

## Mobilitätszentralen: Strategie des Bundes

Mobilitätszentralen bilden zur Förderung der kombinierten Mobilität eine bedeutende Rolle. Der Bund will beim Aufbau und der Entwicklung von Mobilitätszentralen koordinierend und unterstützend wirken. An einer vom Bundesamt für Raumentwicklung ARE und EnergieSchweiz organisierten Tagung wurde über die Strategie des Bundes, den Stand der Arbeiten und bestehende Projekte informiert.

### Weitere Informationen:

Bundesamt für Raumentwicklung ARE  
EnergieSchweiz

[www.are.admin.ch](http://www.are.admin.ch)

[www.energie-schweiz.ch](http://www.energie-schweiz.ch)

20.11.2003

Unterstützt von:



Mobilservice  
c/o Büro für Mobilität AG  
Aarberggasse 8  
3011 Bern  
Fon/Fax 031 311 93 63 / 67

Redaktion: Andreas Blumenstein  
[redaktion@mobilservice.ch](mailto:redaktion@mobilservice.ch)  
Geschäftsstelle: Martina Dvoracek  
[info@mobilservice.ch](mailto:info@mobilservice.ch)  
<http://www.mobilservice.ch>

**a r e**  
.....

Bundesamt für Raumentwicklung  
Office fédéral du développement territorial  
Ufficio federale dello sviluppo territoriale  
Federal Office for Spatial Development



---

## **Mobilitätszentralen**

### **Kickoff-Veranstaltung**

*Mittwoch, 29. Oktober 2003*

*13.30 bis 17.30 Uhr*

*Altes Tramdepot in Bern*

**ARE / EnergieSchweiz**



---

## **Inhaltsverzeichnis**

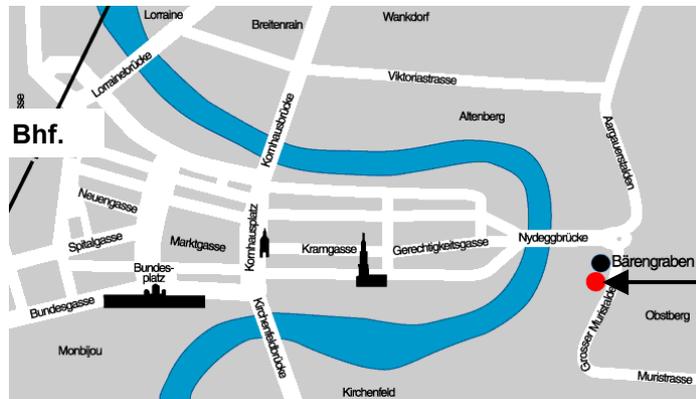
<b>Programm</b>	<b>2</b>
<b>Referate</b>	<b>4</b>
<b>Erich Willi</b>	<b>4</b>
<i>Mobilitätszentralen: Die Position des Bundes</i>	
<i>- Eine Übersicht zur Situation in der Schweiz</i>	4
<b>Guido Müller</b>	<b>13</b>
<i>Standards für den Öffentlichen Verkehr -</i>	
<i>Instrument zur Steigerung der Effizienz und Sicherung der Qualität</i>	13
<b>Daniel Leupi</b>	<b>21</b>
<i>Das Projekt MobilCenter</i>	21
<b>Guido Nydegger</b>	<b>28</b>
<i>Stossrichtung kombinierte Mobilität der SBB</i>	28
<b>Ludger Strathmann</b>	<b>33</b>
<i>Mobilitätszentralen im Bahnhof - Projekte und Gedanken aus Deutschland</i>	33
<b>Caroline Beglinger</b>	<b>38</b>
<i>Die Mobilitätszentrale im Spannungsfeld zwischen Beratung und Verkauf</i>	38
<b>Rudolf Baumann-Hauser</b>	<b>45</b>
<i>Entwicklung von Mobilitätszentralen im Kanton Luzern</i>	45
<b>Hermann Scherrer</b>	<b>50</b>
<i>Anforderungen an Pilotprojekte</i>	50
<b>Ulrich Seewer</b>	<b>54</b>
<i>Nationales Koordinationsnetzwerk Mobilitätszentralen</i>	54
<b>Pierre-Alain Rumley</b>	<b>56</b>
<i>Ausblick:</i>	
<i>Strategische Weiterentwicklung im Politikbereich der kombinierten Mobilität</i>	56
<b>Teilnehmende</b>	<b>59</b>
<b>Anmeldungen</b>	<b>59</b>
<b>ReferentInnen</b>	<b>60</b>
<b>Organisation</b>	<b>60</b>
<b>NZZ-Artikel</b>	<b>61</b>

## Programm

<b>A Überblick - Hintergründe</b>		
13.30	Begrüssung, Einleitung	Hans-Luzius Schmid Programmleiter EnergieSchweiz, Stv. Direktor Bundesamt für Energie, Bern
13.45	Mobilitätszentralen: Die Position des Bundes Eine Übersicht zur Situation in der Schweiz	Erich Willi Berater EnergieSchweiz Mobilität, Metron Verkehrsplanung AG, Brugg
14.00	Standards für Mobilitätszentralen: Erfahrungen aus Deutschland Das SVI-Forschungsprojekt	Guido Müller Institut für Landes- und Stadtentwick- lungsforschung und Bauwesen ILS des Landes Nordrhein-Westfalen, Dortmund
14.20	Das Projekt MobilCenter	Daniel Leupi SchweizMobil, Olten
14.35	Stossrichtung kombinierte Mobilität der SBB	Guido Nydegger SBB Personenverkehr, Projektleiter First & Last Mile, Bern
14.50	Diskussion	
15.10	Pause	
<b>B Beispiele</b>		
15.30	Aufwertung von Bahnhöfen in Deutschland	Ludger Strathmann Agentur BahnStadt, Berlin
15.50	Die Mobilitätszentrale im Spannungsfeld zwischen Beratung und Verkauf Erfahrungen und Weiterentwicklung des Infocenter für Mobilität in Biel während der Expo.02	Caroline Beglinger Leiterin Marketing, Verkehrsbetriebe Biel
16.05	Entwicklung von Mobilitätszentralen im Kanton Luzern	Rudolf Baumann-Hauser Baumann Partners, Luzern
<b>C Weiteres Vorgehen</b>		
16.20	Anforderungen an Pilotprojekte	Hermann Scherrer Leiter Marktbereich Mobilität von Ener- gieSchweiz, Bern
16.35	Idee 'Nationale Koordination'	Ulrich Seewer Verkehrspolitik - Freizeitverkehr, Bundes- amt für Raumentwicklung, Bern
16.50	Diskussion	
17.10	Ausblick: Strategische Weiterentwicklung im Politikbereich der kombinierten Mobilität	Pierre-Alain Rumley Direktor Bundesamt für Raumentwick- lung, Bern
17.25	Apéro	

Die Informationsveranstaltung 'Mobilitätszentralen' richtet sich an Gemeinde- und Kantonsvertreter, Transportunternehmungen, Verkehrsverbände sowie an Planungsfachleute.

### Tagungsort



**Altes Tramdepot**  
Am Bärengraben  
Gr. Muristalden 6  
3006 Bern  
Tel. 031 368 14 15  
[www.altestramdepot.ch](http://www.altestramdepot.ch)

**Altes  
Tramdepot**

### Erreichbarkeit

ab Bahnhof Bern: 5 Min. mit Buslinie 12 bis Station Bärengraben  
(in Richtung Schosshalde)

### Parkplätze

Es hat immer genügend freie PW-Parkplätze in der nächsten Umgebung.  
Grosser Muristalden, Aargauerstalden, Nydeggbrücke und Klösterlistutz.

### Veranstalter

Bundesamt für Raumentwicklung / EnergieSchweiz

### Organisation

Metron Verkehrsplanung AG  
Stahlrain 2, Postfach 253, 5201 Brugg  
Tel. 056 460 91 11  
Fax 056 460 91 00

### Kosten

Die Teilnahme ist kostenlos.

## Referate

### Erich Willi

dipl. Geograf/Verkehrsplaner SVI, Berater EnergieSchweiz Mobilität  
Metron Verkehrsplanung AG, Brugg

#### Mobilitätszentralen:

**Die Position des Bundes - Eine Übersicht zur Situation in der Schweiz**

## Ausgangslage

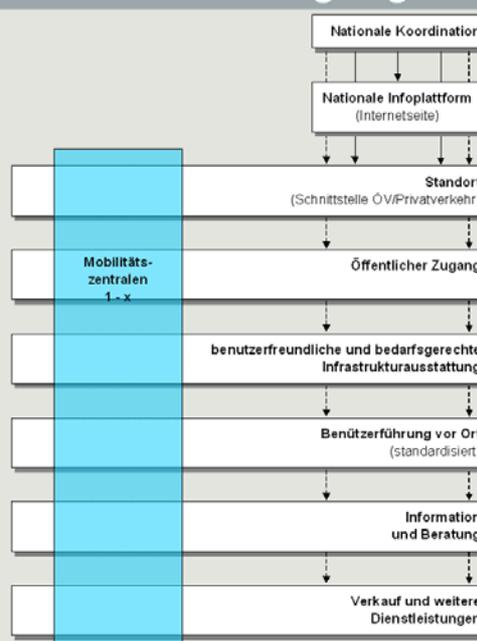
- Die Förderung der kombinierten Mobilität und die Verbesserung der Schnittstellen sind ein zentrales Anliegen des Bundes.
- Verschiedene Anträge zur Unterstützung von Pilotprojekten für Mobilitätszentralen sind hängig. Ein Gesuch MobilCenter für die Vorplanungsphase ist bereits bewilligt.
- Koordiniertes Vorgehen der Bundesämter ARE, ASTRA, BASPO, BAV und BFE im Themenfeld 'Kombinierte Mobilität - Schnittstellen und Information'  
→ Positionspapier 'Mobilitätszentralen' 23.6.2003  
→ heutige Informationsveranstaltung

Erstellt durch metron

2

## Grundsätze und Rahmenbedingungen

Definition Mobilitätszentralen  
(Positionspapier MZ, 23.6.2003)



Erstellt durch metron

3

## Zielsetzungen

- Fördern kombinierte Mobilität
- Stärkere Bindung bisheriger Nutzer an die kombinierte Mobilität und gewinnen zusätzlicher Nutzer
- Umsteigeeffekte - Verbessern Modal-Split im Personenverkehr
- Stärken Langsamverkehr
- Fördern von Autofrei-Lebensstilen
- Energieeinsparungen und Reduktion der Umweltbelastungen

Erstellt durch metron

4

## Massnahmen

### Unterstützen

- von Pilotprojekten (~ 10 Projekte)
- des Aufbaus einer nationalen Infoplattform
- des Aufbaus einer nationalen Koordination

Erstellt durch metron

5

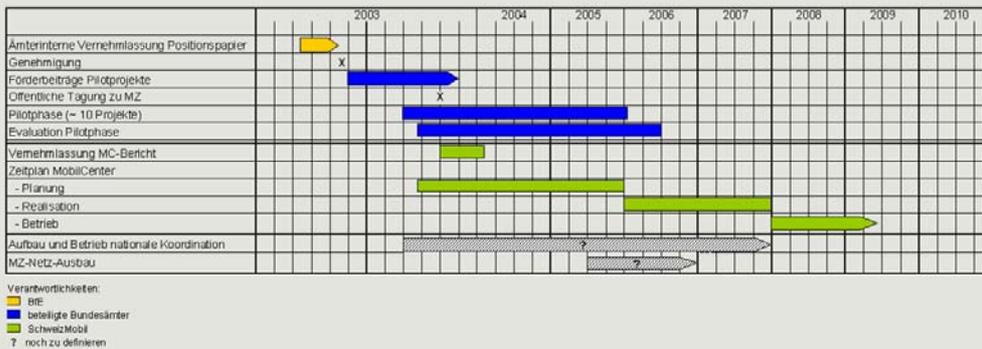
## Finanzierung

- Konzentration des Bundes auf Pilotprojekte und die nationale Koordination
- Auf lokaler Ebene sind Gemeinden, Kantone etc. gefordert

Erstellt durch metron

6

## Umsetzungsplan



Erstellt durch metron

7

## **Übersicht Projekte Mobilitätszentralen**

Die folgende Tabelle und die dazugehörige Landkarte stellt eine Übersicht von Aktivitäten in der Schweiz dar. Sie ist als Diskussionsgrundlage und Anregung zu verstehen. **Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit, d.h. die Liste wird laufend vervollständigt.**

Projekte im Bereich Mobilitätsmanagement und Consulting wurden nicht erfasst. Hingegen wurden neben Mobilitätszentralen im engeren Sinn auch nicht standortgebundene Informationsprojekte einbezogen.

Als Basis für die Einstufung als Mobilitätszentrale im engeren Sinn diente das Positionspapier Mobilitätszentralen des BFE (Juni, 2003)<sup>1</sup>. Eine Mobilitätszentrale ist gemäss diesem Positionspapier eine operative Einheit, die sich mindestens durch folgende 6 Elemente auszeichnet:

- **Standort**

Eine MZ ist an einen Standort gebunden. Es sind dies Umsteigepunkte zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln, z.B. Bahnhöfe und Busstationen. Reine Internetlösungen sind keine Mobilitätszentralen. Hingegen können Internetangebote Bestandteil einer Mobilitätszentrale sein.

- **Öffentlicher Zugang**

Eine MZ ist für die Allgemeinheit, d.h. für alle Interessierten, zugänglich.

- **Infrastruktur**

Zu einer MZ gehört eine benutzerfreundliche und bedarfsgerechte Infrastrukturausstattung. Dazu gehören z.B. direkte, rollstuhlgängige und attraktive Zugänge, Wartehalle, WC, Sitzgelegenheiten, Gepäckaufbewahrung, Veloabstellplätze, Vorfahrt etc. Pilotprojekte werden dazu weitere Erkenntnisse bringen.

- **Benutzerführung**

Eine klare und übersichtliche Benutzerführung mit allgemeinverständlichen, national standardisierten Orientierungstafeln und Piktogrammen gewährleistet die rasche Orientierung auch von Ortsunkundigen.

- **Information und Beratung**

Eine MZ bietet Einheimischen und Auswärtigen umfassende und ortsspezifisch aufbereitete Informationen zur kombinierten Mobilität sowie allgemeine und touristische Informationen zur jeweiligen Ortschaft bzw. Region. Neben der Informationsvermittlung ist die kostenlose persönliche Beratung (face to face oder via Call Center) fester Bestandteil einer MZ.

- **Verkauf und weitere Dienstleistungen**

In einer MZ werden u.a. Billette und Reservationen verkauft, Fahrzeuge vermietet sowie weitere Dienstleistungen und Güter angeboten.

---

<sup>1</sup> Bundesamt für Energie BFE, EnergieSchweiz. Mobilitätszentralen, Positionspapier BFE in Zusammenarbeit mit ARE, ASTRA, BAV und BASPO. Definitive Version vom 23.Juni 2003

## Übersicht Mobilitätszentralen

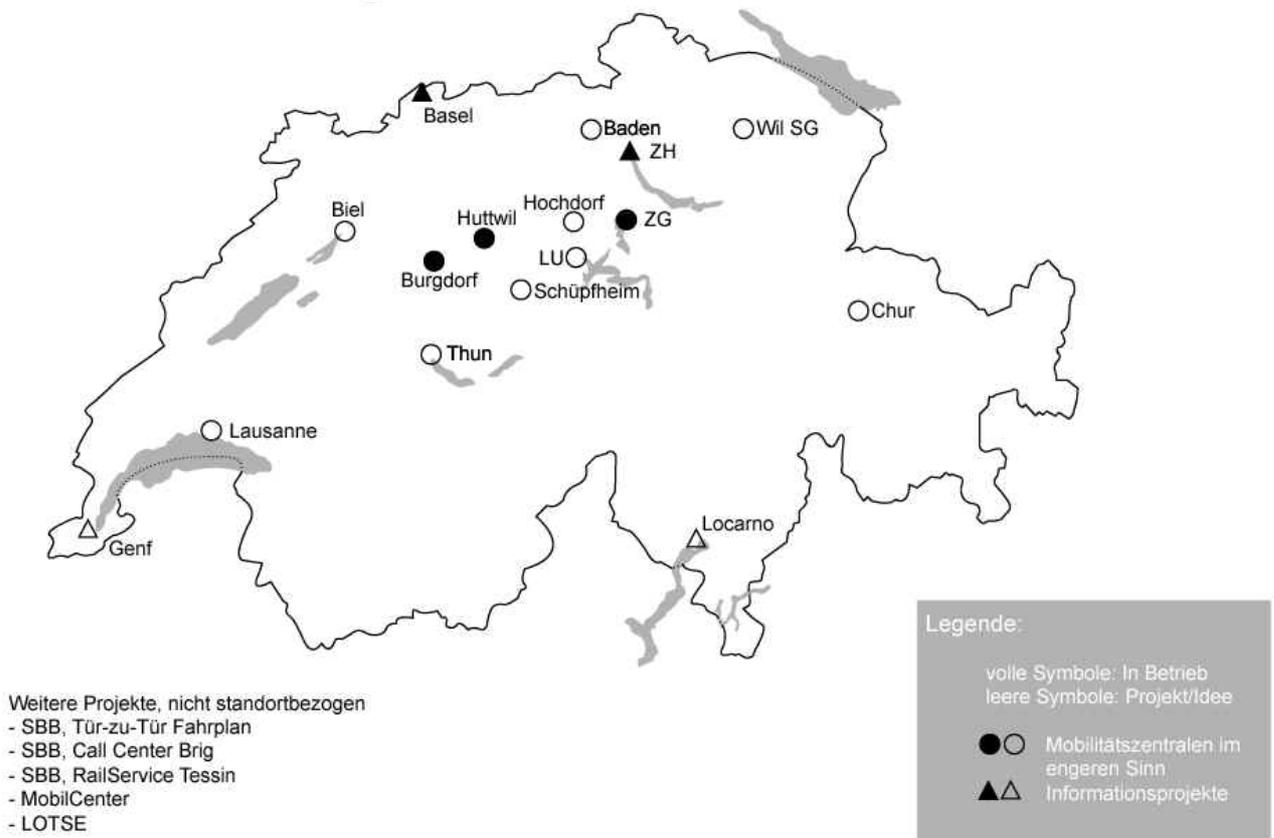


Abbildung:  
Übersicht Projekte Mobilitätszentralen

	Ort, Bezeichnung / Stichwort	Trägerschaft	Angebot	angebotene Mobilitätsprodukte	Anlaufstellen	Status, Zeithorizont	Grundlage der Infos
Standortgebundene Angebote: Mobilitätszentralen im engeren Sinne (1)	Zug, Mobilitätszentrale Bhf. Zug	Tarifverbund Zug	Information, pers. Beratung, Verkauf	ÖV- Information & -Tickets (Zuger Pass Plus: Bahn, Bus, Schiff), CarSharing, Tourismusinfo, Ausflugsideen, verbilligte Taxis	Ticketeria Bahnhof Zug, weitere ÖV- Verkaufsstellen, Internet	in Betrieb, unbefristet	Homepage Tarifverbund Zug
	Burgdorf, Huttwil, Kundencenter RM	RM	Information, pers. Beratung, Verkauf	ÖV: Information & Tickets (in Burgdorf SBB-Billete am angrenzenden SBB-Schalter) CarSharing, Tourismusinformation, Ausflugsideen  Burgdorf: Zusammenarbeit mit Velo-station, Carlos Mitfahrssystem Huttwil: Microscooter- und Rikschaverleih, Rufbus	Kundencenter Bhf. Burgdorf und Huttwil, Internet	in Betrieb, weitere 6-8 kleinere Center auf RM-Netz in Planung	Auskunft RM (Frau Soyka) 09.09.03  Homepage RM
	Lausanne, Centrale de mobilité	T-L, SBB, Taxigesellschaft	Information, pers. Beratung, Verkauf	erste Phase: ÖV- Information & -Tickets (Bahn, Bus, Schiff), Taxibus (Rufbussystem) Publicar, CarSharing, Taxis  später: MIV-Information (aktuelle Verkehrsinformationen, Parkplätze etc.)	Verkaufsstelle, Internet; CallCenter	in Planung, Ende 2004	Auskunft R. Perrin (T-L) 11.09.03
	Biel, Mobilitätszentrale	Tourismus Biel Seeland (TBS), Verkehrsbetriebe Biel	Information, pers. Beratung, Verkauf	1. Phase: Zentrale Anlaufstelle im Zentrum Biel. ÖV: Verkauf, Beratung, Tourismusinformation 2. Phase: Ausbau der Produktpalette (z.B. Velotaxi, CarSharing, Schifffahrt, etc.)	Schalter, Telefon; Internet (gegenseitige Links auf Seiten tpb und TBS)	Projekt, aufbauend auf Erfahrungen Mobilitätszentrale während Expo.02 Umsetzung 1.Phase 2004	Auskunft C. Beglinger, tpb (Sept. 03); Arbeitspapier tpb

	Ort, Bezeichnung / Stichwort	Trägerschaft	Angebot	angebotene Mobilitätsprodukte	Anlaufstellen	Status, Zeithorizont	Grundlage der Infos
Standortgebundene Angebote: Mobilitätszentralen im engeren Sinne (2)	<b>Chur</b> , Regionales Informations- und Mobilitätszentrum (RIZ) Bahnhof Chur	Stadtbus Chur, Freizeit GR, Chur Tourismus, Graubünden Ferien	Information, pers. Beratung, Verkauf	Regionales Informationszentrum (RIZ) für Touristen im Bhf. Chur. Tourismus-Information inkl. Verkauf, ÖV: Stadtbus Chur (deckt ganze Region Freizeit GR ab) und RhB: Information und Verkauf Evtl. Graubünden-Shop mit Karten, Souvenirs etc.  SBB und Postauto-Billete im angrenzenden SBB-Reisebüro	Schalter am Bhf. Chur	Projekt; Umsetzung per 2007 im Zusammenhang mit Umbau Bhf. Chur	Entwurf Betriebskonzept, 3.Okt. 03, Auskunft R. Küng (20.10.03)
	<b>Luzern, Hochdorf, Schüpfheim</b> , Mobilitätszentralen	Stadt Luzern, Gemeinden Hochdorf und Schüpfheim;	Information, pers. Beratung, Verkauf	LU: umfassende Mobilitätszentrale: ÖV-Beratung, -Verkauf, Tourismusinformation, Velostation CarSharing etc.  Hochdorf: MZ mit Schwerpunkt Nahtstelle ÖV-MIV → P+R wichtig  Schüpfheim: MZ mit Schwerpunkt Tourismus-Information	zentrale Anlaufstellen; Internet	Projekte	Angaben und Unterlagen R. Baumann (sept.03)
	<b>Thun</b> , Mobilitätszentrale	Stadt Thun	Information, pers. Beratung, Verkauf	Zusammenführen/Optimieren der bestehenden Angebote im/ um den Bahnhof Thun: -Verkaufs-/Beratungsstellen der 3 Transportunternehmungen SBB, STI, BLS - Thun Tourismus, Verein Höhenweg Thunersee -Velostation, Thun rollt -CarSharing, RailLink	Internet, evtl. Tel., zentrale Anlaufstelle	Projekt in Erarbeitung; Ziel: Dez. 2004	Auskunft Ch. Diez (Fachstelle Umwelt und Mobilität Stadt Thun), 13.10.03

	Ort, Bezeichnung / Stichwort	Trägerschaft	Angebot	angebotene Mobilitätsprodukte	Anlaufstellen	Status, Zeithorizont	Grundlage der Infos
Mobilitätszentralen im engeren Sinne (3)	Baden, Baden-Mobil	Stadt Baden	Information, pers. Beratung	Informationsaufbereitung v.a. Aufarbeitung und verbesserte Darstellung der Mobilitätsinformationen, Mobilitätskarten, einheitliches Internet-Portal, Tür-zu-Tür-Fahrplan, tel. Hotline; mittelfristig: Anlaufstelle am Bahnhof	Internet; versch. Druckerzeugnisse; Netz- und Linienpläne; tel. Hotline mittelfristig: Anlaufstelle am Bahnhof	Projekt, z.T. in Umsetzung	Schlussberichte Baden-Mobil (synergo, metron) Dez. 2002
	Will SG, Kompetenzzentrum für Mobilität (KOMMO)	Umwelt-Taxi	Information, pers. Beratung, Verkauf	kfr.: Taxi, Velotaxi, CarSharing, RailPlus, Mobilitätsberatung mfr.: inkl. ÖV-Information	Internet, BeratungsCorner, Telefon	Projekt	Auskunft von P. Schwendimann (Umwelt-Taxi Wil) 11.09.03
Informationsprojekte (1)	SBB, Tür-zu-Tür-Fahrplan	SBB	Information	Tür-zu-Tür-Fahrplan	Internet	in Betrieb, noch nicht alle regionalen TU eingeschlossen	Homepage SBB
	SBB, CallCenter Brig	SBB	Pers. Beratung, Verkauf	ÖV-Information, einheitliches Portal für die ganze CH	Telefon	in Betrieb	Tel. Auskunft G. Nydegger (SBB), 09.09.03
	Tessin, RailService SBB	SBB	Pers. Beratung, Verkauf	Informationsdienst der SBB Tessin bietet zusätzlich Elektroautos, Info zu Postauto	Telefon	in Betrieb	Tel. Auskunft G. Nydegger (SBB), 09.09.03
	ZVV: Homepage, ZVV-Contact	ZVV	Information, Verkauf	ÖV-Information; Tür-zu-Tür-Fahrplan für den Kt. ZH; Information über nächstgelegene Mobility-Standorte; Fly& Rail Information  Tourismusinformation, Ausflugtipps; Wetter  Call Center für ÖV-Informationen	Internet, Telefon	in Betrieb	Homepage ZVV

	Ort, Bezeichnung / Stichwort	Trägerschaft	Angebot	angebotene Mobilitätsprodukte	Anlaufstellen	Status, Zeithorizont	Grundlage der Infos
Informationsprojekte (2)	Basel, Trans3	Trans3, Unterstützung Projektstudie durch EU, Anerkennungspreis Prix Pegasus  beteiligt:: div. TU, öff. Ämter, Betreiber Parkleitsystem, Viasuisse und andere	Information	Multimodale Verkehrsinformation für die Region Basel. Wegzeitvergleiche mit verschiedenen Transportmitteln: ÖV, MIV, Fahrrad, zu Fuss  Echtzeit- Verkehrsinformation	Internet	Testversion in Betrieb	Homepage Trans3, Projektunterlagen Prix Pegasus, veröffentlicht mit Genehmigung der Projektverantwortlichen
	MobilCenter	SchweizMobil	Information	alle Informationen zur kombinierten Mobilität (ÖV, LV, MIV); touristische Informationen	Internet	Projekt; ab 2006	E. Willi, 21.10.03
	LOTSE	Tribecraft AG	Beratung	transportsystemunabhängiges interaktives Personenleitsystem: Ortung, Fahrplaninformation, Taxibereitstellung	Telefon	Projekt	Projektunterlagen Prix Pegasus, veröffentlicht mit Genehmigung der Projektverantwortlichen
	Genf, ModiCity	Etat de Geneve, DIAE	Information	Internet-Information über die Nachhaltigkeitsauswirkungen verschiedener Verkehrsmittel auf beliebigen Relationen, Ziel :Bewusstseinsbildung <b>nicht MZ im eigentlichen Sinn</b>	Internet	Projekt	Projektunterlagen Prix Pegasus, veröffentlicht mit Genehmigung der Projektverantwortlichen
	Locarno, piattaforma ZELO	AssoVEL2	Information, Beratung	Informationsplattform mit verschiedenen Einzelprojekten (neue ÖV-Tageskarte; Elektrobike- und Velovermietung); evtl. mittelfristig auch Infozentrale für Verkehrsoptimierung	noch offen	erste Bestrebungen im Gang; Einzelprojekte z.T. in Umsetzung	Tel. Auskunft R. Domeniconi 27.10.03

## **Guido Müller**

**Dipl.-Geogr.,  
Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des  
Landes Nordrhein-Westfalen; Fachbereich Mobilität und Siedlungsent-  
wicklung, Dortmund**

im Rahmen des Projektes

### **Standards für den Öffentlichen Verkehr - Instrument zur Steigerung der Effizienz und Sicherung der Qualität**

---

#### **Standards für Mobilitätszentralen - Zusammenfassung**

##### **Ausgangslage und Projektziele**

- Mobilitätszentralen sind Serviceeinrichtungen, die Informationen und Dienstleistungen rund um die Mobilität anbieten und verkehrsmittelübergreifend bündeln. Sie finden in Deutschland zunehmende Verbreitung, wobei Trägerschaft, Dienstleistungspalette und Rahmenbedingungen bisher sehr unterschiedlich sind. Grundidee des Projektes ist es, den Kunden eine verlässliche Dienstleistungsqualität zu bieten, die zugleich für die Betreiber wirtschaftlich ist.
- Nordrhein-Westfalen bildet mit Mobilitätszentralen in Wuppertal, Münster, Bonn, Hamm und Bielefeld bzw. Servicecentern im Münsterland und Ost-Westfalen einen Schwerpunkt der Entwicklung. Fördermöglichkeiten für Mobilitätszentralen bestehen vor allem im Landesprogramm Sicherheit und Service im ÖPNV.
- Ziele dieses Bausteins, der vom ILS im Rahmen des Projekts "Standards im Öffentlichen Verkehr" für das Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen bearbeitet worden ist, sind (a) die Erarbeitung von Qualitätskriterien und Mindeststandards für Mobilitätszentralen, (b) die Entwicklung von Vorschlägen zu deren Umsetzung sowie (c) die Erarbeitung von Empfehlungen für die Förderpraxis in Nordrhein-Westfalen.
- Standardisierung ist ein freiwilliger und offener Prozess, der gemeinsam mit den Akteuren entwickelt wird. Ziel ist die Realisierung von Vorteilen, wie z. B. erhöhter Transparenz und Verbindlichkeit für Kunden und Partner sowie Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit für die Betreiber, ohne durch zu hohe Standards Einstiegshürden aufzubauen oder Innovationen zu unterdrücken.

##### **Methodik der Untersuchung**

- Um die Umsetzungschancen in der Praxis zu erhöhen, erfolgte die Erarbeitung der Mindeststandards in engem Dialog mit den Betreibern. Die Ergebnisse basieren auf einer Literaturanalyse, einer schriftlichen Befragung existierender und geplanter Mobilitätszentralen in Deutschland und einem Projektworkshop. Daneben erfolgte eine erste öffentliche Diskussion zum Thema auf der ILS-Tagung 'Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen' am 7. Dezember 2000. Die Vorschläge sind zum Abschluss mit Trägern nordrhein-westfälischer Mobilitätszentralen rückgekoppelt und überarbeitet worden.

### Standards und Empfehlungen

- Aus Betreibersicht weist eine *Mobilitätszentrale gegenüber einem Kundencenter* eine breitere Angebotsvielfalt, einen Schwerpunkt auf der Beratung und eine stärkere Service- und Kundenorientierung auf.
- Die *Notwendigkeit von Mindestqualitätsstandards* ist unumstritten. 98 % der Befragten stimmen dieser Notwendigkeit zu. Allerdings werden auch Vorbehalte geäußert: 56 % meinen, Mobilitätszentralen seien als lokale Produkte nur schwer zu standardisieren. Die Bereiche Personal/Qualifikation sowie Serviceangebot und Außendarstellung werden am häufigsten als vorrangige Handlungsfelder für die Etablierung von Mindeststandards genannt.
- Die folgende Tabelle gibt die Projektergebnisse in Form von *Standards* und *Empfehlungen* in zehn wichtigen Bereichen wieder. Dabei bezeichnen Standards alle Mindeststandards, die von einer vollwertigen Mobilitätszentrale erfüllt werden sollten. Die Empfehlungen sind Ratschläge im Sinne einer "best practice", die gute, kundenorientierte Lösungen kennzeichnen, welche sich manchmal nur schwer in verbindliche Standards umsetzen lassen.

Handlungsfeld	Standards	Empfehlungen
<b>Serviceangebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ verkehrsmittelübergreifende Information und Beratung („alle Verkehrsmittel der Region“)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <i>Öffentlicher Verkehr</i>: Fahrplan, Tarife, individuelle Fahrpläne, Bedarfsverkehre, Service, Kombinationen, Taxi</li> <li>➢ <i>Fahrrad</i>: Routen, Parken, Verleih</li> <li>➢ <i>zu Fuß</i>: Erreichbarkeit, Wege</li> <li>➢ <i>MIV</i>: Car-Sharing, Mietwagen</li> <li>➢ Informationen für Mobilitätsbehinderte</li> </ul> </li> <li>▶▶ Verkauf Fahrkarten lokaler/regionaler ÖPNV sowie Schienenfernverkehr</li> <li>▶▶ Organisation bzw. Buchung bedarfsgesteuerter Verkehre (z. B. AST, TaxiBus)</li> <li>▶▶ Ideen- und Beschwerdemanagement</li> <li>▶▶ Öffentlichkeitsarbeit Umweltverbund</li> <li>▶▶ Berücksichtigung der kompletten Servicekette „Information-Beratung-Verkauf“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ stufenweiser Aufbau mit Angebotserweiterung insbesondere:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Stadt-, Tourismus-, Kultur- und Freizeitinformationen</li> <li>➢ Mobilitätserziehung, Mobilitätsberatung für Schulen</li> <li>➢ Beratung von Betrieben</li> <li>➢ Buchen und Koordinieren von Taxi, Car-Sharing, Fahrgemeinschaften, Mietwagen etc.</li> <li>➢ Service mot. Individualverkehr: Parken, Straßenzustand, Routen</li> <li>➢ Vertrieb touristischer Leistungen</li> <li>➢ Verkauf von Shop-Artikeln</li> </ul> </li> </ul>
<b>Personal / Qualifikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Grundqualifikationen:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Grundlagen Mobilitätsangebot und -nachfrage/-verhalten</li> <li>➢ Kommunikation, Konfliktmanagement</li> <li>➢ Datengrundlagen und -management</li> </ul> </li> <li>▶▶ spezifische Aus- bzw. Weiterbildung</li> <li>▶▶ regelmäßige Fortbildungen/Coaching</li> <li>▶▶ Differenzierung von Zuständigkeiten: Leitung, Servicemitarbeiter/-innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ Voraussetzungen der Mitarbeiter/-innen:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Servicementalität</li> <li>➢ kommunikative und soziale Kompetenz</li> <li>➢ Ortskenntnisse und Ortsidentifikation</li> </ul> </li> <li>▶▶ sorgfältige, unabhängige Personalauswahl</li> <li>▶▶ Teilzeitkräfte für Anpassung an Bedarf</li> <li>▶▶ Weiterentwicklung des spezifischen Berufsbildes „Mobilitätsberater“</li> </ul>
<b>Trägerschaft / Kooperationen</b>	keine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ engagierter Träger mit genügend Ressourcen für den mittelfristigen Bestand</li> <li>▶▶ Beteiligung des/der lokalen/regionalen Verkehrsunternehmen/s als Regelfall</li> <li>▶▶ Doppelträgerschaft Kommune/ Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen sinnvoll</li> <li>▶▶ leistungsfähige Allianzen, um Integrations- und Kommunikationsaufgaben zu meistern</li> </ul>

<b>Handlungsfeld</b>	<b>Standards</b>	<b>Empfehlungen</b>
<b>Finanzierung</b>	<i>keine</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Nutzung von Förderprogrammen bei Investitionen</li> <li>» Kostenaufteilung zwischen den Kooperationspartnern zur Senkung von laufenden Ausgaben (Synergieeffekte)</li> <li>» Umlagefinanzierung nach Anteil der Anfragen zum eigenen Produkt</li> <li>» Sockelfinanzierung durch Aufgabenträger</li> <li>» einfache Auskünfte in jedem Fall gebührenfrei</li> <li>» ggf. geringe Gebühren für umfangreiche Beratung sowie Honorare für Consulting</li> </ul>
<b>Zugang / Medien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Dienstleistungen sowohl in persönlicher Beratung als auch über Telefon</li> <li>» ergänzende Nutzung weiterer Medien wie Fax, E-Mail, Brief</li> <li>» Internetangebot mit Beschreibung des Leistungsangebots und Kontakt/ Erreichbarkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Trennung von persönlichem und telefonischem Geschäft bei hoher Anzahl der Kundenkontakte</li> <li>» Angebot aller Leistungen über Internet und für mobile Endgeräte (Mobiltelefon, Personal Digital Assistant (PDA), etc.)</li> <li>» Touch-Screen Service oder Infosäulen im öffentlichen Raum oder in SB-Filialen</li> </ul>
<b>Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» zentraler Standort mit guter Erreichbarkeit, insbesondere mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes: <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 1a-City-Lage mit hoher Passantenfrequenz, z. B. Fußgängerzone</li> <li>➢ Umsteigeknoten des Öffentlichen Verkehrs</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» in Großstädten auch dezentrale Filialen in gut erreichbaren Lagen von Nebenzentren (ggf. in Form von Selbstbedienungsfilialen)</li> </ul>
<b>Öffnungs- und Sprechzeiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» in Anlehnung an allgemeine Geschäftszeiten: <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ mindestens zehn Stunden durchgehend (Mo - Fr)</li> <li>➢ mindestens fünf Stunden (Sa)</li> </ul> </li> <li>» Telefonerreichbarkeit mindestens 6-22 Uhr (Mo - Sa) und 9-22 Uhr (So)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Sonntagsöffnung insbesondere in Tourismusgebieten und/oder Großstädten</li> <li>» Telefonservice möglichst 24 Stunden bei ggf. eingeschränktem Leistungsangebot in den Randzeiten</li> </ul>
<b>Ausstattung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» mindestens zwei Beraterplätze</li> <li>» Sitzmöglichkeit für den Kunden (mit Bildschirmansicht) an mindestens einem Platz</li> <li>» EDV-Ausstattung, Software und Telefonanlage nach Art der Aufgaben; Internetzugang</li> <li>» Prospektauslage und Infowände, -säulen oder -bildschirme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» mindestens 30-40 m<sup>2</sup> Nutzfläche (plus Sozialräume)</li> <li>» separate Sitzecke für Kunden</li> <li>» Spielecke für Kinder</li> <li>» Back-Office bzw. weiterer Raum (z. B. für Veranstaltungen)</li> </ul>
<b>Informationsquellen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Prozessmanagement bei der Informationsbeschaffung und -aktualisierung</li> <li>» elektronische Fahrpläne des Öffentlichen Verkehrs (bundesweit) nach Stand der Technik</li> <li>» mindestens aktuelle Printmedien zu allen Verkehrsangeboten der Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» möglichst hoher Anteil von Online- bzw. dynamischen Informationen, auch über Intranet</li> <li>» Etablierung von regionalen Informationsplattformen</li> <li>» Kooperation mit anderen Leitzentralen, Leitstellen oder Mobilitätszentralen</li> </ul>
<b>Außendarstellung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Nutzung eines bundesweit einheitlichen Namenszusatzes (noch zu entwickeln)</li> <li>» Nutzung eines bundesweit einheitlichen Symbols (auch für Wegweisung und Stadtpläne) (noch zu entwickeln)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» eigenes Corporate Design oder Einbindung in CD der Trägerorganisation</li> <li>» Nutzung einer (bundesweit) einheitlichen Telefonnummer (bei Einhaltung von Mindeststandards bei der Auskunft)</li> </ul>

### **Qualität durch die Orientierung an Prozessen**

- Eine qualitativ hochwertige Dienstleistung ergibt sich nicht allein durch eine additive Sicherstellung der genannten Standards zu einzelnen Aspekten von Mobilitätszentralen. Zum Ziel der Qualitätssteigerung gehört ebenso die *Optimierung der Abläufe*. Prozessoptimierung und eine kontinuierliche Verbesserung sind wichtige Inhalte eines Qualitätsmanagements.

- Die internationale Norm ISO 9000:2000 benennt Prinzipien für ein *Qualitätsmanagement*, welche gut auf Mobilitätszentralen übertragen werden können. Dazu gehören u. a. kundenorientierte Organisation, Führung, Einbeziehung der Mitarbeiter/-innen, Prozessorientierung, ständige Verbesserung, Entscheidungen auf Basis regelmäßiger Daten. Das in Europa verbreitete EFQM-Qualitätsmodell, welches diese Prinzipien berücksichtigt, ist auch für Mobilitätszentralen anwendbar. Es basiert auf der gleichzeitigen Betrachtung von Menschen, Prozessen und Ergebnissen.
- Als *Einstieg in eine Qualitätspolitik* bei Mobilitätszentralen mit vertretbarem Aufwand werden folgende Elemente vorgeschlagen: (1) Zielplanung (Festlegung von Leitbild, strategischen und operationalen Zielen), (2) Analyse der zentralen Prozesse (Zuständigkeiten und Schnittstellen), (3) Kundenorientierung (Zielgruppendefinition, Beschäftigung mit Kundenerwartungen und -zufriedenheit) (4) Erfolgskontrolle auf Basis der festgelegten Ziele und regelmäßiger Erfolgsmessung.

### **Umsetzung der Standards**

- Die Vorschläge zu Standards sind weiter mit den Beteiligten abzustimmen. Grundsätzlich ist die *Diskussion* mit den Betreibern von Mobilitätszentralen sowie normsetzenden Institutionen wie dem Verband der Deutschen Verkehrsunternehmen (VDV) und der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV), die Ausschüsse zu Mobilitätsmanagement und Mobilitätszentralen haben. Die kommunalen Spitzenverbände sollten einbezogen werden, da Kommunen neben der direkten Trägerschaft von Mobilitätszentralen die Verankerung von Qualitätsmerkmalen in Verkehrsentwicklungsplänen und Nahverkehrsplänen zukommt.
- Eine *bundesweite Vernetzung der Mobilitätszentralen* fördert die Umsetzung und stellt einen Schritt der Professionalisierung dar. Sie ist bei der Entwicklung gemeinschaftlicher Strategien wie einheitlichem Namenszusatz, Symbol oder Telefonnummer von maßgeblicher Bedeutung. Alternative Möglichkeiten sind die Formierung eines Netzwerkes unter dem Dach einer bestehenden Organisation oder der Aufbau einer eigenständigen Organisation.
- Mobilitätszentralen sind auch in Zukunft teilweise auf übergeordnete *Fördermittel* angewiesen. Die Verknüpfung der Vergabe von Fördermitteln an Mindestqualitätsstandards ist ein wirkungsvolles Mittel zur Umsetzung von Standards. Dabei sind Bundes-, Landes- und regionale Ebene angesprochen. Auf Bundesebene sollten die Mobilitätszentralen explizit in den Förderkatalog des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) aufgenommen werden.
- Bisher sind Mobilitätszentralen in Nordrhein-Westfalen z. T. aus dem Landesprogramm "Sicherheit und Service im ÖPNV" gefördert worden. Grundsätzlich können die in diesem Bericht vorgeschlagenen Standards in das Programm integriert werden. Da das Programm bisher aber wenig verkehrsmittelübergreifend angelegt ist, scheint es empfehlenswerter, für den Bereich der Mobilitätszentralen ein *eigenständiges Programm* aufzulegen, welches der Vielfalt der möglichen Betreibermodelle gerecht würde und gleichzeitig die Wahrnehmbarkeit bei den potenziellen Trägern und in der Öffentlichkeit deutlich erhöht.
- Eine weitere Möglichkeit sind *Förderrichtlinien auf regionaler Ebene*. Hierfür bieten sich die Zweckverbände als Aufgabenträger des ÖPNV bzw. SPNV an, wobei allerdings der verkehrsmittelübergreifende Ansatz gewährleistet werden muss. Vorbilder für eine verbundweite Einrichtung von Mobilitätszentralen sind z. B. der Rhein-Main-

Verkehrsverbund oder der Zweckverband Großraum Braunschweig, der ein eigenes Förderprogramm für Mobilitätszentralen aufgelegt und hier entsprechende Richtlinien mit Mindeststandards fixiert hat.

- *Gütesiegel* sind Hilfsmittel bei der Entscheidungsfindung von Kunden. Sie geben aber keine Garantie für eine bestimmte Leistungsgüte der Dienstleistung. Für die Anbieter sind Gütesiegel in erster Linie ein Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb. Da sich Mobilitätszentralen in ihrer Region in der Regel nicht dem Wettbewerb stellen müssen, erscheint die Entwicklung eines entsprechenden Gütesiegels derzeit nicht vorrangig zu sein.
- Die Einführung eines *Qualitätsmanagements* bei Mobilitätszentralen wird empfohlen. Dabei gibt es auch ohne umfassendes Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9000:2000 Ansatzpunkte für die zielorientierte Entwicklung von Qualitätskriterien und deren kontinuierliche Verbesserung.
- Der *Aufbau von Mobilitätszentralen* geschieht oft in einem schrittweisen Prozess unter Anknüpfung an bestehende Einrichtungen wie Kundencenter. Die Ermöglichung eines weichen Übergangs sollte nicht zur Aufweichung von Standards führen. Für die Kunden muss klar erkennbar bleiben, was von einer Mobilitätszentrale erwartet werden kann. Das Projekt unterscheidet zwei Stufen auf dem Weg zu einer vollen Mobilitätszentrale. Ein Servicecenter konzentriert sich auf den Öffentlichen Verkehr, arbeitet aber unternehmens- und verkehrsträgerübergreifend. Ein erweitertes Servicecenter stellt eine Übergangsstufe dar, bei der erste verkehrsmittelübergreifende Dienstleistungen aufgebaut werden. Eine Mobilitätszentrale schließlich arbeitet komplett verkehrsmittelübergreifend nach den aufgestellten Standards.
- Mobilitätszentralen sind auch im *ländlichen Raum* möglich, wie erste Einrichtungen in kleineren Orten (z. B. Alsfeld oder Jever) zeigen. Die in diesem Projekt entwickelten Standards sind im Hinblick auf Mobilitätszentralen für den städtischen Raum formuliert worden und bedürfen im ländlich-regionalen Kontext einer Modifikation. In der Fläche bietet sich eher ein *dezentrales Konzept* für die Erbringung von Mobilitätsdienstleistungen an, mit der telefonischen Beratung als tragender Stütze. Ein erster Einstieg in eine Mobilitätszentrale kann über die Nutzung und behutsame Erweiterung vorhandener Strukturen (z. B. Bürgerbüros, Kundencenter oder Beratungsstellen) erfolgen. Für ein übergreifendes Konzept mit Qualitätsstandards und für die fachliche Qualifikation der entsprechenden Mitarbeiter/-innen ist in jedem Fall zu sorgen.

### Empfehlungen für Handlungsschritte des Landes NRW zur Umsetzung der Standards

#### Information

- ▶▶ Publikation der Standards und Empfehlungen in einer Broschüre
- ▶▶ Aufnahme von Basisinformationen zu Mobilitätszentralen im Internetangebot des MWMEV
- ▶▶ Unterstützung einer Informationseinrichtung für weitere Informations- und Beratungsangebote zu Mobilitätszentralen
- ▶▶ Erarbeitung einer Broschüre zur Qualitätssicherung bei Mobilitätszentralen

#### Netzwerkbildung

- ▶▶ Unterstützung der Netzwerkbildung durch Einberufung einer "Betreiberrunde NRW"
- ▶▶ Erarbeitung eines landeseinheitlichen Symbols und eines landeseinheitlichen Namenszusatzes
- ▶▶ Initiative zur bundesweiten Kooperation und Standardisierung z. B. über die Verkehrsministerkonferenz der Länder

#### Förderung

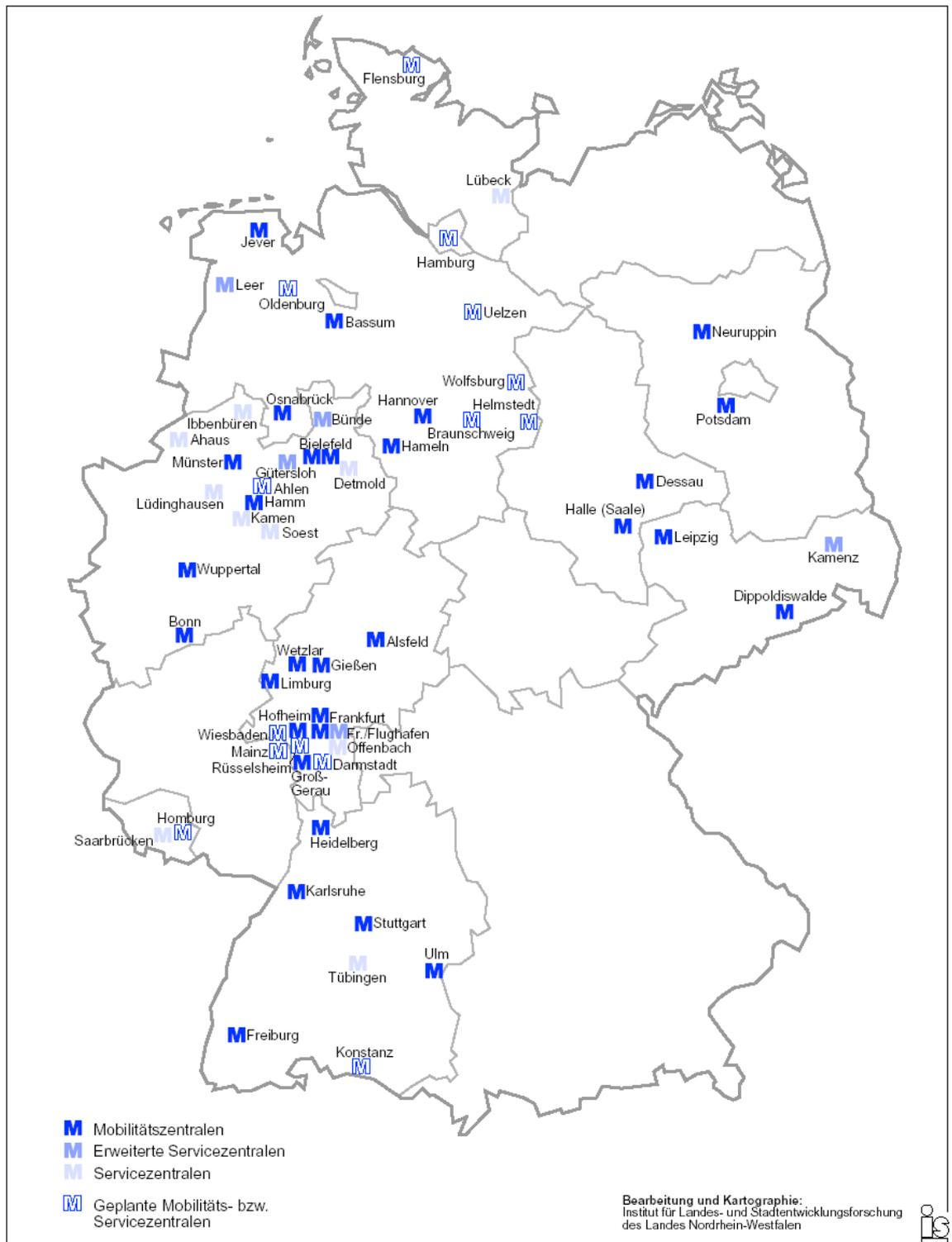
- ▶▶ Initiative zur Ergänzung des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) zur Aufnahme von Mobilitätszentralen als Fördergegenstand bzw. Ergänzung der Förderrichtlinien Stadtverkehr NRW (FöRi-Sta) im gleichen Sinne
- ▶▶ Auflage eines Förderprogramms "50 Mobilitätszentralen für NRW" mit expliziter Verankerung der Qualitätsstandards  
alternativ: Erweiterung des Landesprogramms "Sicherheit und Service im ÖPNV" um verkehrsmittelübergreifende Mobilitätszentralen bei gleichzeitiger Verankerung der Qualitätsstandards

#### Ausblick

- Neben dem Thema Qualitätssicherung gibt es weitere Aspekte, welche die Diskussion um die Mobilitätszentralen derzeit bestimmen. Hierzu gehören die *dauerhafte Finanzierung* und Absicherung der Mobilitätszentralen sowie eine *Erfolgskontrolle* bezüglich ihrer Wirkungen.
- Die Kooperation von Kommune/Aufgabenträger und Verkehrsunternehmen (und ggf. weiterer Partner) spielt eine wichtige Rolle, da eine sich durch Nutzerentgelte selbst finanzierende Mobilitätszentrale nicht realistisch ist. Eine *Umlagefinanzierung* durch die Mobilitätsanbieter, die einen Nutzen aus der Einrichtung ziehen – bei gegebener *Sockelfinanzierung* durch die Aufgabenträger – stellt eine plausible Möglichkeit der mittel- bis langfristigen Finanzierung dar.
- Erste *Evaluationen* zeigen zufriedene Kunden, meist steigende Nutzerzahlen und liefern erste Indizien für einen Umstieg vom Pkw auf den Umweltverbund in der Größenordnung von etwa 5 %. Es fehlen aber flächendeckende Aussagen über die Effekte von Mobilitätszentralen im Sinne von Kosten-Nutzen Rechnungen für die weitere fachliche und politische Diskussion.
- Die Befragungsergebnisse zeigen, dass sich die *positive Dynamik* auch in Zukunft fortsetzen wird. Von 33 Mobilitätszentralen geben 85 % an, dass sie in Zukunft ihr Angebot ausweiten wollen. Zugleich müssen aber auch zwei Drittel ihren Bestand absichern. Dies zeigt, dass sich die Einrichtungen noch nicht voll etabliert haben.
- In Zukunft wird insbesondere der *Verknüpfung von Mobilitätsdienstleistungen mit Freizeit-, Kultur- und touristischen Informationen* eine besondere Bedeutung zukommen. Die Mobilitätszentralen konzentrieren sich bisher stark auf das Kerngeschäft der persönlichen und telefonischen Beratung – die *Einbindung neuer Medien* in den Mobilitätszentralen erfolgt noch zu behutsam. Hier ist in Zukunft zu erwarten, dass Mehrwertdienste und technische Neuentwicklungen stärker als bisher von den Mobilitätszentralen adaptiert werden.

- Die *Gewinnung von Neukunden* sowie ein *besserer Service für Stammkunden* (und deren stärkere Bindung) sind gleichrangig zu verfolgende Ziele für eine Mobilitätszentrale. Die aufgestellten Qualitätsstandards sollen helfen, die Qualität der Mobilitätsdienstleistungen zu stärken, um so den Beitrag der Mobilitätszentralen zu einem nachhaltigen Verkehr zu stützen.

**Karte: Mobilitätszentralen in Deutschland (Stand: Juli 2001)**



## Unterscheidungskriterien der Aufbaustufen von Mobilitätszentralen

	Zugang	Lage	Angebot		Medien
<b>Mobilitätszentrale</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	multimodale (d. h. verkehrsmittelübergreifende) Information und Beratung	mindestens Angebote in zwei weiteren Kategorien (Verkauf und Reservierung; Transportorganisation und –koordination; Consulting; Öffentlichkeitsarbeit, Awareness und Bildung), insbesondere <ul style="list-style-type: none"> <li>nach außen gerichtet (Öffentlichkeitsarbeit/Awareness, bzw. Aufbau von Consulting)</li> <li>Verkauf/Vermittlung/Verleih bzw. Aufbau von Transportorganisation</li> </ul>	differenzierte Mediennutzung (Face-to-Face, Telefon, Online, Touch-Screen, Printmedien, etc.)
<b>Erweiterte Servicezentrale</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	multimodale Information und Beratung konkret geplant bzw. im Aufbau	über den ÖV hinausgehende Angebote geplant bzw. im Aufbau	Hauptmedium, Ausbau anvisiert
<b>Servicezentrale</b>	öffentlich	zentral, ein Anlaufpunkt	Information und Beratung insbesondere zum ÖV, aber verkehrsträgerübergreifend (Bus und Bahn, Nah- und Fernverkehr)	Verkauf, Disposition bedarfsgesteuerter Verkehre bzw. auf den ÖV bezogene Dienstleistungen (Beschwerdemanagement, Fundbüro)	Hauptmedium (Face-to-Face, Telefon), plus ggf. weitere
<b>Kundencenter</b>	öffentlich	örtlich verschieden	Information vorwiegend zum Angebot eines Verkehrsunternehmens des Öffentlichen Verkehrs	insbesondere Verkauf bzw. auf den ÖV bezogene Dienstleistungen (Beschwerdemanagement, Fundbüro)	vorwiegend persönlich oder telefonisch

Die vollständige Fassung dieses Vortrags ist im Internet kostenlos abrufbar unter:

[www.ils.nrw.de/publik/sonder/mobi\\_standard.htm](http://www.ils.nrw.de/publik/sonder/mobi_standard.htm)







## Was will MobilNet

Kunden und Kommunikationspartnern verknüpfte Informationen anbieten zu:

- Verkehr / kombinierte Mobilität (ÖV / HPM / MIV)
- Tourismus und Freizeit (Gastgewerbe, Events, Sehenswürdigkeiten etc.)
- Gemeinde (Ortsplan, Adressuche, Gemeindefinfos, Wetter etc.)

Mehr und besser informierte (Ferien-) Gäste / Kunden der kombinierten Mobilität

Weniger Energieverbrauch und Förderung der Gesundheit

Als Pilotprojekt für die Weiterentwicklung zur GIS-reverenzierten Informationsvermittlung dienen, um Kundenbedürfnisse und Informationspartnerschaften kostengünstig klären zu können



## Wie will MobilNet das erreichen

MobilNet entwickelt ein **LinkHouse** als Schnittstelle zwischen den Publikumsportalen der Partner (als Meta-Datenbank)

MobilNet fördert das **LinkHouse** durch gezielte Informationen bei den geeigneten Portalen

MobilNet ordnet die Links nach Ortschaften und Themen

MobilNet ist eine Dienstleistung im Hintergrund und steht keinen eigenen Marktauftritt an





**MobilNet**

## Kriterien zur Aufnahme von Links in das **LinkHouse**

**Informationen aus den Bereichen Verkehr, Freizeit und Tourismus**

**Möglichst nationale Abdeckung**

**Möglichst offen für alle Anbieter (Link / Gegenlink)**



**energieschweiz**



**MobilNet**

## Kunden-Oberfläche des **LinkHouse**

Das LinkHouse verwaltet Links zu folgenden Themen (Vorschlag)

Beispiel: Locarno

Anreise	Lokalverkehr	Tourismus	Gemeinde	Anderes
ÖV	Bus/Tram	Übernachten	Ortsplan	Bücher
MIV	Bahnhofinfos	SDM	Adressuche	Ortsgewerbe
HPM	Taxi	Verpflegung	Gemeindeinfos	
	Mietfahrr.	Pauschalen	Wetter	
	HPM	Events		
	Mobilitätszentralen	Highlights		
	Locarno Mobil			
	Park+Rail			

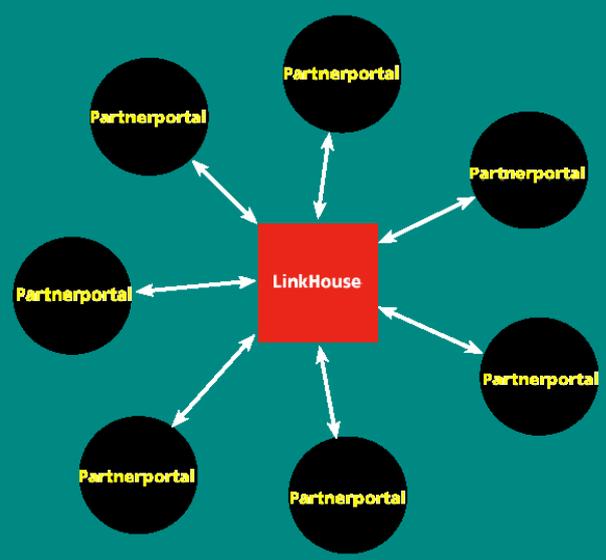


**energieschweiz**



**MobilNet**

**Jeder Partner setzt nur einen Link und seine Kunden profitieren sofort von vielen ergänzenden Informationen**





  
 PARTNER: SBB, ST, SBB, ST  
 OFFICE: MobilNet ist ein gemeinsames Unternehmen  
 OFFICE: Energie Schweiz und SBB/ST  
 PARTNER: Energie Schweiz und SBB/ST





**MobilNet**

## Entwicklungsschritte von MobilNet

<b>bis Februar 2004</b>	<b>Klärung von Zielen, Möglichkeiten und Rollen der beiden Partner SBB und ST</b>
<b>bis Juli 2004</b>	<b>Finanzierung der Entwicklung von MobilNet bis 2008 geklärt</b>  <b>Finanzierung des Betriebs von MobilNet ab 2008 plausibel formuliert</b>
<b>bis Ende 2004</b>	<b>Erarbeitung der konkreten Etappenziele zwischen 2004 – 2008</b>
<b>2005/2006</b>	<b>Erarbeitung der ersten Etappe (Aufschaltung der ca. 100–200 wichtigste Orte der Schweiz)</b>
<b>2008</b>	<b>Erarbeitung der zweiten Etappe (Aufschaltung der ca. 300–500 wichtigsten Orte der Schweiz)</b>



  
 PARTNER: SBB, ST, SBB, ST  
 OFFICE: MobilNet ist ein gemeinsames Unternehmen  
 OFFICE: Energie Schweiz und SBB/ST  
 PARTNER: Energie Schweiz und SBB/ST





**MobilNet**

## 3 Szenarien für die Projektorganisation

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<p><b>innerhalb</b> von SchweizMobil</p> 	<p><b>neben</b> SchweizMobil</p> 	<p><b>ausserhalb</b> von SchweizMobil</p> 
<p>Trägerschaft SchweizMobil</p>	<p>Trägerschaft SchweizMobil</p>	<p>Trägerschaft offen</p>
<p>Projekt für HPM (Routen und Information) / MobilNet</p>	<p>zwei gleichzeitige Projekte 1 = HPM (Routen und Information) 2 = MobilNet</p>	<p>Projekt für MobilNet</p>
<p>Realisierung bis 2008</p>	<p>Realisierung bis 2008</p>	<p>Realisierung offen</p>
<p><b>Finanzierung:</b> Bund: 45% Kantone: 45% Private: 10%</p>	<p><b>Finanzierung SchweizMobil:</b> Bund: 45%, Kantone: 45%, Private: 10% <b>Finanzierung MobilNet:</b> Bund: offen, Kantone: offen, Private: offen</p>	<p><b>Finanzierung:</b> offen</p>

are energie schweiz

ARENALENETZ (AG) BILDERGASSE 10 8000 GRAZ AUSTRIEN  
OFFICE MOBILNET SA 1000 LAUSANNE SUISSE  
KONZERNFINANZBEREICH DER ARENALENETZ AG  
PROJEKT OFFICE SA 1000 LAUSANNE SUISSE





**MobilNet**

## Szenarium für den Betrieb

<b>Aufwand</b>	<b>Finanzierung</b>
<b>Koordination / Betrieb Verlinkung</b> ca. 0,5 Mio/a	<b>Lead Bund</b> Beiträge kommerzieller Partner
<b>Ordentlicher Betrieb der verlinkten Portale</b>	Unternehmungen, Organisationen und Gemeinden etc.

are energie schweiz

ARENALENETZ (AG) BILDERGASSE 10 8000 GRAZ AUSTRIEN  
OFFICE MOBILNET SA 1000 LAUSANNE SUISSE  
KONZERNFINANZBEREICH DER ARENALENETZ AG  
PROJEKT OFFICE SA 1000 LAUSANNE SUISSE



Auswahl		<h1>Wer macht was</h1>					zur Zeit nicht aktuell
 <b>MobilNet</b>  <b>Projekte</b>  <b>Trägerschaften</b>	<b>Aufbau und Förderung von lokalen Mobilitätszentralen</b>	<b>Aufbau interaktive Karte mit Informationen zu nationalen und regionalen Routen von Veloland Schweiz</b>	<b>Verlinkung von Infos zu Tourismus und Verkehr</b>	<b>Aufbereitung der touristischen Informationen</b>	<b>Aufbau von GIS-reverenzierten Infos zu HPM etc.</b>	<b>Bereitstellen von Info-Konsolen für Bahnhöfe etc.</b>	
	 <b>MobilitätsZentralen</b>	 <b>Veloland Regional</b> <b>Veloland Schweiz</b>	 <b>MobilNet</b>	 <b>MySwitzerland.com</b>	 <b>GIS Langsamverkehr</b>		
			eventuell			offen	
 <b>energieschweiz</b>	 <b>energieschweiz</b>	 <b>Veloland Schweiz</b>	 <b>SchweizMobil</b>	 <b>Schweiz Tourismus RDK-Regionen Destinationen etc.</b>	 <b>Bundesamt für Landestopographie</b>		

		<h1>was bis wann möglich</h1>				
 <b>MobilNet</b>  <b>ca. 2005 / 06</b>  <b>2008</b> <b>Eröffnung SchweizMobil</b>  <b>offen</b>	 <b>MobilitätsZentralen</b>	 <b>Veloland Regional</b> <b>Veloland Schweiz</b>	 <b>MobilNet</b>	 <b>MySwitzerland.com</b>	 <b>GIS Langsamverkehr</b>	
	<b>Aufbau und Förderung von lokalen Mobilitätszentralen</b>	<b>Aufbau interaktive Karte mit Infos zu nationalen und regionalen Routen von Veloland</b>	<b>Verlinkung von Infos zu Tourismus und Verkehr</b>  <b>Aufbau</b>	<b>Aufbereitung der touristischen Infos in Zusammenarbeit mit RDK-Regionen, Destinationen etc.</b>	<b>Entwicklung GIS-reverenziertes Informationen im Verkehrsbereich</b>	
	<b>Erfahrungs, Bedarfsauswertungen und Weiterentwicklungen</b>					
	<b>GIS-reverenzierte Infos verfügbar</b>			<b>GIS Anforderungen erfüllt</b> <b>Aufschaltung der GIS-reverenzierten Infos</b> <b>Weiterentwicklung</b>		
 <b>energieschweiz</b>						

**Guido Nydegger**

**SBB P-RV-FL, Bern**

**Stossrichtung kombinierte Mobilität der SBB**

**Kombinierte Mobilität  
Stossrichtung der SBB**

# Mobilitätszentralen

Mittwoch, 29. Oktober 2003

Guido Nydegger  
SBB Personenverkehr  
Regionalverkehr, First & Last Mile  
Brückfeldstrasse 16  
3000 Bern 65

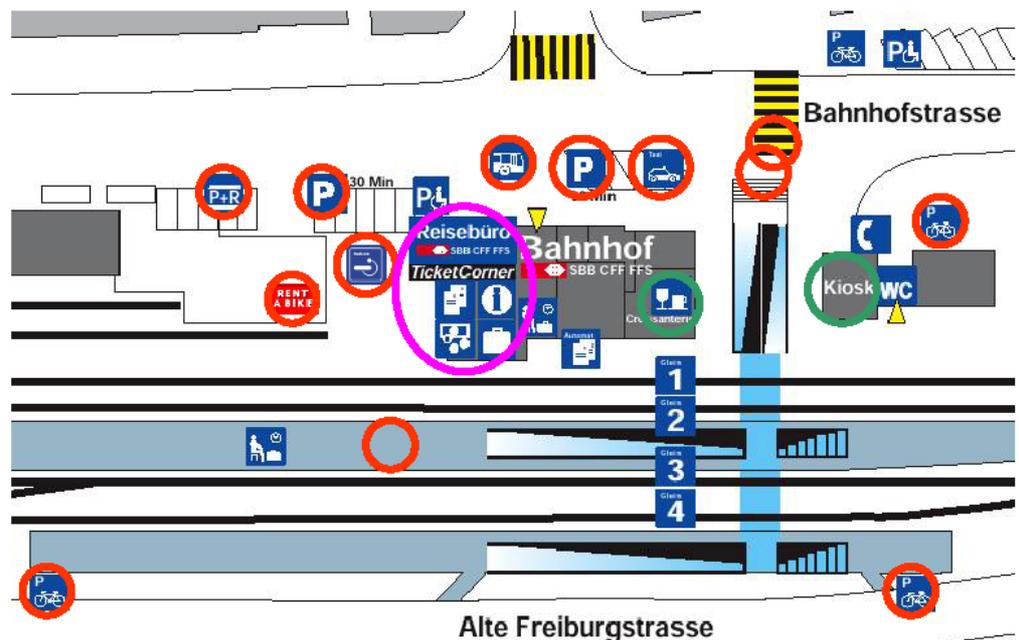
Tel. 0512 20 51 29  
e-mail: [guido.gn.nydegger@sbb.ch](mailto:guido.gn.nydegger@sbb.ch)

® Regionalverkehr / First & Last Mile

↔ SBB CFF FFS

1

## Stossrichtung kombinierte Mobilität Beispiel Murten



Regionalverkehr / First & Last Mile

SBB CFF FFS

## Stossrichtung kombinierte Mobilität Strategiebezug

### Vision Personenverkehr (Auszug)

SBB-Rail

- will als Mobilitätsanbieter tätig sein.
- bietet integrierte bahnbezogene/-nahe „Services“ mit hohem Erlebnis- und Conveniencewert an.
- setzt Image und Know how als Wachstumsgenerator zur Erschliessung neuer Geschäftsfelder ein

### Strategie Personenverkehr (Auszug)

- Umfassender und verlässlicher Mobilitätsanbieter im Sinne der kombinierten Mobilität

### Strategische Stossrichtung Regionalverkehr (Auszug)

- Innovation

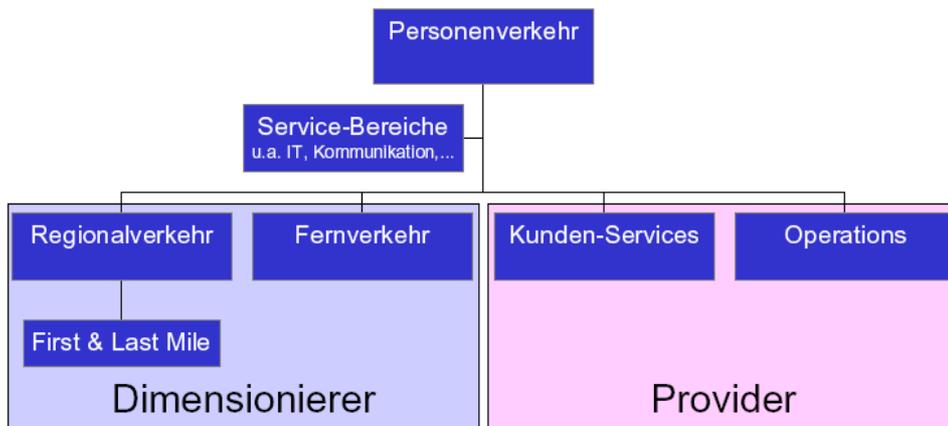
### Wichtige strategische Projekte Regionalverkehr

- Door to door (kombinierte Mobilität)

Regionalverkehr / First & Last Mile

SBB CFF FFS

# Stossrichtung kombinierte Mobilität wo entsteht kombinierte Mobilität?



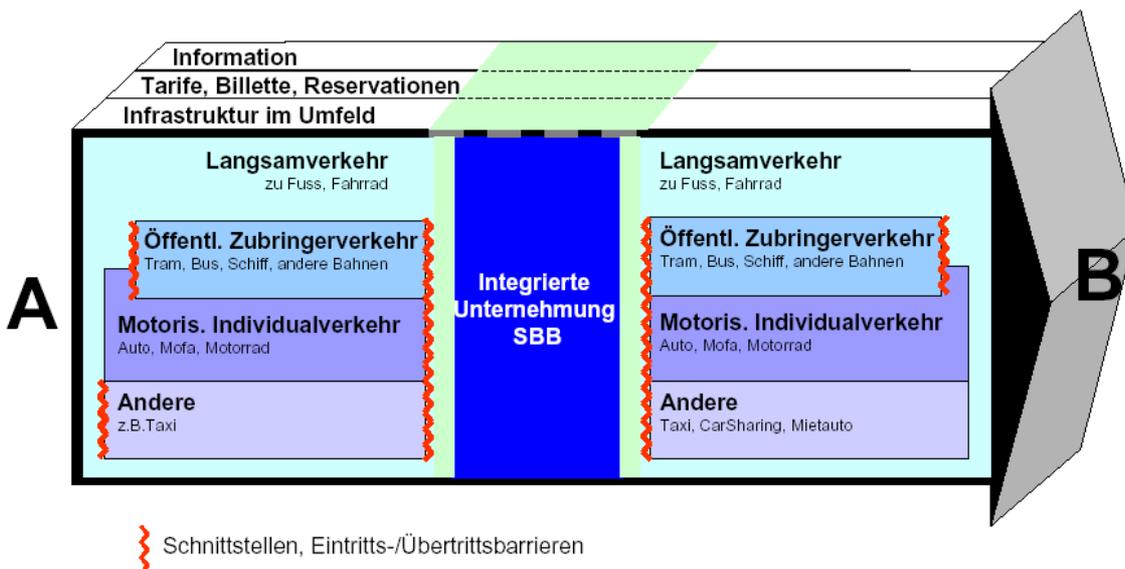
Kombinierte Mobilität ist innerhalb der SBB breit verankert und entsteht in den verschiedensten Bereichen. Das Kompetenzzentrum First & Last Mile koordiniert und betreut / entwickelt Produkte und Dienstleistungen

Regionalverkehr / First & Last Mile

SBB CFF FFS

4

# Stossrichtung kombinierte Mobilität Was braucht es?



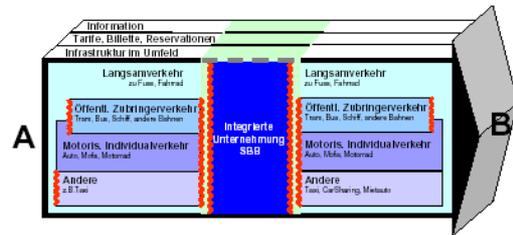
Regionalverkehr / First & Last Mile

SBB CFF FFS

5

## Stossrichtung kombinierte Mobilität Was braucht es?

- n **Fussgänger und Bahn**  
Kurze Wege, niedrige Absätze,...
- n **Velo und Bahn**  
Abstellanlagen, Veloselbstverlad, Fahrradversand, Mietvelos
- n **Öffentlicher Zubringerverkehr**  
kurze Umsteigewege, Fahrplankompatibilität
- n **Auto und Bahn**  
P+Rail, Kiss&Rail, Carsharing, *ev* Taxis



- n **Infrastruktur**  
Subjekt. Sicherheit (Beleuchtung, Übersicht), Wartemöglichkeiten,...
- n **Tarife, Billette, Reservationen**  
Kompatible Systeme, Tarifverbunde
- n **Information**  
Internet/Tür-zu-Tür-Fahrplan, Contact Center, Signalisation, *Mobilitätszentralen*, ...

© Regionalverkehr / First & Last Mile

↔ SBB CFF FFS

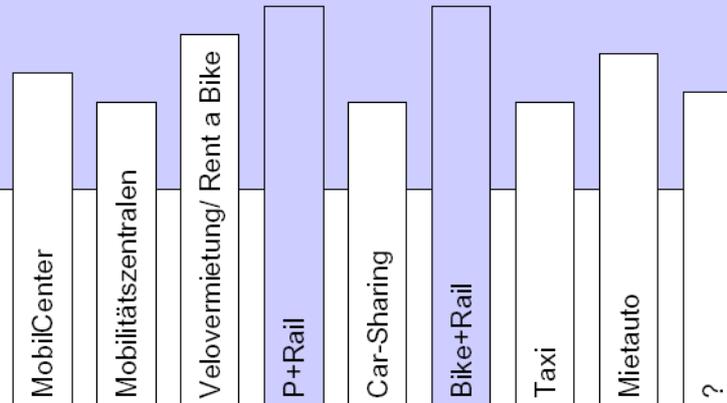
6

## Stossrichtung kombinierte Mobilität Wie weiter?

Idee, Vision

### Dach für kombinierte Mobilität

Marketing, IT, Distribution, Infrastruktur,...



© Regionalverkehr / First & Last Mile

↔ SBB CFF FFS

7

## Stossrichtung kombinierte Mobilität Spannungsfelder, Chancen/Gefahren

- n Kenntnis Kundenbedürfnis
- n Kundenbedürfnis vs. Finanzierung vs. Ertrag
- n öffentliche Hand vs SBB vs Private
- n Sortimentsentscheide, bzw. Strategie Verkauf SBB
  
- n Chancen
  - Partnerschaften
  - etliche Ideen in die gleiche Richtung
  - technische Möglichkeiten
- n Gefahren
  - Luftschlösser
  - Finanzierung
  - unklare Zuständigkeit

Regionalverkehr / First & Last Mile

SBB CFF FFS

8

## Stossrichtung kombinierte Mobilität Zusammenfassung



Regionalverkehr / First & Last Mile

SBB CFF FFS

9

## **Ludger Strathmann**

**Agentur BahnStadt, Berlin**

### ***Mobilitätszentralen im Bahnhof - Projekte und Gedanken aus Deutschland***

---

#### **1. Vorbemerkung**

Bei der Konzeption einer Mobilitätszentrale stellt sich die Frage, an welchem Ort die Einrichtung am besten unterzubringen ist. Zwei Möglichkeiten bieten sich an, die manchmal auch räumlich zusammenfallen:

- Die Lage an einem zentralen Ort im Siedlungsgebiet der Stadt oder Ortschaft. Dies können Rathaus, Marktplatz oder Fußgängerzone, auch aber ein größeres Einkaufszentrum sein.
- Ein Ort, über den die Stadt oder Gemeinde an den überregionalen Verkehr angebunden ist und der auch von örtlichen Verkehrsmitteln angefahren wird, etwa der (Haupt-) Bahnhof oder Busbahnhof.

Der zuletzt genannte Ort der Verkehrsverknüpfung kann als Standort einer Mobilitätszentrale nachteilig sein, wenn er abseits vom Siedlungs- und Handelsschwerpunkt der Stadt liegt und nur wenig frequentiert wird. Andererseits vermuten potentielle Nutzer einer Mobilitätszentrale diese oft eher am Bahnhof als in der Innenstadt, und besonders mit dem Zug anreisende Besucher benötigen Informationen über die Verkehrsmittel der Stadt gerade am Bahnhof.

Letztlich hat der Betreiber der Mobilitätszentrale die Abwägung zu treffen, welcher Standort für ihn der günstigere ist. Wichtig ist in jedem Fall sowohl eine ausreichende Frequentierung des Ortes durch Laufkundschaft als auch eine möglichst gute intuitive Auffindbarkeit der Einrichtung. Als Ergebnis dieser Abwägung zeigt sich in der Praxis, daß der Bahnhof in vielen, nicht aber in jedem Fall der günstigste Standort einer Mobilitätszentrale ist.

#### **2. Beispiele der Einrichtung einer Mobilitätszentrale im Bahnhof**

##### ***Mobilitätszentrale Bahnhof Eisenhüttenstadt (in Planung)***

###### **Anstoß des Projektes**

Ausgangspunkt dieses Projektes war das Interesse des Verkehrsverbundes Berlin-Brandenburg (VBB), neue Betreiber für die durch die DB Reise&Touristik AG in den nächsten Jahren zu schließenden Fahrkartenschalter und Reisezentren an Bahnhöfen im Land Brandenburg zu finden. Durch die Agentur BahnStadt sind in den Jahren 2002 und 2003 deshalb insgesamt 10 Standorte auf einen möglichen Weiterbetrieb untersucht worden, darunter auch der Bahnhof der ostbrandenburgischen Stadt Eisenhüttenstadt.

### **Rahmenbedingungen**

Außer dem derzeit noch durch die DB Reise&Touristik AG betriebenen Fahrkartenschalter gibt es in der zu Beginn der 1990er Jahre renovierten Bahnhofshalle einen Kiosk mit Reisebedarf, das Ambiente des Raumes ist aber dennoch steril und ungemütlich. Verschiedene im Zuge der Konzeption der neuen Kundenzentren angesprochene regionale Verkehrsunternehmen haben Interesse am Betrieb einer Mobilitätszentrale im Bahnhof geäußert, so auch in Eisenhüttenstadt. Von Seiten des Landes Brandenburg wird außerdem angeboten, die zur Verbesserung des Fahrgastservices notwendigen Investitionen zu fördern.

### **Wirtschaftlichkeit des Konzeptes**

Eine Finanzierung der zum Umbau des Fahrkartenschalters in ein begehbare Kundenzentrum notwendigen Investitionen ist durch die Landesförderung (75%) sowie Eigenmittel des Verkehrsunternehmens und einen Kredit (insgesamt 25%) möglich.

Die laufenden Kosten (insbesondere Personal, Technik, Kredit und Miete) können über die für den Verkauf der Fern- und Verbundfahrtscheine gezahlten Provisionen, Erlöse aus weiteren Dienstleistungen und die Einrechnung des sogenannten „Integrationsbonus“ (Verlagerung von an anderen Stellen erbrachten Dienstleistungen in das Kundenzentrum) gedeckt werden.

### **Umbaukonzept**

Vorgesehen ist der Einbau großzügiger Glaswände und -türen in die ehemalige Schalterfensterwand.

### **Umsetzungsstand**

Seit Abschluß der Vorplanung hat sich eine deutliche Verbesserung der Wirtschaftlichkeit des Vorhabens durch die Abschaffung der sogenannten „Diskriminierungsklausel“ in den Vertriebskonditionen der DB Reise&Touristik AG ergeben (Agenturpartner im Bahnhof erhielten demnach bis vor Kurzem einen geringeren Provisionssatz als Agenturisten außerhalb der Empfangsgebäude). Nach Abschluß der Feinabstimmungen ist der Antrag auf Förderung der Investitionen beim zuständigen Landesamt in Vorbereitung.

## ***Mobilitätszentrale Potsdam-Griebnitzsee***

### **Anstoß des Projektes**

Initiator des einen wirtschaftlichen Betrieb versprechenden Projektes war die Agentur BahnStadt.

### **Rahmenbedingungen**

Noch vor fünf Jahren gab es am nach der Wende wiedereröffneten S - Bahnhof Potsdam-Griebnitzsee keine Mobilitätsberatung; dieser Mißstand stand in Gegensatz zu der raschen Entwicklung des umliegenden Potsdamer Vorortes mit Ansiedlung von Universität, Medienstadt und zahlreichen Firmensitzen.

### **Trägerschaft der Einrichtung**

BahnLand GmbH, Potsdam.

### **Wirtschaftlichkeit des Konzeptes**

Die Finanzierung von Umbau und Ausstattung der Räume sowie der Sanierung der Bahnhofshalle erfolgte über die oben beschriebene Landesförderung und Eigenmittel des Projektinitiators; die laufenden Kosten können durch Provisionen für den Verkauf von Fahrscheinen des Fern- und Verbundverkehrs, weitere Erlöse und einen für die Sanierung der Bahnhofshalle angerechneten Mieterlaß gedeckt werden.

### **Umbaukonzept**

Die Kunden der Mobilitätszentrale können seit dem Umbau der Räume alternativ durch das Schalterfenster (Expresverkauf) oder im Kundenraum am Tresen (ausführliche Beratung) bedient werden.

### **Umsetzungsstand**

Die Mobilitätszentrale wird mittlerweile im vierten Jahr erfolgreich betrieben; der Verkauf von Fahrkarten und die Beratung für Fern-, Regional- und Stadtverkehr ist sukzessive durch das Angebot von Zeitungen und Zeitschriften, einen Fahrradverleih und geführte Radtouren ergänzt worden.

## ***BürgerBahnhof Neuruppin Rheinsberger Tor***

### **Anstoß des Projektes**

Deutscher Bahnkundenverband, Landesverband Brandenburg (Fahrgastverband).

### **Rahmenbedingungen**

- heruntergekommenes Bahnhofsgebäude ohne Kundenservice
- Nähe des Bahnhofes zur Innenstadt
- Verbesserung der Bahnverbindung nach Berlin zur Zeit der Konzeption bevorstehend

### **Trägerschaft**

Tourismus-Service BürgerBahnhof Neuruppin / Stadtwerke Neuruppin GmbH.

### **Wirtschaftlichkeit des Konzeptes**

Die Höhe der Investitionen betrug 205.000 Euro, davon sind durch das Umweltministerium des Landes Brandenburg 12,5% gefördert worden. Die laufenden Kosten der Einrichtung werden durch die Erlöse aus dem Fahrkartenverkauf, einen Zuschuß der Stadt sowie das Angebot eines Fahrradverleihs und des Veranstaltungsservices gedeckt.

### **Umsetzungsstand**

Die Einrichtung ist im Jahr 1997 eröffnet worden und wird mit mittlerweile drei vollen Personalstellen betrieben.

### 3. Ausblick: Die Zukunft vom Mobilitätszentralen

Die vorgestellten Beispiele von Mobilitätszentralen sind unter relativ günstigen Rahmenbedingungen umgesetzt oder konzipiert worden:

- Wie verschiedene, aber nicht alle anderen deutschen Bundesländer fördert das Land Brandenburg Investitionen in die Verbesserung des Fahrgastservices mit 75 % der förderfähigen Kosten.
- Die durch die DB gezahlten Provisionen zum Verkauf von Fahrkarten erlauben den kostendeckenden Betrieb einer kleineren Mobilitätszentrale je nach der Länge der Öffnungszeit ab einem jährlichen Umsatz von etwa 550.000 Euro p.a.
- Zuweilen sind die örtlichen Gebietskörperschaften oder Aufgabenträger bereit oder bereit gewesen, die Einrichtung mit einem jährlichen Zuschuß zu den Betriebskosten zu unterstützen.

Derzeit scheinen sich die Rahmenbedingungen jedoch zu ändern, und möglicherweise sind neue Mobilitätszentralen unterhalb einer höher liegenden Schwelle von Umsatz und Frequentierung zukünftig nicht mehr finanzierbar:

- Im Zuge der knappen öffentlichen Finanzen haben viele Gemeinden nur noch einen geringen Spielraum zur Finanzierung nicht unbedingt notwendiger Leistungen; auf der Ebene der Bundesländer und des Bundes wird außerdem aktuell über den Abbau staatlicher Subventionen diskutiert, zu denen auch die Investitionsförderung im Bereich des öffentlichen Verkehrs zählen.
- Die Verkehrsunternehmen des öffentlichen Verkehrs stehen im Zuge des Wettbewerbes im ÖPNV unter zunehmendem Konkurrenzdruck. Auf der Suche nach Rationalisierungsmöglichkeiten nehmen sie auch die Kosten ihres Vertriebes und damit auch den etwaigen Betrieb oder die Unterstützung einer Mobilitätszentrale in den Blick.
- Die Lohnnebenkosten des Personals steigen aufgrund der ungünstigen demographischen Entwicklung und der aktuellen wirtschaftlichen Schwäche tendenziell an.
- Gleichzeitig entwickeln sich neue, automatisierte und im Vergleich zum personalbedienten Vertrieb sehr kostengünstige Vertriebskanäle zur Umsetzungsreife (Beispiele Internet, Mobilfunk, Chipkarten, intelligente Automaten). Für die Verkehrsunternehmen verstärkt sich mit den neuen Vertriebsmöglichkeiten der Anreiz, personalbediente Verkaufsstellen zu schließen.

Für die Betreiber von Mobilitätszentralen ergibt sich die Notwendigkeit, ihr Profil und ihre Qualität weiterzuentwickeln:

- Infolge der zukünftig abnehmenden Zuschüsse und Provisionen sind neue und erlösrelevante Angebote in das Sortiment aufzunehmen (etwa Reisebedarf, Café, Concierge-Service), ohne daß die Einrichtung zu einem konturlosen Tante-Emma-Laden wird.
- Der Nutzen der Einrichtung ist für die Fahrgäste zu verbessern, etwa durch die Ausweitung der Beratung für die gesamte Mobilitätskette, die Lieferung von Fahrkarten frei Haus oder die Übernahme einer sozialen Funktion im kleineren Ort.
- Der Nutzen der Mobilitätszentrale für die Allgemeinheit (und den Aufgabenträger) ist zu verbessern, indem etwa verstärkt Aufgaben des Mobilitätsmanagements wahrgenommen werden (z.B. betriebliche Mobilitätsberatung, Organisation von Mitfahrgelegenheiten, Mobilitätserziehung von Kindern und Jugendlichen)

- Schließlich hat auch eine Mobilitätszentrale darauf hinzuarbeiten, ihre Effizienz zu vergrößern. Dies kann in begrenztem Maße durch die Nutzung der Vertriebskanäle Internet und Telefon erfolgen.

Zusammenfassend ist festzustellen, daß die Möglichkeiten der Einrichtung und des Betriebes einer Mobilitätszentrale von der Bereitschaft der Verkehrsunternehmen und Aufgabenträger des öffentlichen Verkehrs, letztlich also der Allgemeinheit abhängt, eine solche Mobilitätsberatung zu finanzieren. Da sich Fahrscheine erheblich kostengünstiger über automatisierte Vertriebskanäle verkaufen lassen, ist durch Mobilitätszentralen der Nachweis zu erbringen, daß sie mit ihrer persönlichen und umfassenderen Beratung neue Kunden für den öffentlichen Verkehr gewinnen und bestehende Kunden zufriedener stellen können.