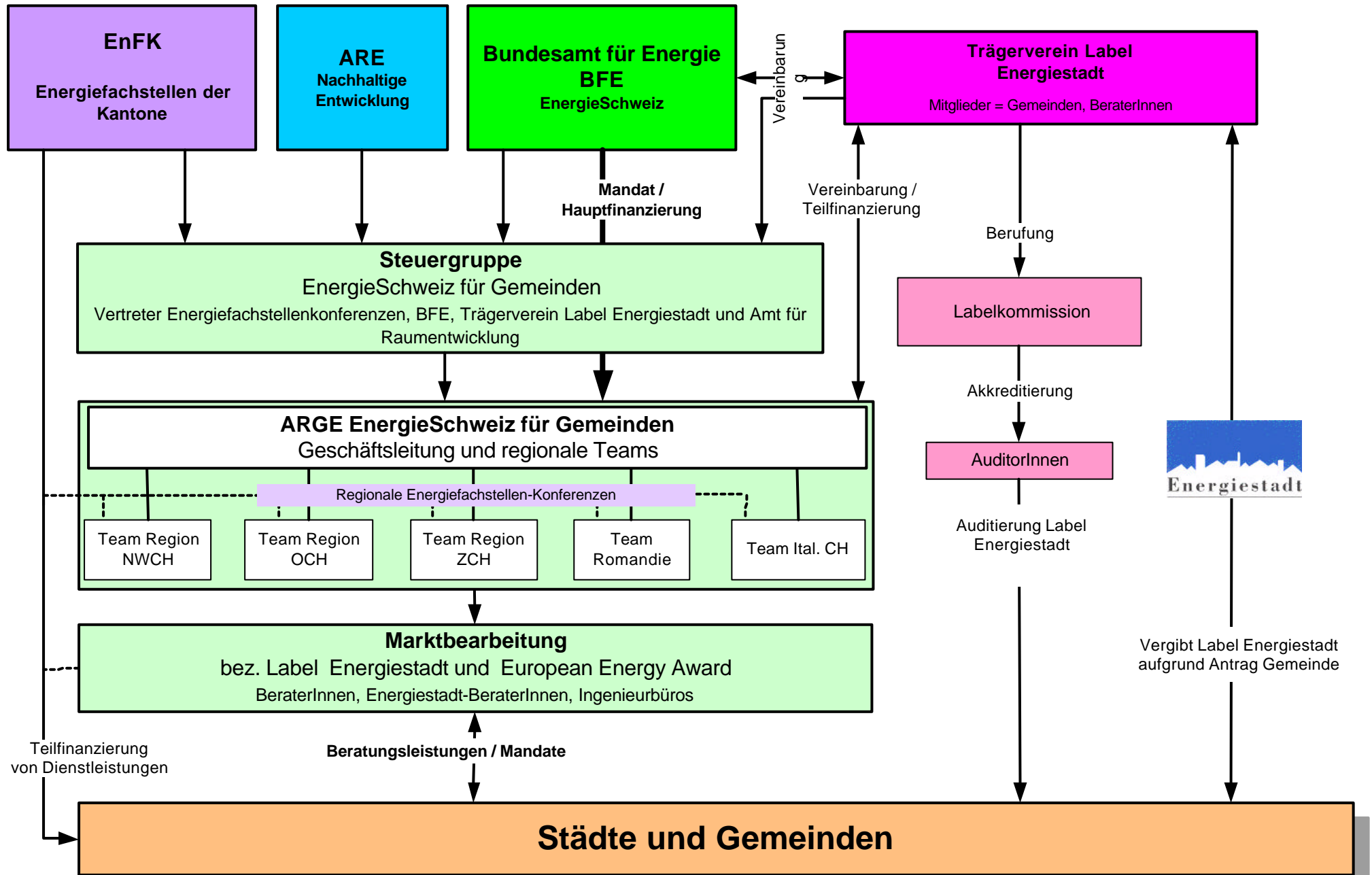
Steiner Rolf, verkehrsteiner, Bern, Tel. 031 388 00 94, e-mail: rs@verkehrsteiner.ch

Wälti Martin, bfm AG, Bern, Tel. 079 467 99 36
e-mail: martin.waelti@bfmag.ch

EnergieSchweiz für Gemeinden - ein nationales Programm mit drei Sprachteams

Stand März 2002





Bern, 16. Mai 2003 | Markus Maibach | Roman Frick

INFRAS

BVE / BFE

Grobevaluation innovativer Mobilitätsprojekte

prov. Ergebnisse und Schlussfolgerungen

INHALT

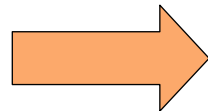
- 1. Ausgangslage und Ziele**
- 2. Methodisches Vorgehen**
- 3. Projektüberblick**
- 4. Wirkungspotenziale**
- 5. Gesamtwürdigung**
- 6. Erfolgsfaktoren**
- 7. Schlussfolgerungen**

1. Ausgangslage und Ziele

Das ‚Biotop‘ innovativer Projekte: Lasst 1'000 Blumen blühen!



Welche versamen?



Welche bilden ein Gärtchen?

Welche sollen wie lange gegossen werden?

1. Ausgangslage und Ziele

Fokus der Studie

Freiwilligkeit ist eine zentrale politische Forderung

- › Diverse Aktivitäten auf allen Ebenen
- › Anschubfinanzierung der öffentlichen Hand
- › Kt. BE hat eine Führungsrolle in der CH

Kernfrage: Wo lohnt sich ein öffentliches Engagement, und wie soll es stattfinden?

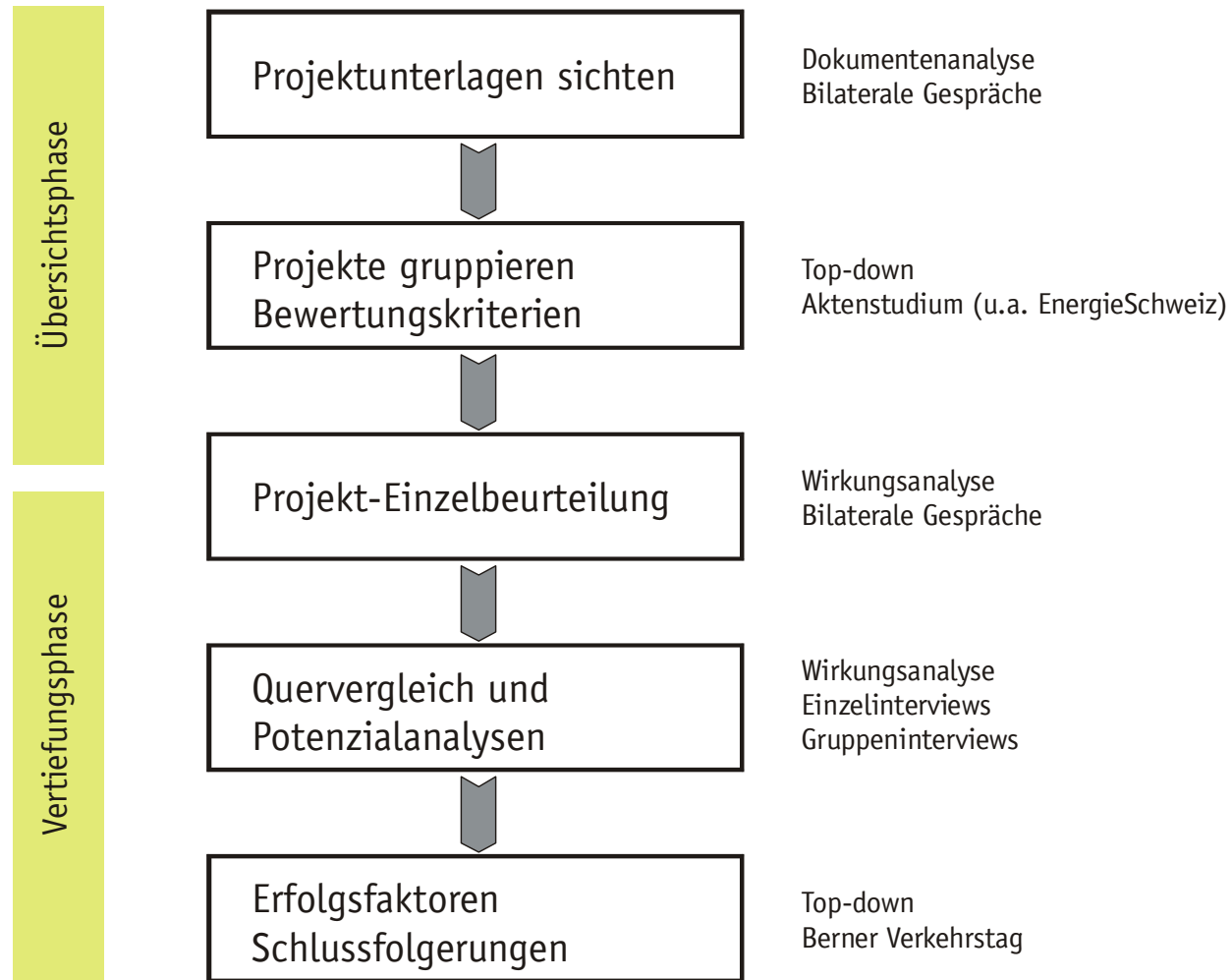
Drei Ziele der Studie

- › Quantifizierung der Wirkungen verschiedenster Massnahmen (lokales und nationales Potenzial)
- › Analyse der Erfolgsfaktoren und Hemmnisse
- › Folgerungen für die Evaluation und die Politik

2. Methodisches Vorgehen

Überblick Vorgehen

Methodisches Vorgehen



2. Methodisches Vorgehen

Evaluationskriterien

Energetisches Wirkungspotenzial

- › Hochrechnung Schweiz; technisch vs. wirtschaftlich

Weitere Wirkungen

- › Wirtschaft, Gesellschaft, Umwelt

Fördereffizienz

- › bzgl. energetisch motivierter Fördergelder

Wirtschaftlichkeit

- › bzgl. Gesamtkosten/-nutzen

Vernetzung / Synergien

- › horizontal (räumlich), vertikal (Produkte-Ketten)

Innovationsgehalt

- › neues Produkt, neue Vorgehensweise

2. Methodisches Vorgehen

Vier Wirkungsstufen

Input: Projektressourcen



Output: Projekt - Produkte



Impact: Verhaltensänderungen kurz- und langfristig



Outcome: Reduktion Energieverbrauch

Stolpersteine

Wirkung abhängig vom Produktezyklus

- › Je ausgereifter das Projekt, desto grösser die Wirkung
- › Break Even ist zentral

Marktpotenzial sehr schwierig zu bestimmen

- › Aktuelles oder max. realisierbares Marktpotenzial
- › Technisches und wirtschaftliches Potenzial

Verhaltensänderungen nur indirekt messbar

- › Wer steigt wirklich um?
- › Wie lange hält der Umsteigeeffekt an?

Multiplikatoren abhängig von konkretem Ansatz

- › Professionelles Vorgehen
- › Ausweisen und vermarkten von Erfolgsgeschichten
- › Konkrete Business-Realität entscheidend.

3. Projektüberblick

Inhaltliche Gliederung: Vier Projektgruppen

1. Konkrete Mobilitätsalternativen:

- › Rufbus/PubliCar
- › CARLOS
- › Velostation Burgdorf
- › Mobility Business Car Sharing
- › Schweiz rollt**
- › New Ride
- › Veloland Schweiz**

2. Effizienzsteigerung:

- › Eco-Drive
- › SpediThun / SpediBe0
- › Verkehrstelematik (N1 VBS 01)

3. Marketing / Information:

- › Sportlich zum Sport
- › Alpen-retour
- › Mobil sein – mobil bleiben**
- › CIM.02 Biel
- › Kundencenter RM

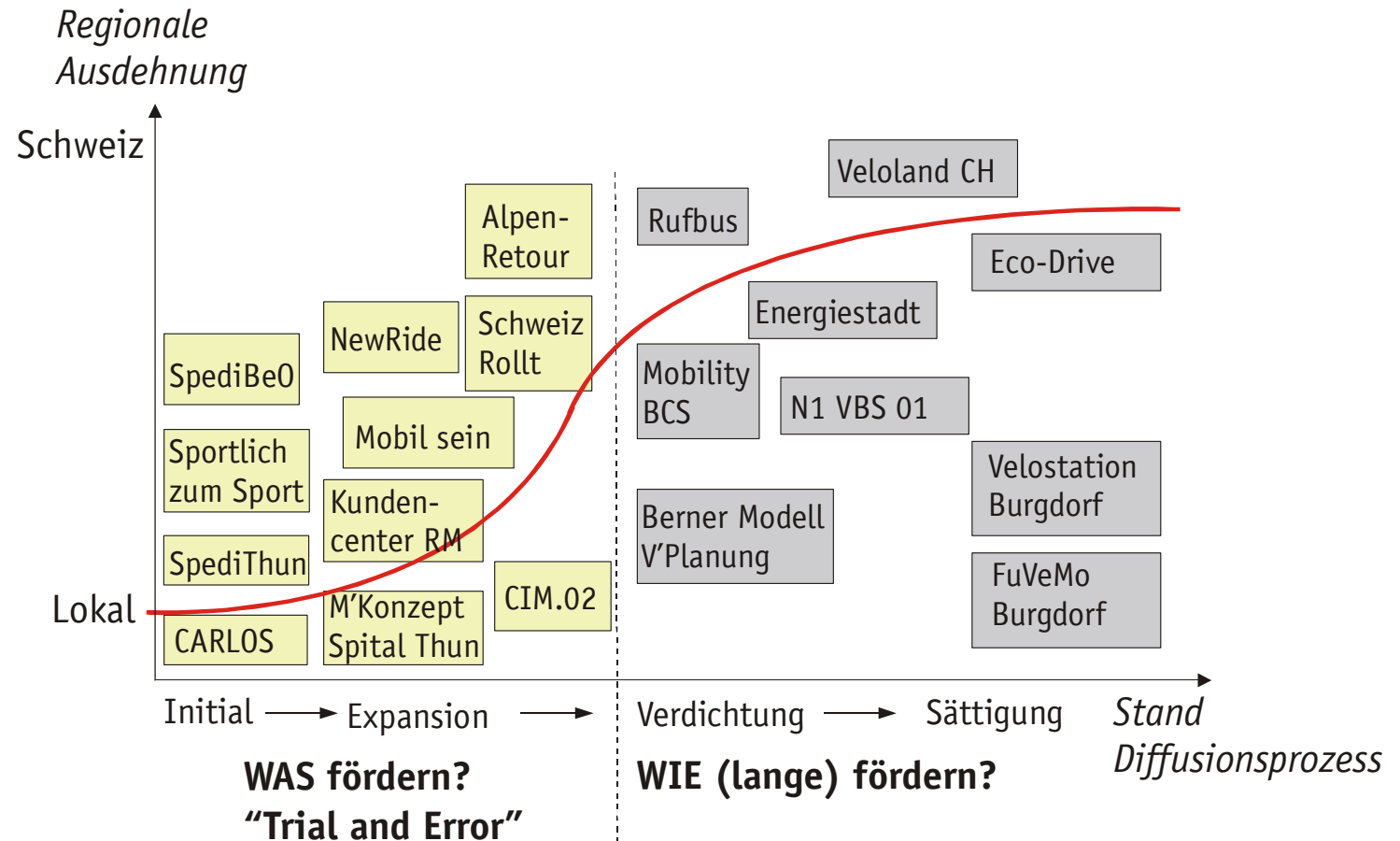
4. Mobilitätskonzepte:

- › FuVeMo Burgdorf
- › M'konzept Spital Thun**
- › Berner Modell der Verkehrsplanung**

** nicht am Berner Verkehrstag vorgestellt

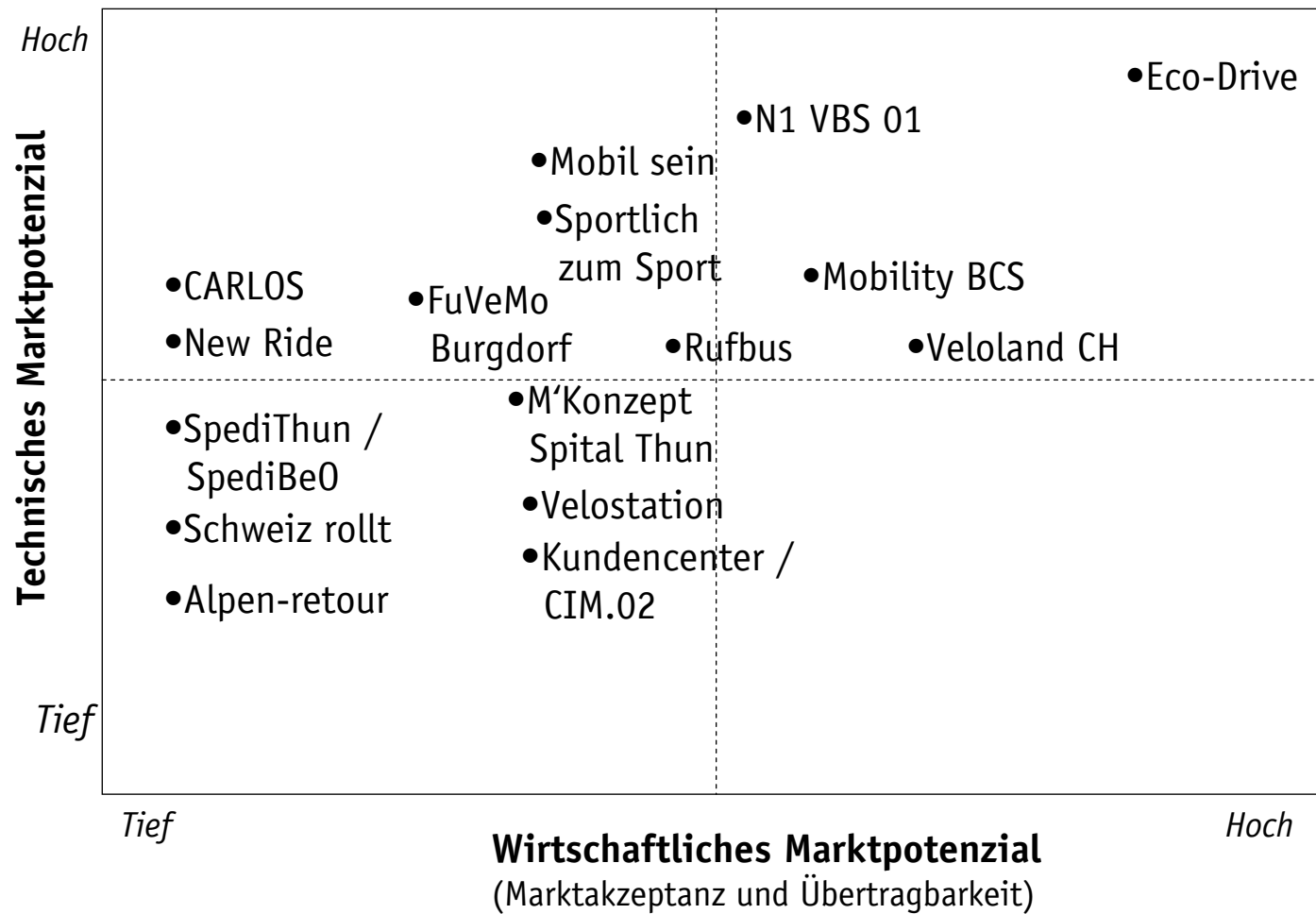
3. Projektüberblick

Der Produktzyklus ist unterschiedlich



4. Wirkungspotenziale

Marktpotenziale (Produktdiffusion)



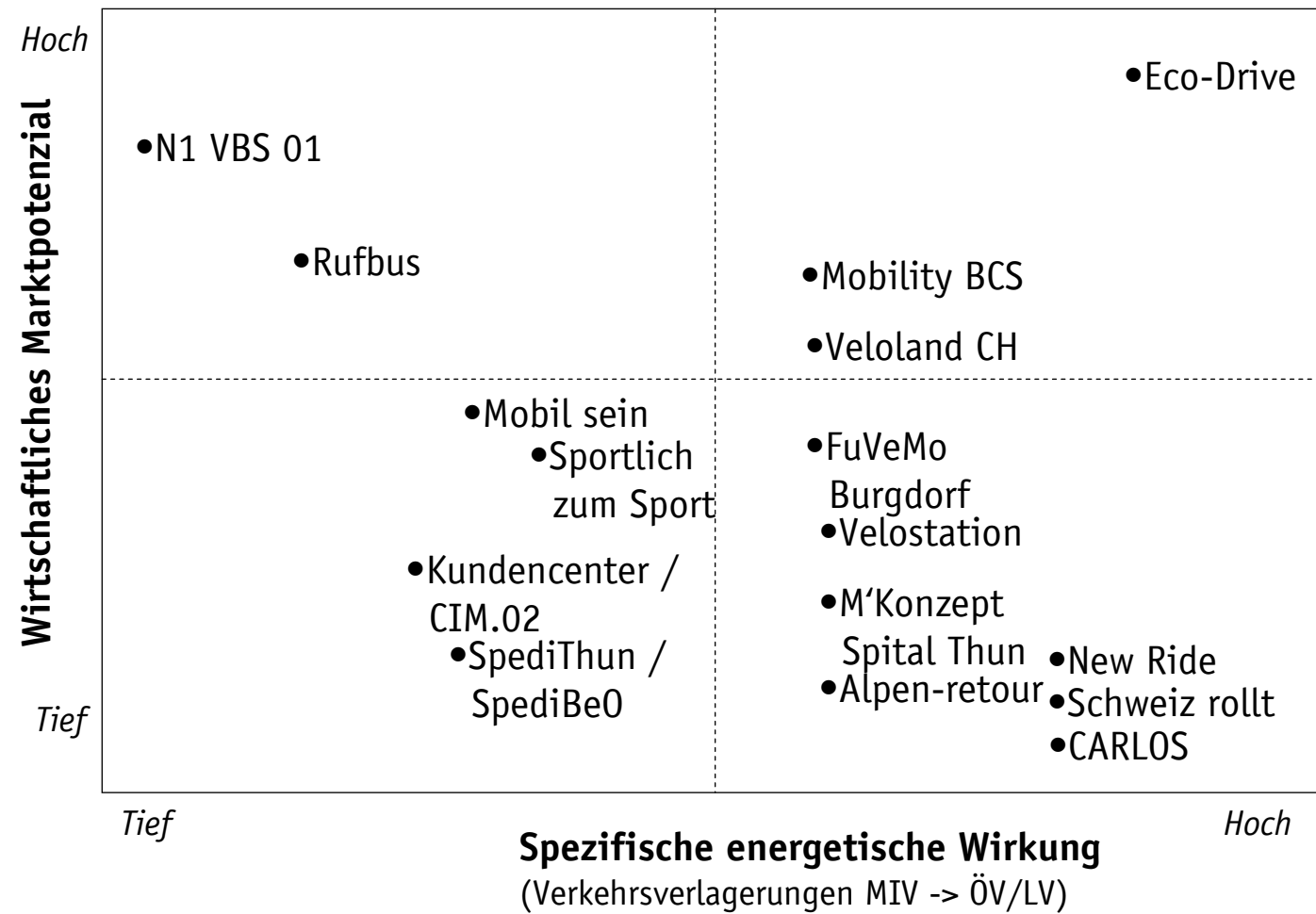
4. Wirkungspotenziale

Marktpotenziale (Produktdiffusion)

- › Die Mehrheit der Projekte hat grundsätzlich ein hohes technisches Marktpotenzial (v.a. Marketingprojekte).
- › Die Übertragbarkeit auf die gesamte Schweiz ist aber nur bei rund einem Viertel der Projekte gewährleistet (z.B. Eco-Drive, Mobility BCS).
- › Zahlreiche Projekte mit tiefem wirtschaftlichen Marktpotenzial: Dort ist die Markttauglichkeit kritisch bzw. noch zu beweisen.

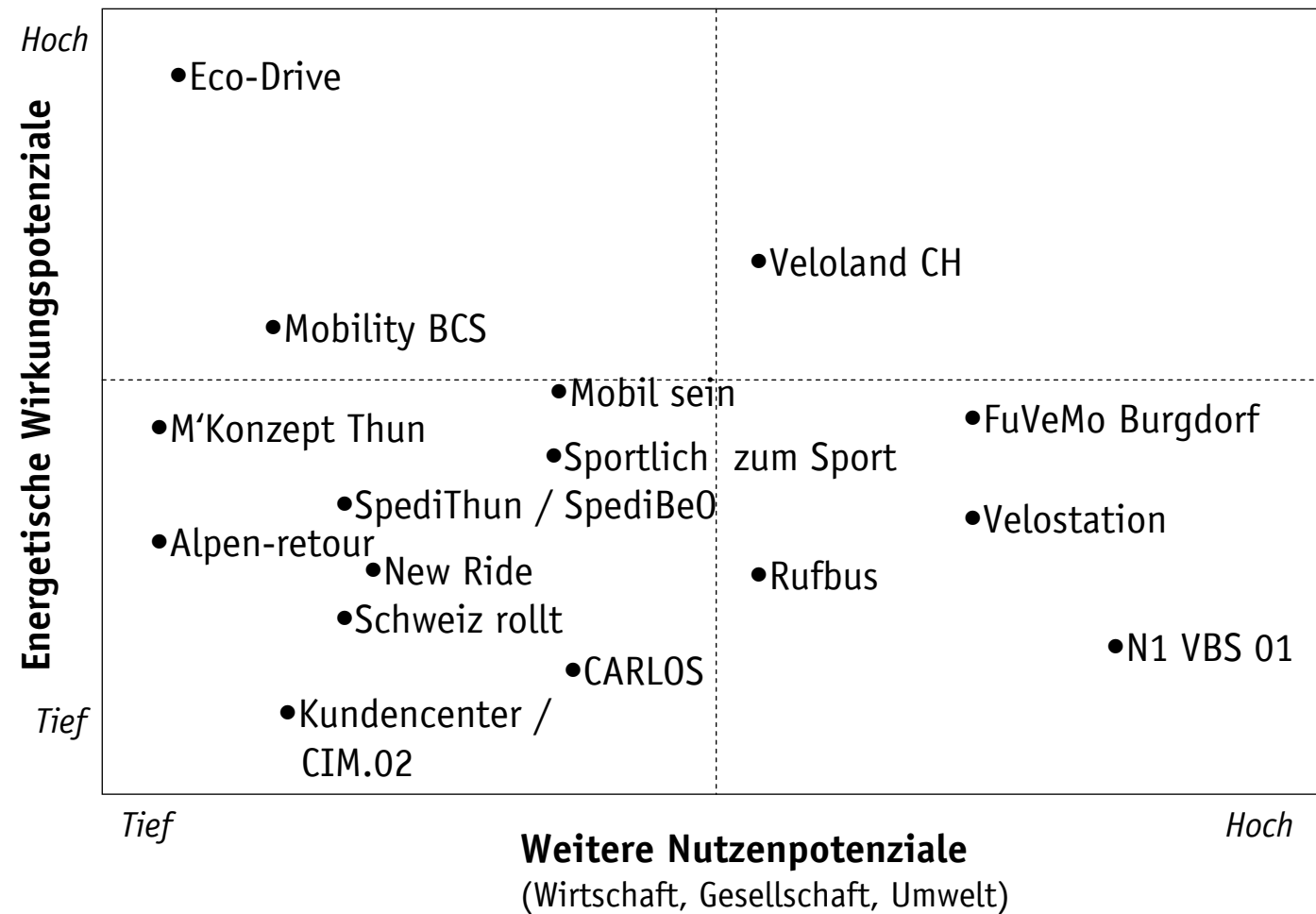
4. Wirkungspotenziale

Energetische Potenziale



4. Wirkungspotenziale

Weitere Nutzenpotenziale



4. Wirkungspotenziale

Energetische Potenziale

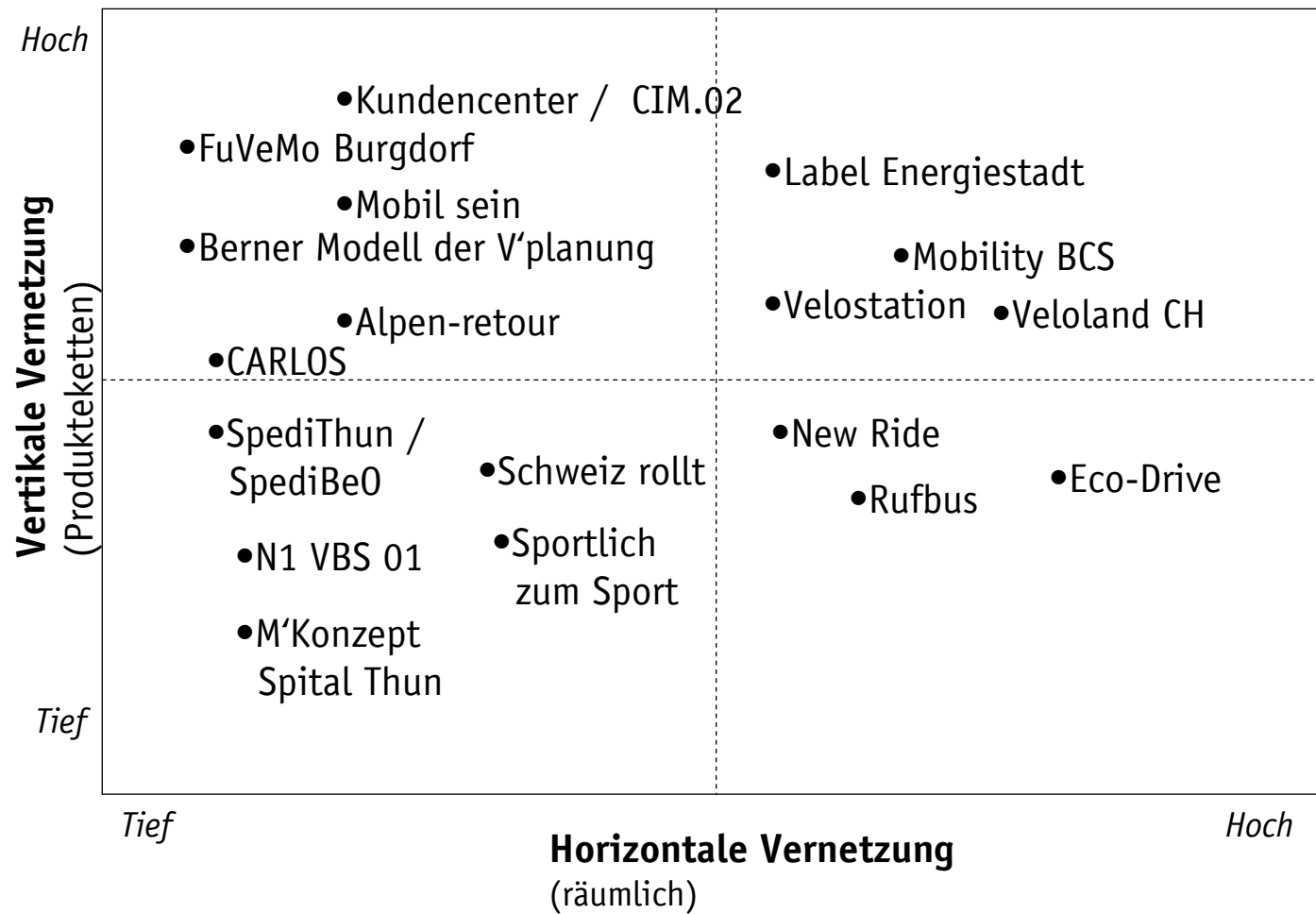
- › Einige Nischenprojekte mit hohem spezifischem Verlagerungspotenzial, aber geringer Durchdringungskraft (z.B. CARLOS, New Ride).
- › Projekte mit mittleren bis grossen Marktpotenzialen, aber unsicher realisierbaren Verhaltensänderungen (v.a. Marketingansätze).
- › Projekte mit insgesamt grossen energetischen Wirkungspotenzialen (schweizweit etablierte Projekte wie Eco-Drive, Mobility BCS), dafür geringeren weiteren Wirkungen.

Fördereffizienz

- › Projekte mit bisher hoher Fördereffizienz, aber zunehmender Sättigung (z.B. Eco-Drive, Veloland).
- › Projekte mit aussichtsreicher Fördereffizienz (Mobility BCS).
- › Projekte mit hohen Investitionen und (noch) unsicheren Wirkungen (z.B. CARLOS, New Ride, Marketingansätze).
- › Projekte mit geringer energetischer, dafür wirtschaftlich-sozialer Relevanz (z.B. Rufbus, Verkehrstelematik, Velostation).

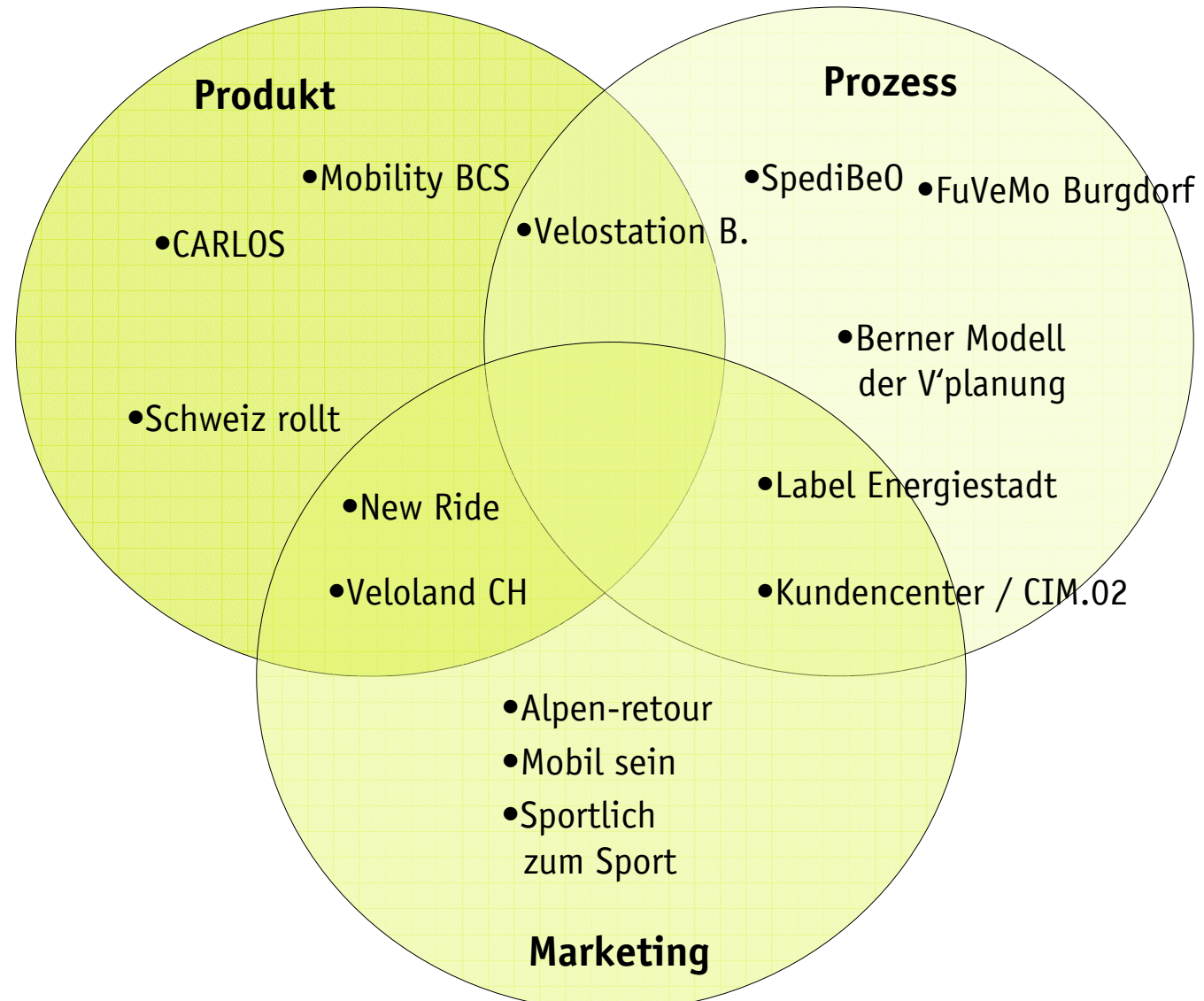
5. Gesamtwürdigung

Vernetzung, Synergien



5. Gesamtwürdigung

Innovative Elemente



Wichtigste Erfolgsfaktoren

Ein Produkt das nachgefragt wird

- › Antwort auf reale Bedürfnisse, Identifikation
- › Integration in Produkte-Kette, v.a. Einbindung des öffentlichen Verkehrs

Professionelle Projektorganisation und Vorgehen

- › Professionelles Marketing und hohe Vernetzung
- › Einbau der politischen Unterstützung
- › konsequent, aber gleichzeitig flexibel und kompromissbereit

Projekt - Controlling

- › regelmässig und transparent

Gezielte Projektunterstützung

- › Anschubfinanzierung wichtig (v.a. für lokal-politische Unterstützung)

Risiken

Gruppe 1 Mobilitätsalternativen

- › Kannibalisierung innerhalb ÖV-Kunden
- › Gärtchendenken, geringe Vernetzung

Gruppe 2 Effizienzsteigerung

- › keine Nachhaltigkeit der Wirkung
- › unerwünschte Nebeneffekte (z.B. Telematik)

Gruppe 3 Marketing/Information

- › Aktionitis ohne klare Produkte
- › keine Wirkungskontrolle

Gruppe 4 Mobilitätskonzepte

- › viele Massnahmen, wenig Umsetzung
- › zu geringe lokale Verankerung

7. Schlussfolgerungen

Gesamteindruck

Das ‚Biotop‘ ist in Bewegung

- › Kein Projekt ist schlecht, aber nicht alle werden überleben
- › Viele Produkte ergänzen sich
- › ‚Trial and Error‘-Erfahrungen sehr viel wert

Kleine Wirkung, grosses Potenzial

- › Professionelles Qualitätscontrolling sichert den Weg
- › Je besser die Rahmenbedingungen, desto grösser das Potenzial

Der Energieverbrauch ist nur ein Faktor

- › Nachhaltige Mobilität steht im Zentrum
- › Nicht alles ist errechenbar!

Velo und ÖV, eine dauernde Hassliebe

- › Der Durchbruch gelingt, wenn weniger Autos im Einsatz sind
- › Zusammenarbeit ist nach wie vor suboptimal

Folgerungen für die Projektoptimierung

Gruppe 1 Konkrete Mobilitätsalternativen

- › ÖV (v.a. SBB) besser einbinden
- › Veloprojekte koordinieren

Gruppe 2 Effizienzsteigerung

- › Engagement im Güterverkehr nach LSVA?
- › Infrastruktur sparen mit Verkehrstelematik?

Gruppe 3 Marketing/Information

- › Fokussieren auf Erfolgsprodukte
- › Mobilitätszentralen in ÖV integrieren
- › Energiestadt als Vernetzungsprojekt pushen

Gruppe 4 Mobilitätskonzepte

- › Die Übertragbarkeit testen

7. Schlussfolgerungen

Folgerungen für die Förderungspolitik

Das Giessen des ‚Biotops‘ ist ein zentraler Pfeiler

- › Nur so kann die Lancierung von neuen Produkten forciert werden
- › Ohne Misserfolge kein Lernprozess

Bedeutung der Evaluation

- › Die Herausforderung: Erfolgreiche Produkte und Selbstläufer identifizieren

Bedingungen für öffentliche Mittel

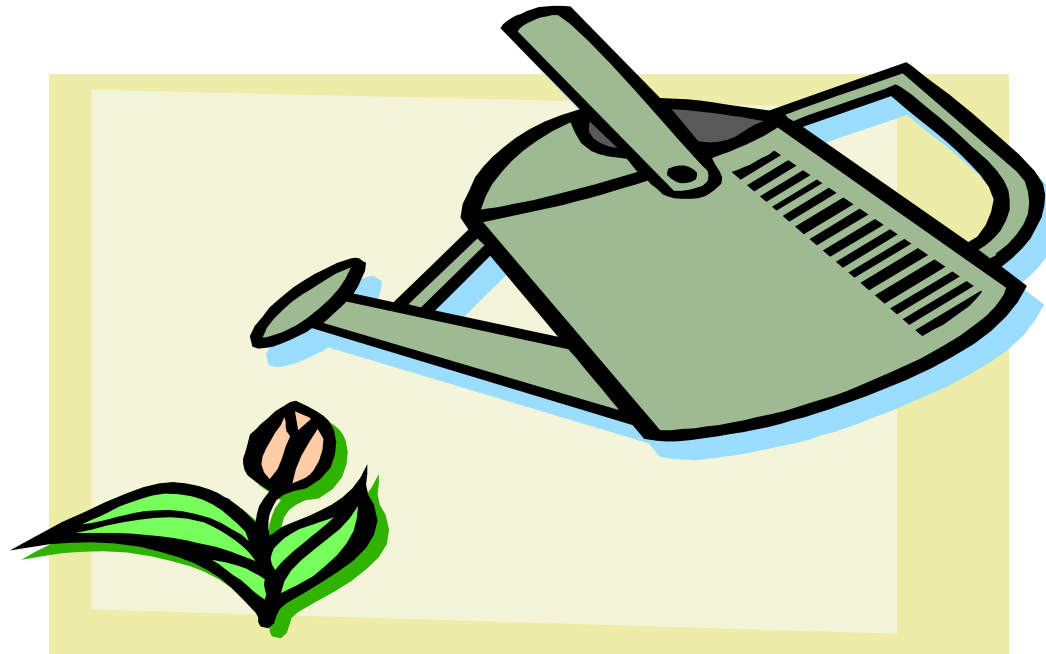
- › Zeitpunkte für Erfolge festlegen, Qualitätscontrolling
- › Gezielter Mitteleinsatz, differenziert nach Produktecharakter

Mittelallokation

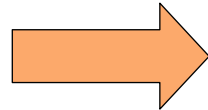
- › Ohne EnergieSchweiz fehlt ein zentraler Akteur !
- › Knappe Mittel nicht nur in erfolgreiche Produkte stecken!

7. Schlussfolgerungen

Welche Blumen würd ich giessen, wenn ich wenig Wasser hätte, aber Regen unsicher ist ?



Die blühenden nur noch sehr gezielt



Die Knospen nur solange wie abgemacht

Die grossen Samen bis sie knospen