

Studienreise „Vision MobilCenter“ 2./3. Mai 2002 Schlussdokumentation

Die Studienreise „Vision MobilCenter – Mobilitätszentralen und Velostationen als Schlüsselemente moderner Bahnhöfe“ führte in vier Städte Niedersachsens und Nordrhein-Westfalens. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnten sich vor Ort zu den Themen Bahnhofsorganisation, Kundenführung, Mobilitätsinformation und Velostationen informieren und sich davon inspirieren lassen. www.mobilservice.ch hat als Kommunikationspartner mitgewirkt und veröffentlicht im vorliegenden Dossier eine Dokumentation der Weiterbildungsreise.

Träger, Partner und Sponsoren:

Schweiz Mobil, Bereich Mobil Center

www.humanpoweredmobility.ch

Verband öffentlicher Verkehr VÖV

www.voev.ch

Mobilservice

www.mobilservice.ch

IG Velo Schweiz

www.igvelo.ch

Velopa AG

www.velopa.ch

(Überdachungen, Parkier- und Absprerrsysteme)

VFGI (Verband der Schweizerischen Fabrikanten,
Grossisten und Importeure der Zweiradbranche)

www.velonet.ch

Weitere Informationen:

Bundesministerium für Verkehr, Bau- und
Wohnungswesen (nat. Radverkehrsplan)

www.bmfvw.de

Förderkreis Mobilitätszentralen
und Mobilitätsmanagement

www.mzm-online.de

CarSharing der DB

www.dbcarsharing.de

Öffentlicher Individualverkehr per Velo

www.call-a-bike.ch

Verbund selbstverwalteter Fahrradbetriebe

www.vsf.de

Allgemeiner Deutscher Fahrradclub

www.adfc.de, www.adcf.nrw.de

Radstationen in NRW

www.radstation.de

Ministerium f. Wirtschaft und Mittelstand. Energie
und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

www.mwmev.nrw.de

Zugang zu allen Verkehrsinformationen
im Internet für NRW (und darüber hinaus)

www.verkehrsinfor.nrw.de

Aktionsplan zur Förderung des Radverkehrs
in NRW und Arbeitsgemeinschaft

"Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden in NRW"

www.fahrradfreundlich.nrw.de

www.parkinfo.nrw.de (in Arbeit)

31. Mai 2002

Schlussdokumentation
**Studienreise „Vision
Mobilcenter“**

2./3. Mai 2002



**VISION
MOBILCENTER**

Mobilitätszentralen und Velostationen
als Schlüsselemente moderner Bahnhöfe



büro für mobilität ag

Inhaltsverzeichnis

Auto- und Veloparkhaus Celle	4
Deutsche Bahn: Intermodulare Mobilität	6
Bahnhof Hannover: Bahnhofsorganisation, Kundenführung, Kundeninformation	7
DB-Rent: Förderung der kombinierten Mobilität an der Nahtstelle Bahnhof	8
Mobilitätszentrale Hannover „mobiz“ im Bahnhof Hannover	9
Radstation Bad Oeynhausen	10
Radstation Münster	12
Fahrrad-Ordnungsdienst Bahnhof Münster	14
Förderprogramm „100 Fahrradstationen Nordrhein-Westfalen - NRW“, Teil 1	15
Förderprogramm „100 Fahrradstationen Nordrhein-Westfalen NRW“, Teil 2	16
Mobilitätszentrale Münster mobilé	18
Weiterführende Internetadressen	20
Zusammenstellung Fragebogen	21

Auto- und Veloparkhaus Celle



- | | |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Referenten | <ul style="list-style-type: none">• Hr. Baltus, Geschäftsleiter Auto- und Veloparkhaus Celle• Hr. Marc Morgenstern, Geschäftsführer Bike and Ride, Fahrradparksysteme GmbH, Ahrensböck |
| Angebot | <ul style="list-style-type: none">• Fahrradstation mit 2 x 150 gedeckten Abstellplätzen (zweistöckig), keine Sonderflächen für Spezialfahrzeuge• Öffnungszeiten: 24 Std., Bewachung durch Personal: bis 21 Uhr• Preise: Tageskarte: 0,50 € 0 – 24 Uhr, Wochenkarte: 20 € (Mo-So), Monatskarte: 80 €, Jahreskarte: 400 € (keine Stundenkarten) |
| Abstellanlage | <ul style="list-style-type: none">• Vereinzelungsanlage• Eine Schleuse pro Stockwerk (gleichzeitig Eingang und Ausgang)• Zutritt und Bezahlung mit Chipkarte;• kompliziertes Handling mit Veloeinschleusung und Eingabe der Chipkarte• Anlage für Velos mit Anhänger, Kindersitz, Velotaschen, etc. zu eng bemessen |
| Sicherheitsaspekt | <ul style="list-style-type: none">• Videoüberwachung (Datenaufbewahrung: 7 Tage)• Bisher wurden täglich (!) 3-4 Velos geklaut• Ein Täter lässt sich mit der Kombination von Video/persönliche Chipkarte bei einem Diebstahl mit grosser Wahrscheinlichkeit ermitteln• Ein Transponder (Lesegerät wie z.B. bei Skiliften) wird bei den bestehenden Sicherungsmassnahmen von den Betreibern als zu teuer beurteilt |
| Angebots-Synergien | <ul style="list-style-type: none">• Koppelung mit Autoparkhaus |
| Standort | <ul style="list-style-type: none">• 3 – 5 Fussminuten von Geleisen, jedoch umständliche Wegführung (mehrmalige Überwindung von Höhe) |
| Bau/Architektur | <ul style="list-style-type: none">• Angegliedert an eine grosse oberirdische Autoeinstellhalle; schlecht vor Wind/Kälte geschützt |
| Kosten/Finanzierung | <ul style="list-style-type: none">• 60'000 € /Schleuse |
| Bau | <ul style="list-style-type: none">• Besitz liegt bei Stadt, Mitfinanzierung durch Sparkasse |

Inbetriebnahme des automatischem Zugangssystems	<ul style="list-style-type: none">• 2. Mai 2002 (1. Betriebstag fand am Besuchsstag der Studienreise statt). Das System wurde vorher vor Ort getestet.
Auslastung Velostation	<ul style="list-style-type: none">• max. 60 Prozent (zählende KundInnen), Erfahrungswert nach Testphase
Wirtschaftlichkeit	<ul style="list-style-type: none">• Wird sich noch weisen, vgl. Eröffnungsdatum
Organisationsstruktur	<ul style="list-style-type: none">• Trägerschaft: Stadt Celle, Sparkasse• Betreiber: Auto- und Veloparkhaus
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none">• An der Finanzierung des Fahrradanlage sind die Stadt Celle und die Sparkasse beteiligt.
Kundenverhalten	<ul style="list-style-type: none">• Handling zum Einstellen der Velos ist noch gewöhnungsbedürftig• Zentralere, unbewachte und ungedeckte Abstellplätze sind nach wie vor begehrt. Das Abstellen ist jedoch verboten (Abgabe der Velos an das Fundbüro)
Öffentlichkeitsarbeit	<ul style="list-style-type: none">• Informationen sind unauffällig angebracht. Verantwortung PR-Arbeit ist ungenügend geklärt. Das Projekt befindet sich noch im Aufbau. Die Testphase wurde eben erst abgeschlossen.• Persönliche Betreuung bei Problemen mit der Anlage ist gewährleistet
Problembereiche	<ul style="list-style-type: none">• Ein-/Ausgangsbereich, noch nicht alltagstauglich• Umständlicher Weg: Strassenraum – Abstellplatz - Bahngeleise• Konkurrenzsituation mit restl. Abstellplätzen rund um den Bahnhof• Keine weiteren Dienstleistungsangebote

Fazit

Deutsche Bahn: Intermodulare Mobilität

Referent

Rainer Voltmer, Leiter Unternehmensentwicklung DB

Die Deutsche Bahn DB setzt in Zukunft mehr Gewicht auf die Verbreitung der Mobilitätsangebote. Dabei soll die Verknüpfung Bahnhof – Strasse gestärkt werden. Bausteine für die intermodulare Mobilität sind:

Bahnhof:

- Information, Beratung, Betrieb
- Qualitätszugang
- Kiss&Ride
- Taxivorfahrt
- Schnittstellen
- Fahrradabstellplätze

Parken am Bahnhof:

- Wegleitung zum Bahnhof
- Parken für Fernverkehrskunden
- Parken für Nahverkehrskunden

Eigene Mobilitätsangebote:

- DB CarSharing
- Call a Bike
- Fahrradverleih
- Autovermietung

DBServiceStore:

- Operating durch Dritte

Die DB sieht sich bei diesen Projekten als lancierende Moderatorin. Die öffentliche Hand sollte anschliessend die Projekte finanzieren und betreiben.

DB-Grundsatz für die Bahnhöfe: „Sicherheit, Sauberkeit, Service“ (3S-Programm)

Pflege der vielfahrenden BahnkundInnen ist unumgänglich, um sie auch längerfristig an die DB zu binden. Um die Optimierung des Systems Bahnhof zu erreichen, stellen sich

5 Grundsatzfragen:

- Wie kommt der Kunde zum Bahnhof? Wegleitung, Erreichbarkeit
- Wie findet der Kunde den Parkplatz? Infrastruktur, Stellplatzzahl
- Wie kommt der Kunde vom Parkplatz zum Bahnhof? Wegqualität, Attraktivität der Wege
- Wie erfährt der Kunde über das Angebot? Logistik, Kommunikation, Vertrieb
- Welche Bedeutung hat das Angebot für neue Kunden? KundInnen – Nicht-KundInnen

Im Vergleich zur Schweiz ist der Anteil der Bahnkundschaft an der Bevölkerung in Deutschland sehr klein. Durch die starke deutsche Autoindustrie (jeder 3.-4. Arbeitsplatz hängt von der Autoindustrie ab), ist die Auto- und Strassenlobby sehr stark. **Das Potential neuer Bahnkunden ist aber sicherlich noch nicht ausgeschöpft.** Ein wichti-

ges Ziel ist die Erneuerung des Fuhrparks im Nahverkehrsbereich zur Erhöhung des Komforts. Heute befinden sich das Rollmaterial z.T. noch im „Tal der tiefen Tränen“.

Bahnhof Hannover: **Bahnhofsorganisation, Kundenführung, Kundeninformation**

Referentin Sabine Nowas-Herschel
Leiterin Bahnhofsmanagement Hannover

Der Bahnhof Hannover:

Im Zuge der expo2000 wurde der gesamte Bahnhof Hannover renoviert. Heute sind 50 Läden untergebracht, die ihren Teil zur Belebtheit des Bahnhof beitragen. Ausserdem sind 120 Überwachungskameras „für das Wohlfühlssystem“ installiert worden. Das Thema „Sicherheit“ wird gross geschrieben.

Die **Grundfunktionen** des Bahnhofs werden wie folgt umschrieben:

- Einfacher, komfortabler Zugang (Visitenkarte, Nahtstelle verschiedener Verkehrsträger)
- Infrastruktur und Service für Kunden (Dienstleistungen rund ums Reisen, Präsenz der Bahn vor Ort, Schulung des Personals)
- Handels- und Dienstleistungszentrum in innerstädtischen Lagen (Standortmanagement für flächendeckend saubere und sichere Stationen, attraktiver Branchenmix)

Rundgang Bahnhof Hannover:

Service Point:

- 24 h besetzt, offen für alle Fragen
- Neues Angebot: „NTA – Neuer Ticketautomat“ mit TouchScreen für alle Reiseinformationen der DB. Bezahlung nur mit Kreditkarte, Einzeltickets kaufbar. Gute Bedienung, Infos sind ausdrückbar.



Infozentrale:

- Das Bahnhofinformationssystem wurde im Rahmen der Expo2000 entwickelt. Aktuelle Informationen werden erfasst, analysiert und an die Angestellten weitergeleitet (Verspätungen, Störungen, etc.). Die Informationen werden auch direkt an den Zugbegleiter weitergegeben (via IBIS-Rechner).

DB-Rent:

Förderung der kombinierten Mobilität an der Nahtstelle Bahnhof

Referent: Hr. Prof. Dr. Knie, DB Rent, Frankfurt

Einführung:

„Verkehr ist Teil moderner Lebenspraktiken. Mehrdeutig, widersprüchlich, raumgreifend, eigenzeitlich, eigenräumlich organisiert.“

Anteile Auto – Bahn in Deutschland:

Die DB hat einen Verkehrsmarktanteil von 7-9% (nach Verkehrsleistung und Entfernungsklassen gemessen). Im Bereich 0-50km sind die Anteile praktisch bei Null! Die steuerliche Bevorteilung von Auto- und HausbesitzerInnen trägt ihren Teil zum Attraktivitätsverlust des Bahnfahrens bei. Und: Hat eine Person ein Auto, dann besitzt er in der Regel keine BahnCard („Kuckuckseffekt“ => Auto wirft die anderen Mobilitäts-träger aus dem Nest).

DBRent GmbH:

Die im April 01 gegründete DBRent GmbH (Tochter der DB AG) will in Zukunft alle Mobilitäts-Dienste für die Wege zum Bahnhof und vom Bahnhof weiter zum eigentlichen Reiseziel anbieten. Dazu gehört auch ein Franchise-Konzept für ein bundesweit einheitliches CarSharing-Angebot. Im Laufe des Jahres 2002 wird in allen deutschen Großstädten die Bahn gemeinsam mit Carsharing-Partnern vor Ort CarSharing aus einer Hand anbieten: "DB Carsharing der Bahn". Der Zugriff erfolgt mit einem elektronischen Schlüssel (SmartCard).

Eines der Ziele der DBRent für die Zukunft ist es, die Flotte des DB-Fuhrpark Service (18'000 Fahrzeuge) mit der Flotte der Bundeswehr (40'000 Fz) zusammenzulegen und diese zu vermieten.

Call a Bike:

In München wurde im Jahr 2000 mit Call a Bike ein flächendeckendes Mobilitätssystem lanciert. 2000 Fahrräder standen im Einsatz, die per Telefon von jeder Telefon-Zelle aus gebucht werden konnten. Dank einem patentierten Verfahren hatte die Zentrale jederzeit die Kontrolle darüber, wer die Bikes im Augenblick nutzt - ohne auf kostspielige Funk- oder GPS-Technik zurückgreifen zu müssen. Trotz grossem Anfangs-Erfolg und 35'000 KundInnen geriet die Firma nach 7 Monaten in einen Liquiditätsengpass. DB Rent ist daraufhin eingestiegen, um das Projekt zu retten und deutschlandweit aufzubauen. Preise: Grundgebühr von 1,80 € pro Entleihe und 0,03 € pro Minute.



Mobilitätszentrale Hannover „mobiz“ im Bahnhof Hannover



Referent: Herr Rudolf Meier
üstra (Hannoversche Verkehrsbetriebe)

Vorgeschichte:

Die Idee einer Mobilitätsberatung wurde während den Vorbereitungsarbeiten zur Weltausstellung 2000 entwickelt. Ursprünglich war dieses Dienstleistungsangebot auf den Nahverkehr ausgerichtet, um öV, Radstation, Rent a Car und CarSharing optimal zu koordinieren.

Angebot:

Informationen zu allen Fragen der kombinierten Mobilität, Fahrplanauskünfte, Frauen-Nachttaxi, Bedürfnisse von mobilitätseingeschränkten Personen, etc.

Ausserdem hat die üstra als Betreiberin der Mobilitätszentrale „mobiz“ KooperationspartnerInnen gefunden, mit denen ein erweitertes Angebot offeriert wird (Touristeninformation, z.T. Billetverkauf, Fernreisen). Es werden auch Mobilitätsberatungen für Firmen durchgeführt. Mit einem Info-Mobil ist mobiz regelmässig auch an Wochenmärkten in den diversen Stadtteilen von Hannover präsent.

Öffnungszeiten: Mo-Fr 6-22h, Sa 9-18h, So 9-16h

10 Vollzeitstellen

Kundschaft:

Die Beratung verläuft zu 60% via Telefon (Ortstarif). Tarifauskünfte und Fahrscheinverkauf sind die am häufigsten verlangten Dienstleistungen. mobiz wird von praktisch keinen Touristen in Anspruch genommen.

Ziele:

Höhere Nachfrage durch vermehrte Öffentlichkeitsarbeit

Probleme:

Ungünstiger Standort am Hinterausgang des Bahnhofs (Gegenseite Stadtzentrum). Nach zwei Betriebsjahren befindet sich mobiz immer noch in der Aufbauphase.

Radstation Bad Oeynhausen



Referent:

Thomas Gross, Betriebsleiter Radstation und Radladen, Bad Oeynhausen

Angebot

- Fahrradstation mit 179 Abstellplätzen
- Bad Oeynhausen ist ein bekannter Kurort. Zahlreiche BenutzerInnen der Velostation sind Gäste und PatientInnen der 15 Kliniken. Die Kliniken organisieren z.T. geführte Radtouren. Angebot von 50 Mietvelos.
- automatisiertes Zugangssystem mit Transponder (Lesegerät, sh. Bild oben). Das System mit der personalisierten Chipkarte hat sich gut bewährt.
- 24 Std. Sicherung mit Videokamera. Sobald sich jemand in der Radstation befindet, läuft das Band. Dadurch wäre eine Nachverfolgung bei allfälligen Diebstählen möglich. In den drei Betriebsjahren haben sich allerdings nur zwei Diebstähle ereignet.
- Zwei Eingänge, resp. Ausgänge. Ein Ausgang führt direkt zu den Geleisen.

Abstellanlage

- Preise: 0,70 € /Tag, 7 € /Mt., 70 € /Jahr
- Öffnungszeiten: Mo-Fr 07-19 Uhr, Sa/So 10-18 Uhr
- Einstöckige Abstellanlage, genügend Abstand zwischen den Rädern. Die Mietvelos sind zweistöckig angeordnet und werden vom Personal herausgegeben.

Angebots-Synergien

- Synergie zwischen Radstation und Reparaturservice (Beschäftigungsprogramm) sowie Fahrradladen (mit 2 separaten Ein-/Ausgängen). Professionell geführter Betrieb.

Standort

Bau/Architektur

- Direkter, kurzer Zugang zu den Geleisen.
- Ebenerdiger Zugang, ehemalige Räumlichkeiten des Gepäckverlades.

Kosten/Finanzierung

Bau

- 275'000 € für 179 Abstellplätze.
- Bei gleichbleibender Auslastung würde die Radstation ab ca. 500 Stellplätzen rentieren.
- Die öffentliche Hand hat den Um- und Einbau bezahlt (Stadt und Land Nordrhein-Westfalen NRW) inkl. Veloladen. Im Rahmen des NRW-Förderprogramms „100 Radstationen“ verzichtet die DB auf jegliche Einnahmen und stellt den Raum kostenlos zur Verfügung. Die Mietbefreiung ist jedoch auf 10 Jahre beschränkt.
- Die Einnahmen aus der Bewachung gehen zugunsten

Eröffnung	<ul style="list-style-type: none"> • der Radstation.
Auslastung Velostation	<ul style="list-style-type: none"> • Dez. 1998 • Zu Beginn ca. 70%, heute 85-90% Auslastung im Jahreschnitt (Sommer: 110%) • Vor Inbetriebnahme der Radstation gab es 70 Velos rund um den Bahnhof. Heute sind es 140 Dauernutzer in der Radstation plus zusätzliche 60 Fahrräder rund um den Bahnhof. • Die Nachfrage nach Dauer-Abstellplätzen ist sehr gross. Die Liste für Monatsabonnenten umfasst 100 Wartende. • Ansonsten zeichnet sich Bad Oeynhausen eher als autofreundliche Stadt aus (zahlreiche Autoeinstellplätze, starke Subventionierung durch die öffentliche Hand)
Wirtschaftlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Nur rentabel, weil Angestellte über Sozialprogramm finanziert sind. Der Platz am Bahnhof ist für den Laden aber ein wichtiger Standortvorteil, der gegenüber anderen Fahrradhändlern eine sensibilisiertere Kundschaft (v.a. öV-Kunden) anzieht. • Die Stadt leistet im Rahmen eines Leistungsvertrages Zuschüsse bei defizitärem Betrieb. Mehreinnahmen müssen hingegen nicht abgegeben werden.
Organisationsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Trägerschaft: Stadt Bad Oeynhausen • Betreiber: modulbike.de
Finanzierung Betrieb	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrradstation: Einnahmen aus Bewachung, Sozialprogramm und Veloladen („Quer-Subventionierung“)
Kundenverhalten	<ul style="list-style-type: none"> • Die Abstellplätze sind sehr begehrt. Der gute Service des integrierten Veloladens sowie die nahe Zugang zu den Geleisen sind zentrale Faktoren.
Öffentlichkeitsarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Zahlreiche Spezialangebote wie „Fit in den Frühling“, Sicherheitscheck, Putzservice • Gutes Informationsangebot (Flugblätter, Web, etc.) • Lokaler Fahrradclub bietet Radtouren mit Startpunkt Radstation an
Problembereiche	<ul style="list-style-type: none"> • Längerfristiges Finanzierungsmodell ist nicht vorhanden • Zusätzlicher Raum für Abstellplätze fehlt
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbildliche Velostation • Guter Synergieeffekt Velostation/Veloladen

Radstation Münster



Referent Angebot

Georg Hundt, privater Betreiber der Radstation Münster

Abstellanlage

- Velostation mit ca. 3300 Abstellplätzen inkl. Sonderflächen für Spezialfahrzeuge, Fahrrad-Vermietung, Fahrradservice und Waschanlage
- Öffnungszeiten: 5.30 (Sa/So: 7 Uhr) - 23 Uhr
- Preise: 0.70 €/Tag, 70 – 90 €/Jahr. Automatisierter Zugang für Dauerkunden mit Chipkarte.
- Zweistöckig; zwei Systeme für oberes Stockwerk: anheben oder aufziehen (zweiteres ist praktischer, aber relativ anfällig für Defekte); Ständerabstand: 38cm, unproblematisch für ca. 90 Prozent der Velos

Angebots-Synergien Standort

- Gesamtkonzept eines Anbieters
- 2 – 4 Fussminuten von Geleisen, zentral auf dem Bahnhofplatz gelegen, unterirdisch, zugänglich über Rampe
- Glaskonstruktion als städtebaulicher Akzent, hohe Aufenthaltsqualität im Innern

Bau/Architektur

Kosten/Finanzierung Bau

- 13 Mio. DM
- Subvention der Abstellplätze durch Stadt Münster und Land Nordrhein-Westfalen

Eröffnung Auslastung Velostation

- 12. Juni 1999
- ca. 70 Prozent, je ca. 50 Prozent Ein- bzw. Auspendler
- Dauerkunden: 2200-2500
- Tageskunden: ca. 500 (v.a. Wochenende)
- Bestand Mieträder: 140

Wirtschaftlichkeit Organisationsstruktur

- Von Grösse und Konzept her gegeben
- Trägerschaft: Stadt Münster
- Betreiber: Hundt KG (Pacht), ca. 4,5 Stellen + 3 Aushilfen (Studenten)
- Anbieter: dito

Finanzierung Betrieb Kundenverhalten

- Selbsttragend, keine öff. Zuschüsse
- Hohe Akzeptanz
- Zunahme der abgestellten Velos im Bahnhofperimeter von 4000 auf 6000 (Vergleich 1995/2000)
- Attraktivierung des Bahnhofvorplatzes für alle VerkehrsteilnehmerInnen

Öffentlichkeitsarbeit	<ul style="list-style-type: none">• Keine Diebstahlprobleme• Münster: 280'000 EinwohnerInnen, Verwaltungs- und Unistadt, geistig-ideologisches Zentrum, deshalb gute Voraussetzung für Radförderung• offensive Kommunikation seitens Betreiber• Ansprechende Informationsschriften, fundierter Internet-Auftritt• Bestreben nach einem Dienstleistungsangebot „für alle“
Problembereiche	<ul style="list-style-type: none">• Schlechte Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn DB (Nutzung von Synergien, etc.)
Fazit	<ul style="list-style-type: none">• Erfolgsfaktoren: Zentraler Standort, architektonische Qualität bildet Anziehungspunkt, hohe Professionalität, Konzentration auf Kernkompetenzen• Synergien mit anderen Mobilitätsanbietern (Partnerschaften) sind anzustreben (Förderung kombinierter Mobilitätsformen)

Fahrrad-Ordnungsdienst Bahnhof Münster



Referenten: Hr. Werner Schulik, Ordnungsamt der Stadt Münster
Team des Ordnungsdienstes

Ziel:

In erster Linie soll die Umgebung des Bahnhofs von wild abgestellten Fahrrädern befreit werden. Es gibt ein genügend grosses Angebot sowohl an bewirtschafteten als auch freien Abstellplätzen. Die FahrradhalterInnen müssen sich an diese Regeln gewöhnen und sich daran halten.

Aufgaben:

Der Service- und Ordnungsdienst der Stadt Münster hat u.a. die Aufgabe, einmal täglich rund um den Bahnhof die öffentliche Verkehrsregelung bezüglich Fahrrad-Abstellplätzen zu kontrollieren. Dabei werden jene Fahrräder beschlagnahmt, die sich im engeren Perimeter des Bahnhofvorplatzes (bis ca. 50m vom Eingang) verbotenerweise auf dem Gehweg statt auf dem Abstellplatz befinden. Jene Räder, deren Schloss nur am Rad angemacht ist, werden auf einen Laster geladen und zentral in ca. 1 km Entfernung deponiert (Fundfahrradstation). Jedes dieser Fahrräder wird vorgängig zwecks Wiedererkennung durch die BesitzerInnen photographiert. Das Fahrrad kann gebührenfrei wieder abgeholt werden.

Räder, deren Schlösser an befestigte Gegenstände angeschlossen sind, werden mit einer Metallsäge geknackt. Auch diese Räder werden zuerst photographiert und anschliessend mitgenommen. Die Deponie dieser Fahrräder befindet sich in einem abgeschlossenen Raum.

Auf jenen Veloabstellplätzen im weiteren Perimeter um den Bahnhof (bis ca. 200m) gilt die 24-Std.-Parkregelung. Auch dies wird durch den Ordnungsdienst kontrolliert. Für diesen Zweck wird jeden Tag ein farbiges Papierbändchen an das Hinterrad montiert; jeder Wochentag hat eine andere Farbe. Länger stehen gelassene Fahrräder werden ebenfalls abgeschleppt.

Reaktionen:

Nach anfänglichen Proteststürmen aus der Bevölkerung hat das Verkehrsministerium juristisch grünes Licht für die Arbeit des Ordnungsdienstes gegeben. Die Strassenverkehrsordnung erlaubt das Einsammeln falsch abgestellter Fahrräder. Nach Auskunft von Herrn Schulik reagieren die Betroffenen heute mittlerweile einsichtig.

Bei den Abstellplätzen befinden sich jeweils Hinweisschilder – wenn auch klein und unauffällig – mit Informationen bezüglich Parkverbot. Auf der Tafel befindet sich auch eine Planskizze der Fundfahrradstation.

Förderprogramm

„100 Fahrradstationen Nordrhein-Westfalen - NRW“, Teil 1

Referent

Hr. Ernst Salein, Ministerialrat
Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und
Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (MWMEV)

Vorgeschichte

Das Fahrrad wird in NRW seit 1978 staatlich gefördert. Das Förderprogramm für Fahrradstationen besteht seit 1998.

Hauptaufgaben

- Förderung, Begutachtung und Finanzierung von Strassenbauinfrastruktur
- Erhöhung der Sicherheit und der Qualität des Fahrradverkehrsnetzes
- Umsetzung des Programms 100 Fahrradstationen in NRW

Ziele

- Verbesserung der Beschilderung und der kommunalen Radwege
- Aufbau eines zusammenhängenden Radwegnetzes (inkl. Themenradwege)
- Radwege entlang von Bundes- und Hauptstrassen (1,1 □ in 25 Jahren)
- Bessere Verknüpfung öffentlicher Verkehr – Fahrrad
- Das Programm zur Förderung von Fahrradstationen an Bahnhöfen in NRW ist Bestandteil der Koalitionsvereinbarungen zwischen SPD-Grüne. Darin sind generell auch die Umsteigebeziehungen zwischen Bahn und Rad, die architektonische und städtebauliche Aufwertung der Bahnhöfe und die Einrichtung zusätzlicher Arbeitsplätze als Ziele genannt.

Radstationen

- In NRW sind 43 Radstationen in Betrieb, 2001 sind sieben weitere ins Förderprogramm aufgenommen worden, 2002 wurden bisher 6 Anträge gestellt.
- Insgesamt sind in NRW heute 14'000 Veloabstellplätze in Velostationen in Betrieb resp. kurz vor der Inbetriebnahme.

Finanzierung

Die Finanzierung der Bauinvestitionen für Fahrradstationen ist durch Landeszuschüsse im wesentlichen gesichert. Der Eigenanteil der Kommunen ist relativ gering. Die Frage nach der langfristig rentabel zu betreibenden Radstation für den dauerhaften Betrieb ist eng mit der möglichst weitreichenden Eigenwirtschaftlichkeit verknüpft. Erfahrungen aus Holland und Deutschland zeigen, dass erst ab einer Abstellkapazität von 1000 Rädern ein kostendeckender Betrieb möglich ist. Neben weiterer Dienstleistungen sind daher Arbeitsmarktprogramme unentbehrlich.

Jährlich werden bundesweit über die Mineralölsteuer 3,28 Mrd. DM (5,4 Pfennig/Liter) für die kommunale Verkehrsförderung eingesetzt. Davon gehen anteilmäßig 50% gehen zu Gunsten der öV-Förderung und 50% zu Gunsten des Strassenbaus (inkl. Radwege).

Förderprogramm

„100 Fahrradstationen Nordrhein-Westfalen NRW“, Teil 2

Referentin: Frau Heike Kiesslich
ADFC-Entwicklungsagentur Düsseldorf (EA)
Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club (ADFC)

Vorgeschichte

Das Land NRW hat 1996 den ADFC-Landesverband beauftragt, Gemeinden und Betreiber bei der Umsetzung des Landesprogramms „100 Fahrradstation in Nordrhein-Westfalen NRW“ zu beraten und die Realisierung des Programms zu begleiten. Daraus entstand die ADFC-Entwicklungsagentur, die v.a. auch die Entwicklung des Marken- und Gestaltungskonzeptes „Radstation“ vorangetrieben hat.

Ziel der Entwicklungsagentur EA

Das Markenkonzepth „Radstation“ soll für KundInnen als Zeichen eines verlässlichen Qualitätsstandards stehen. Damit soll die Angebotsqualität von Fahrradstationen in NRW dauerhaft gesichert werden.

Die zentrale Aufgabe der EA ist es, Aufbau, Umsetzung und Stabilisierung der Fahrradstationen zu begleiten. Ausserdem wird die Erhöhung der Auslastung angestrebt.

Arbeitsbereiche

- Projektentwicklung: Standort, Betriebskonzept, Betreiberauswahl
- Betreibernetzwerk: Betreiberrunden, Austausch und Koordination, Qualitätssicherung
- Öffentlichkeitsarbeit: Pressearbeit, Messen

Partner der Entwicklungsagentur

- Land NRW: MWMEV, Arbeitsministerium
- Bezirksregierungen
- Kommunen: Sachbearbeiter, Planerinnen
- Betreiber: privat, gemeinnützig
- Presse
- Deutsche Bahn AG, DB Station&Service
- ADFC: ADFC NRW

Gute Gründe für den Bau einer Radstation

- Sichere Form der Fahrradaufbewahrung
- Stärkung des Umweltverbundes
- Kundenbindung
- Erschliessung neuer Kundenpotenziale
- Veränderung im Mobilitätsverhalten
- Beschäftigungseffekt (330 Arbeitsplätze)
- Imagegewinn für die Stadt
- Förderung des Fahrradverkehrs

Standards

Mit dem Label „Radstation“ sind qualitative Mindeststandards verbunden:

- Bewachung, Vermietung, Service
- 7 Tage offen
- verbindliche Öffnungszeiten
- einheitliche Preisgestaltung

- Übernahme des Marken-Gestaltungskonzeptes

Anschlussprogramm:

Weitere Angebotspalette der Radstationen sind willkommen, wie z.B. Brötchenverkauf, Hauslieferdienst, Ticketverkauf, etc.

Erfahrungen/Erfolge

Es wäre vermessen zu sagen, dass sich das wachsende Angebot an Radstationen zahlenmässig auf den Stadtverkehr auswirkt. Für die einzelnen BürgerInnen ist es jedoch ein deutlicher Qualitätsgewinn gegenüber radstationsfreien Zeiten.

Anlässlich einer Befragung haben 73% der Befragten angegeben, dass sie teilweise einen PKW zur Nutzung zur Verfügung haben. Nur jeder Vierte hat kein Auto. Nutzer von Fahrradstationen sind damit in hohem Masse wahlfrei in ihrem Mobilitätsverhalten.

Mobilitätszentrale Münster mobilé



Referentin: Frau Anna Vollbracht
Stadtwerke Münster

Vorgeschichte

1995 erhielt die Verwaltung der Stadt Münster durch das Parlament den politischen Auftrag, im Rahmen des integrativen Gesamtverkehrskonzeptes „münster mobil – Modellstadt für neue Mobilität“ ein „Mobilitätsberatungszentrum“ als kundenorientiertes und verkehrsmittelübergreifendes Service-Zentrum einzurichten. BürgerInnen sollten sich dort über sämtliche Mobilitätsangebote in und um Münster umfassend informieren können. Im März 1998 wurde die Mobilitätszentrale als 2-jähriges Pilotprojekt eröffnet. Die positiven Entwicklungen in der Kunden- und Nachfragestatistik hat die Stadt dazu bewogen, sich bereits im Nov. 1999 für das mobilé als Festeinrichtung zu entscheiden.

Partner des mobilé

- Stadtwerke Münster GmbH
- Regionalverkehr Münsterland GmbH und Westfalen Bus GmbH
- Deutsche Bahn AG, Geschäftsbereich Reise und Touristik, DB Regionalbahn Westfalen GmbH
- Verkehrs-Club Deutschland
- Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung NRW, MOMENTUM – Mobility Management for the Urban Environment

Trägerschaft

Stadt Münster, Stadtwerke Münster GmbH

Kooperationspartner

Regionale Verkehrsunternehmen, Deutsche Bahn AG, VCD

Ziel

- Zentrale Bündelung der Verkehrsinformationen unter einem Dach
- Angebotspalette von der persönlichen Mobilitätsberatung über Informationen bis Ticket-Verkauf für Bus und Bahn

Laufende Kosten

<u>Alter Standort</u>	<u>Neuer Standort</u>
-----------------------	-----------------------

Betrieb: 11'000 □ (von Stadtwerken getragen)	Betrieb: 25'000 □ (von Stadtwerken getragen)
Miete: 15'000 □	Miete: 66'000 □
Marketing: 100'000 □	Marketing: 100'000 □

Stadt Münster	Stadtwerke Münster	Stadt Münster	Stadtwerke Münster
Marketing 70%*	Marketing 30%*	Marketing 70%*	Marketing 30%*
Betriebskosten 100%*		Betriebskosten 100%*	Miete 100%*
Miete 100%*	Personal 100%*		Personal 100%*

* % Beteiligung Kooperationspartner

Angebot

Fahrkarten (DB-Agentur), Fahrplanauskunft, Abo-Betreuung, Mobilitätsberatung (z.B. Frauentaxi, CarSharing, Radwanderkarte, etc.), Verkauf von Eintrittskarten für Kulturveranstaltungen, Urlaub im Münsterland (Unterkünfte, Stadtpläne), Service plus (ExpertInnenprechstunde), Weiterleitung von Kritik (bez. Mobilität) an das zuständige Unternehmen, Mobil-Infopaket für Neuzuzüger, mobiles mobilé an Wochenmärkten in div. Stadtteilen Münsters, Erfahrungsaustausch an Seminaren (VertreterInnen Mobilitätszentralen)

Personal

10 Voll-, 6 Teilzeitangestellte (am alten Standort: 2 Voll-, 1 Teilzeitangestellte)

Anfragen

- Heute befindet sich das mobilé in einem Beratungspool in der Innenstadt (Beratungsmeile). In den gleichen Räumlichkeiten befindet sich die Umweltberatung, die Steuerberatung, die Volkshochschule und das Touristbüro. Dadurch ergeben sich zahlreiche „Zufallsbesuche“.
- Die Anfragen beziehen sich v.a. auf Bus und Bahn. Fragen zum Rad, PKW, CarSharing sind marginal.
- 4000 Anfragen/Monat
- Die Anfragen erfolgen 2/3 persönlich, 1/3 telefonisch. E-mail-Anfragen sind noch marginal.
- Internet: das mobilé wird vorgestellt. Informationen zur Fahrplanauskunften verläuft via links
- Junges Publikum (Ø 30-jährig)

Öffnungszeiten:

Mo-Fr 07 – 19 Uhr, Sa 10 – 16 Uhr

Zukunft

Ab Juni 2002 wird das mobilé aus dem Gebäude der Stadtwerke im Zentrum der Stadt in die Nähe des Bahnhofes umziehen. Dort befinden sich neu drei Verkaufs- und Serviceeinrichtungen der Stadtwerke unter einem Dach. Ob sich mobilé am neuen Standort etabliert, wird sich zeigen müssen.

Zusammenstellung der Fragebögen

Die Nummerierung bezieht sich auf die Antworten der TeilnehmerInnen.

Vision MobilCenter

Welche Chancen in Bezug auf Infrastruktur, Information oder Mobilitätsangebote sind aus der Exkursion für die Schweiz erkennbar?

Nr.	Angaben
1	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätssteigerung für Leute, die bereits heute mit öV, Velo oder zu Fuss unterwegs sind (Erhöhung Dienstleistungsangebot)
2	<ul style="list-style-type: none"> • Kombination von Auto-Parkhäusern mit Velostationen
3	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung sollte durch eine feste Anzahl % der Benzinststeuer gesichert werden, damit man sich auf die eigentlichen Probleme konzentrieren kann und nicht die Finanzierung alles jederzeit in Frage stellen kann. Das scheint auch die einzige Lösung für kleine Zentren zu sein!
4	<ul style="list-style-type: none"> • Einheitliches Angebot für die Schweiz
5	<ul style="list-style-type: none"> • Handlungsmöglichkeiten der VerkehrskonsumentInnen
6	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr viele gute Anregungen für die (Weiter-)Entwicklung der Idee und des Begriffes „MobilCentre“ (und ähnliche Begriffe) • Networking zwischen den motivierten und im Thema engagierten Fachleuten ist fruchtbar und wurde gut genutzt.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Keine
8	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastruktur punktuell (zeitlich und örtlich) • Information koordiniert, vernetzt, Internet • Mobilitätsangebot muss sich entsprechend Nachfrage entwickeln • Verknüpfung der guten bestehenden Angebote
9	<ul style="list-style-type: none"> • SBB stellt geeignete „Brachen“ gratis für ein MobilCenter zur Verfügung • Kein P+R ohne MobilCenter • Einbindung der Tourismusorganisation • Trennung Beratung, Info, Verkauf von Anlagen, Angebote
10	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsame Plattform für Mobilitätsinformation (Internet) als Grundlage für Auskunftsservice) • Das Velo nicht vergessen, auch dort, wo es nicht als Produkt zu verkaufen ist. • Die bestehenden Angebote benutzergerecht verpacken und als „Schnupperpaket“ anbieten
11	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastruktur: Kombinierte Nutzungen mit Tourismusbüros, Ticketschalter, Mobility-Agentur; kann alles räumlich mit Velostation verbunden werden. • Information: Sensibilisierung für bewusste Mobilität; kombinierte Mobilität und nachhaltiges Verhalten • Mobilitätsangebote: Austausch mit KundInnen eröffnen die Chance für Produkteinnovationen und Verbesserungen
12	<ul style="list-style-type: none"> • Gross-Velostationen als städtebauliche Chance sehen – damit werden öffentliche Mittel greifbar.
13	<ul style="list-style-type: none"> • Defizite in Chancen umwandeln • Nicht Einzellösungen, sondern schweizweite Ausrichtungen • Starke Angebote respektive Marken entwickeln
14	<ul style="list-style-type: none"> • Hauptproblem: Definition Mobilzentrum/MobilCenter/Mobit, Mobile, Mobilitätszentrale; muss geklärt werden. • Information ist elementar, v.a. für Personen, die ein Angebot nicht kennen. Im Agglo-/Tourismusverkehr ist Anteil der „Nie-„ oder „Seltennutzer“ bekanntlich sehr gross!
15	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen sammeln, ordnen und zugänglich machen

	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation mit Publikum • Je nach Ort: Räumliche Installation in Kooperation
16	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbemerkung: unter MobilCenter verstehe ich ein Informationszentrum, welches bestehende Informationen von Mobilitätsanbieter bündelt/vernetzt. Im Gegensatz zu einer Mobilitätszentrale muss ein MobilCenter nicht unbedingt physisch vor Ort präsent sein. Ich sehe das MobilCenter wie im Titel geschrieben als eine Vision: digitale Vernetzung und einheitlicher Auftritt (später auch physisch vor Ort) von heutigen Mobilitätsanbietern. • Starke Stellung der SBB kann für den Aufbau eines MobilCenters von Vorteil sein. Bund als Eigentümer der SBB hat politische Verpflichtung zur Förderung des ÖV • Anfangsfinanzierung könnte durch ein nationales Programm sichergestellt werden. • Die im Vergleich zu D gute öV-Benutzung in der CH verspricht eine entsprechende Nachfrage für eine einheitliche Mobilitäts-Infoplattform

Welche Fehler sollten in der Schweiz vermieden werden?

Nr.	Angaben
1	<ul style="list-style-type: none"> • Kein klares Profil der MobilCenters. Wer hat den Nutzen? • Schlechte Beispiele vermeiden
2	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht auf schlechte Standorte „einlassen“ • Nicht zu stark auf Sicherheit gewichten • Handhabung muss schnell und einfach sein.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn MobilCenter nur ein Informationsbüro ist, ist die Bezeichnung falsch! Es sollte vor allem eine Mobilitätsschnittstelle sein.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenfreundlicher und kundennaher Standort muss gewählt werden.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Unbenutzte Stationen • Eine Pionierphase beinhaltet immer Fehler, produziert dafür endlich etwas Konkretes und Handgreifliches.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Zu grosse Vielfalt der Angebote, fehlende Einheitlichkeit, Konzeptionslosigkeit • Dimensionierung welches sind „richtige“ Anlagegrößen, auch aus Sicht Wirtschaftlichkeit bzw. Zahlungsbereitschaft
7	<ul style="list-style-type: none"> • Gefahr „föderalistischer“ Lösungen, jeder macht etwas • Utopie, dass jeder alles kann • Polivalenz ≠ Qualitätsleistung
8	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungen von offensichtlich zwingenden Partnern fehlen
9	<ul style="list-style-type: none"> • Standort, Bewachung, Sauberkeit, subjektive Sicherheit sind wichtig
10	<ul style="list-style-type: none"> • Celle: Zu technikorientiert, Öffentlichkeitsarbeit und Kundenorientierung haben keine oder zuwenig Bedeutung
11	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit <i>aller</i> Partner. Basis: Datenbank mit allen für die kombinierte Mobilität relevanten Daten; Zugriff für Mobilitätszentralen, Tourismusbüros, Mobilitätsanbieter etc. • Initiative und Trägerschaft für Mobilitätszentrale seitens Stadt und Mobilitätsanbieter; Aufbau von unten • Standards mit Qualitätsdefinition einheitlich anwenden
12	<ul style="list-style-type: none"> • Betreiber, welche vom Produkt selber nicht überzeugt sind (Celle...) • Schlechte Standorte (Bahnhof-Rückseite)
13	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote kundenorientiert gestalten
14	<ul style="list-style-type: none"> • Begriffe und Ziele definieren • Vernetzung muss TU-unabhängig vorangetrieben werden.
15	<ul style="list-style-type: none"> • -
16	<ul style="list-style-type: none"> • Vision MobilCenter kann nur in Etappen erreicht werden. Etappen könnten sein: <ul style="list-style-type: none"> a) Netzlösung b) Single Desk c) InfoCenter (MobilCenter) • MobilCenter kann nur mit allen, oder zumindest mit den wichtigsten TU's (SBB, PTT, städt. Betriebe) wirksam und erfolgreich betrieben werden.

	<ul style="list-style-type: none"> • ÖV als Begriff muss in der Öffentlichkeit breiter definiert werden. Nicht nur SBB ist ÖV. Es müssten z.B. auch Carunternehmer in ein MobilCenter integriert werden und ein Lernfahrausweis wird im MobilCenter ausgestellt.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Wo orten Sie in der Schweiz bezüglich Bahnhofangebot und –organisation die grössten Defizite?

Nr.	Angaben
1	<ul style="list-style-type: none"> • Es besteht ein allgemeines Begriffschaos. Alle reden davon, aber niemand weiss genau, was man darunter versteht! • Die Ziele bzw. die Positionierung oder Strategie ist noch nicht klar. Kundensegmente definieren. Bedürfnisse besser klären.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Es wird keine umfassende Beratung in Sachen Mobilität angeboten. Auskünfte beschränken sich auf SBB-Angebot.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Meistens muss der Bahnhof die Schnittstelle sein. Als solche ist er oft mit individuellen Verkehrsmitteln (Velo / Auto) schlecht erreichbar (wenn man in diesem Begriff Parkieren einbezieht).
4	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Defizite
5	<ul style="list-style-type: none"> • In den „feuchten Zündschnüren“ des grössten Schweizer Schienenverkehrsanbieters...
6	<ul style="list-style-type: none"> • „Lesbarkeit“, „Erkennbarkeit“ der Angebote („Markenkonzept“ und Standorterkennung vor Ort) • „One-Stop-Shop“ betreffend aller Art von Verkehrsinformation und Mobilitätsberatung mit Vernetzung der Regionen und Städte
7	<ul style="list-style-type: none"> • Wegleitung, Signalisation • Sehr oft beschränktes Angebot • Zusammenarbeit
8	<ul style="list-style-type: none"> • -
9	<ul style="list-style-type: none"> • MobilCenter inkl. Mietvelo, Flyer, Mobility
10	<ul style="list-style-type: none"> • Grosse Bahnhöfe: Velodienstleistungen und –Organisation • Kleine Bahnhöfe: Service allgemein, sollte belebt sein, Auskunftsdienst, soziale Kontrolle
11	<ul style="list-style-type: none"> • Infos und Ticketing verzettelt • Reisekette für Personen <i>und</i> Gepäck unbefriedigend in Information und Service
12	<ul style="list-style-type: none"> • Vielfältige Eigentums- und Interessenverhältnisse (Gemeinden, SBB-Betrieb, SBB-Liegenschaften, weitere)
13	<ul style="list-style-type: none"> • Ev. Signalisation für bewachte Velostationen
14	<ul style="list-style-type: none"> • Integration in Raumordnung: Grossräumig bei der Standortwahl publikumsintensiver Einrichtungen; kleinräumig in Abstimmung zu lokaler Nutzungs- und Fusswegstruktur • Es fehlen „Labels“ respektive sind diese für Kunden (zu) wenig erkennbar; 2-3 Stufen / Klassen von Stationen, wo man als Kunde weiss, welches Angebot geboten wird.
15	<ul style="list-style-type: none"> • -
16	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot und Organisation ist fast ausschliesslich auf das SBB-Angebot ausgerichtet. Es sollten noch vermehrt auch andere Mobilitätsangebote an die Bahnhöfe gebunden werden. • Betriebsübergreifendes Wissen ist ungenügend vorhanden. „Tourismus-Büro in Davos weiss nicht, dass Mobility neben dem Haus steht“

Mobilitätszentralen

Besitzt die Schweiz das Potenzial für den erfolgreichen Betrieb von Mobilitätszentralen? Wenn ja, wo (Grosstädte, Regionalzentren, etc.)?

Nr.	Ja / Nein	Ort(e)
1	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, auf jeden Fall 	<ul style="list-style-type: none"> • Sicher in grösseren Städten • Regionalzentren von der Grösse Burgdorf, Thun, Biel • Bei kleineren Bahnhöfen müssen die SBB im Rahmen der Regionalbahnhöfe das Angebot abdecken.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, wenn die Dienstleistung nicht nur eine Auskunftsstelle ist, sondern eine Beratung in allen Mobilitätsfragen anbietet. 	<ul style="list-style-type: none"> •
3	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Jeder Bahnhof! Ein umfassendes Angebot (Bahn, öV, Velo, Auto) sollte nicht von der Grösse des Bahnhofs abhängen. Wirtschaftliche Lösungen müssen durch automatisierte Angebote gefunden werden.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Vor allem in Grosstädten, wo mehrere öff. Transportunternehmen zusammenkommen. So hat der Kunde eine Anlaufstelle für Auskunft und Fahrkarten.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, sicher 	<ul style="list-style-type: none"> • Müssen nicht immer und unbedingt an Bahnhöfen sein (Flughäfen, Kurorte etc.)
6	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht nur Grosstädte und Regionalzentren, sondern auch kleinere Orte, aber selbstverständlich mit angepassten Lösungen
7	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Grossräume wie z.B. S-Bahn-Regionen
8	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokale MobilCenters: Potenzial nur bei Finanzierung durch Gemeinde
9	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Agglo mit mehr als 70'000 Einwohnern • Oder Agglo mit 50'000 Einwohnern mit Touristen oder Handelsplatz
10	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, auf jeden Fall, wenn man sich zum Ziel setzt, die grösstenteils bestehende Infrastruktur sinnvoll zu nutzen. Das Veloroutennetz z.B. muss verkauft werden. Die Leute müssen mit Angeboten aktiv gelockt werden (mehr als in den besuchten Beispielen). 	<ul style="list-style-type: none"> •
11	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Je nach involvierter Träger-/Partnerschaft können auch in kleineren Zentren (ab 10'000-15'000 Einwohnern) Mobilitätszentralen betrieben werden.

12	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Überall dort, wo es heute bediente öV-Stationen hat.
13	<ul style="list-style-type: none"> • Kann ich nicht beurteilen. 	<ul style="list-style-type: none"> •
14	<ul style="list-style-type: none"> • Ja, unbedingt 	<ul style="list-style-type: none"> • In allen Stadtquartieren und Regionen, insbesondere, da SBB/TU aus Kosten- und Kompetenzüberlegungen sich aus dem Verkaufs-/ Beratungsgeschäft zurückziehen und sich auf „grosse“ Standorte beschränken werden.
15	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • In allen Städten mit mehr als 10'000 Einwohnern, aber in unterschiedlichem Ausmass d.h. mit unterschiedlichen und unterschiedlich vielen Partnern
16	<ul style="list-style-type: none"> • Ja 	<ul style="list-style-type: none"> • Ich denke, dass Mobilitätszentralen einen unterschiedlichen Standard ausweisen werden und zwar abgestimmt auf die Grösse der Bahnhöfe. D.h. dass eigentlich alle Bahnhöfe ein Potential haben für eine entsprechend ausgestattete Mobilitätszentrale.

Welchen wichtigsten Kriterien (Angebot, Trägerschaft/Betrieb/Wirtschaftlichkeit, Standort, etc.) müssen diese Mobilitätszentralen genügen?

Nr.	Angaben
1	<ul style="list-style-type: none"> • Das genaue Angebot muss online abrufbar sein. • Koordination bestehender (meist guter) Anbieter • Schalter in prominenter Lage an den Bahnhöfen (kein „Hühnerhof“ und auch nicht im Zentrum)
2	<ul style="list-style-type: none"> • Sollte von allen relevanten TU mitgetragen und finanziert werden. • Guter Standort ist für den Erfolg von grösster Bedeutung • Klares Konzept, keine Verzettelung (nichts anbieten, was z.B. schon bei der Touristeninfo zu haben ist)
3	<ul style="list-style-type: none"> • Sichere Parkings, auch für Velos • Verleih von Velos und Autos, Reparaturen von Velos • Velo soll besten Standort haben (sonst wird's nicht gebraucht und Autofahrer sind schon daran gewöhnt, kleinere Fusswege zu haben). • Es sollte zudem auch ein Treffpunkt sein mit Cafes und Einkaufsmöglichkeiten mit erweiterten Öffnungszeiten.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Sämtliches Angebot des öffentlichen Verkehrs (Fahrplan + Verkauf) • Ticketcorner für Konzerte, Events • Ev. Reisebüro • Infos über den Ort (Verkehrsbüro) • Trägerschaft durch öffentliche Transportunternehmung • In kleineren Orten durch Gemeinde mitfinanziert • Kundennaher Standort im Bahnhof
5	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe Qualitätskriterien Nordrhein-Westfalen betr. Angebot • Selbsttragend ist Illusion • Noch näher bei „Geleise 1“ als das Gesehene auf der Exkursion
6	<ul style="list-style-type: none"> • Schweizweite Rahmenvorstellungen • Planung/Umsetzung auf städtischer Ebene (allenfalls Ebene Agglomeration) • Im allgemeinen räumliche Nähe von „Radstation“ und „Verkehrsinformations- und Mobilitätsberatungszentren“ anstreben; situativ aber auch andere Lösungen zu prüfen
7	<ul style="list-style-type: none"> • Nationale Organisation • Regionale bzw. lokale Infos • Virtuelle Lösung
8	<ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung! • Information über das bestehende Angebot • Marketing, Auftritt, Aufklärung
9	<ul style="list-style-type: none"> • Alle Institutionen die sich mit Mobilität befassen bis hin zu Gepäcktransport, Fahr-

	<p>zentrale Behinderte, usw.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angebot aller Tickets (Fussball, Konzert, Bergbahn, Hotelreservation, Mietauto, Ausflugsstipp, Vignetten, Benzingutscheine, Mobilitätsversicherung, Verkehrsinfo, Organisation von Reisen)
10	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot: umfassend • Trägerschaft: breit, d.h. TCS und VCS usw.
11	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot möglichst breit und in erster Linie auf Alltagsmobilität ausgerichtet / Mobilitätsberatung auch für Firmen anbieten • Trägerschaft breit mit möglichst allen Mobilitätsanbietern und Stadt/Gemeinden • Standort: Verkehrsknotenpunkt und/oder Zentrum Innenstadt
12	<ul style="list-style-type: none"> • Corporate Identity • Standardisiertes Angebot • Betreiber • Einbindung der öV-Betreiber
13	<ul style="list-style-type: none"> • Bedürfnisgerecht. Weniger ist mehr!
14	<ul style="list-style-type: none"> • Zentraler Standort, „zwischen Gleis und Buskante“ • In allen Regionen müssen Anlaufstellen vorhanden sein. • TU's müssen verknüpft werden, aber eher keine Schlüsselfunktion übernehmen.
15	<ul style="list-style-type: none"> • 1. Zielpublikum definieren: öV-Nutzer für Detailfragen (sehr weit gehend), Nicht-öV-Nutzer: niederschwellige PR • 2. Ort: Bahnhof und temporär grosse Massenveranstaltungen • 3. Angebot: Alles anbieten, was Mobilität betrifft. Weiterführend: nur soviel, um die Zentrale auszulasten
16	<ul style="list-style-type: none"> • Klar unterscheidbare Standards (z.B. 3 Typen). Für Jedermann/frau muss es klar sein bei welchem Standard von Mobilitätszentrale welche Infos angeboten werden. Auftritt muss in der ganzen CH gleich sein.

Velostationen

Welche Betriebsform für Velostationen sehen Sie in der Schweiz in Zukunft (bewachte vs. überwachte Station resp. Kombination beider Formen)?

Nr.	Angaben
1	<ul style="list-style-type: none"> • Überwachte Form, aber sie muss gut funktionieren (besser als in Celle) für mittlere Stationen (S-Bahn-Netz) • Bewachte Form in grösseren Zentren und Regionalzentren
2	<ul style="list-style-type: none"> • Bewachte Stationen, da viel vom Engagement einer Persönlichkeit abhängt.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Meist unbewacht, da zu klein. In grösseren Zentren sollte die Kombination möglich sein. Reparaturen und Verkauf wie in Münster sollten als Vision dienen.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Bewacht zu den Hauptzeiten z.B. 07.00 – 19.00 Uhr • Überwacht in den Randstunden 24 Stunden
5	<ul style="list-style-type: none"> • Durch Menschen permanent und gut erkennbar besetzte („betreute“) Station ist für hohe Qualität und Attraktivität vermutlich unverzichtbar.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr situativ zu beurteilen • In der Praxis dürften Kombinationen häufig vorkommen.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Vereinzelungsmassnahmen / Lösungen • Überwachte Station • Eintrittskontrolle mit BATCH
8	<ul style="list-style-type: none"> • Karten-Zutrittssystem mit Videoüberwachung • Verkauf- und Überwachungsstelle in Synergie mit anderen Bereichen
9	<ul style="list-style-type: none"> • Kombination beider Formeln mit zeitweiser Bewachung
10	<ul style="list-style-type: none"> • Münster als Beispiel für die grösseren Städte und Agglomerationen (=Kombination beider Formeln). Beeindruckend: Angebot sicherer Veloabstellplätze schafft neue öV-Kunden → Jeder Bahnhof muss sichere Abstellplätze anbieten mit unterschiedlichen

	Lösungen.
11	<ul style="list-style-type: none"> • Kombination mit weiteren Serviceleistungen rund ums Velo; ev. CS-Angebot • Persönliche Betreuung und Präsenz von Fachpersonen sollte konzeptionell vorgesehen werden.
12	<ul style="list-style-type: none"> • Bewachte Stationen, verknüpft mit Mobi-Zentrale • Automatischer Zugang über Nacht
13	<ul style="list-style-type: none"> • Kombination beider Formeln, je nach Grösse der Anlagen • Wichtig: Erkennbar gleicher Auftritt.
14	<ul style="list-style-type: none"> • Überlegung: Finanzielle Zuschüsse dürften kaum realistisch sein (in grösserem Umfang). → Eigeninitiative fördern, Standorte z.B. Areale ehemaliger Güterschuppen zur Verfügung stellen, lokalen Velohändler überzeugen
15	<ul style="list-style-type: none"> • Die Grösse bestimmt die Form! • Betreiberschaft darf ein Arbeitsprogramm sein. Aber die Zukunft liegt anderswo.
16	<ul style="list-style-type: none"> • Bad Oeynhausen und Münster haben gezeigt, dass bez. Grösse und weitergehende Dienstleistungen auf den Ort abgestimmte Angebote entscheidend sind. Sicherheitseinrichtungen darf die Benutzbarkeit nicht einschränken (negatives Bsp. ist Celle).

Welche Defizite müssen in der Schweiz angegangen werden?

Nr.	Angaben
1	<ul style="list-style-type: none"> • Innovation und unternehmerischer Druck für Betreiber von Velostationen • Die SBB muss dazu gebracht werden, geeignete Flächen und Förderungsgelder frei zu machen.
2	<ul style="list-style-type: none"> • An grösseren Bahnhöfen wird den Veloabstellplätzen zu wenig Beachtung geschenkt, so dass rund um den Bahnhof chaotisch parkiert wird.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Automatisierung, um die Anlage vor Schwankungen der Arbeitslosen- und Beschäftigungsprogramme zu schützen. Letztere sollten nur für Zusatzdienstleistungen absolut notwendig sein.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungen mit den verschiedenen interessierten Partnern (öV, Gemeinden, Kantone, Bund, ev. Velohändler) müssen geführt werden. • Geeigneter kundenfreundlicher Standort muss gefunden werden.
5	<ul style="list-style-type: none"> • „Feuchte Zündschnüre“ bei den SBB • Mangelnde Einsicht in das preisgünstige Kundenbeschaffungspotential des Velos für den öV (notwendiger Abstellplatzüberschuss) • Mangelnde Bereitschaft zu Planungsverbänden aller interessierter Share- und Stakeholders um Bahnhöfe
6	<ul style="list-style-type: none"> • Diebstahl- und Vandalenschutz auch bei kleineren Anlagen • Gedeckte Abstellplätze • Städtebaulich-gestalterische Aufwertungen
7	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung der Investitions- und Betriebskosten • Nationale Trägerschaft • Standarddefinition
8	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierungsmodelle • Bewusstsein bei Gemeinden bilden
9	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitäts- und Angebotsstandard • Gleiche Zugangssysteme • Gleicher Auftritt • Inputdossier zur Lancierung neuer Anlagen
10	<ul style="list-style-type: none"> • Bisher kein Label; wichtig für Qualität, Vermarktung und Akzeptanz • Erfahrungsaustausch für alle Betreiber → IG Velo Schweiz mit Entwicklungsauftrag vom Bund wie ADFC
11	<ul style="list-style-type: none"> • Bündelung der Akteure vor Ort → Trägerschaft • Koordination mit SBB / Standards, Integration im Bahnhof und Integration der Produkte • Schaffen eines zentralen Datenpools (SchweizMobil)

12	<ul style="list-style-type: none">• Finanzierung!
13	<ul style="list-style-type: none">• Standards, Normen, Verantwortlichkeiten, Trägerschaften bereitstellen
14	<ul style="list-style-type: none">• Genügend unbewachte Abstellplätze an allen Zugängen, an belebten Orten anordnen (Grundprinzip)• Velostationen, wo es sich ergibt.• Mietmöglichkeiten an ausgewählten Orten (→Mobilitätszentralen)
15	<ul style="list-style-type: none">• Kooperation mit Velohandel: Zwingend!• Räume: Durch die SBB!• Kostenschlüssel finden → Kanton, Gemeinde, Bahnen
16	<ul style="list-style-type: none">• Die Generation 1 sollte möglichst schnell durch eine Generation 2 abgelöst werden. Finanzierung sollte in der CH auf eine neue Grundlage gestellt werden – Gelder für Agglomerationsverkehr. (Die 250./Abstellplatz des AGR im Kanton Bern sind ☺)