

## **MobilCenter: Informationsangebot über die kombinierte Mobilität Konzeptbericht**

Die Kundinnen und Kunden sollen Informationen über die kombinierte Mobilität künftig auf einfache Weise abrufen können. Dies ist das Ziel der MobilCenter, das Projekt einer nationalen Grundstruktur für Informationen über die kombinierte Mobilität und den Tourismus. Das Informationsangebot umfasst den öffentlichen Verkehr, den Langsamverkehr (Human Powered Mobility), den motorisierten Individualverkehr, deren Schnittstellen und wichtige touristische Dienstleistungen. Die Informationen sollen sowohl über Internet als auch über Infokonsolen abrufbar sein: an Haltestellen des öffentlichen Verkehrs, in Stadtteilzentren, in TouristCenters, in Museen, an Messen, etc. Im Rahmen des Projektes soll auch eine nationale Organisation für das Datenmanagement geschaffen werden. Das Projekt MobilCenter entsteht im Rahmen von SchweizMobil unter der Federführung des Verbandes öffentlicher Verkehr.

### Weitere Informationen:

SchweizMobil

Verband öffentlicher Verkehr VöV

EnergieSchweiz

[www.schweizmobil.ch](http://www.schweizmobil.ch)

[www.voev.ch](http://www.voev.ch)

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

30.07.2003

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>



Suisse **Mobile**

 energie schweiz

# **MobilCenter**

**Konzeptbericht**

**Rapport  
de la conception**

April / Avril 2003

## Impressum:

Herausgeber / Editeur:	Verband öffentlicher Verkehr VÖV, Union des transports publics UTP
Autoren / Auteurs:	Florentin Abächerli, Erich Scheidegger (SBB AG)
Mitarbeit / Collaboration:	Hans Kaspar Schiesser (VÖV), Jean-Christophe Thieke (SBB AG), Markus Capirone, Daniel Leupi (Velobüro)
Übersetzung / Traduction:	Jean-Marc Flükiger (UTP), Blaise Dériaz (Genève)
Lektor / Lecteur:	Urs Geiser (Büro Coretto)

Bern / Berne, April / avril 2003

Dieser Bericht wurde im Rahmen des Projekts *SchweizMobil* verfasst  
und von "*EnergieSchweiz*" finanziert.

Ce rapport a été rédigé dans le cadre du projet *SuisseMobile*.  
Il a été financé par "*SuisseEnergie*".

# Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b>	<b>5</b>
<b>MobilCenter – häufig gestellte Fragen</b>	<b>7</b>
<b>Synthèse générale</b>	<b>10</b>
<b>MobilCenter – Foire aux questions</b>	<b>12</b>
<b>Management Summary</b>	<b>15</b>
<b>MobilCenter – frequently asked questions</b>	<b>17</b>
<b>1. Einleitung</b>	<b>20</b>
<b>2. Ausgangslage</b>	<b>21</b>
2.1 Nachhaltige Mobilität	21
2.2 SchweizMobil	21
2.3 Bereich MobilCenter von SchweizMobil	22
2.4 Projektorganisation	23
2.5 Oberziele für den Bereich MobilCenter	23
<b>3. Markt und Umfeld</b>	<b>25</b>
3.1 Zielgruppen	25
3.2 Kundenbedürfnisse	25
3.3 Bestehende Ansätze für MobilCenter in der Schweiz	27
3.4 Bestehende Ansätze MobilCenter im Ausland	29
<b>4. Konzept</b>	<b>31</b>
4.1 Grundsätzliche Erwägungen	31
4.2 Strategie „Information“	32
4.3 Verhältnis von Angebot und Information	34
4.4 Marke	37
4.5 Pilotprojekte	38
4.6 Begriffserklärung, Abgrenzungen	39
<b>5. Die Erscheinungsform</b>	<b>41</b>
5.1 Nationale Organisation	41
5.2 Lokale Organisation	43
5.3 Angebote als Aufgabe der Leistungsanbieter	45
<b>6. Kategorien von MobilCenter</b>	<b>46</b>
6.1 Grundsätzliche Erwägungen	46
6.2 Konsequenz: Verzicht auf die Kategorisierung	47
6.3 Bediente / unbediente Ausprägungen von MobilCenter	47
<b>7. Angebote und Qualitätsstandards</b>	<b>48</b>
7.1 Strukturierung der Angebote in Angebotsgefässe	48
7.2 Informationsstandards versus Qualitätsstandards	49
7.3 Angebotsgefässe	50

---

<b>8. Standorte von MobilCentern</b>	<b>56</b>
8.1 Ausgangslage	56
8.2 Erwägungen	56
8.3 Standorte	56
<b>9. Rolle der Partner</b>	<b>58</b>
9.1 Öffentliche Hand	58
9.2 Verband Öffentlicher Verkehr	58
9.3 Lokale und regionale Transportunternehmungen	59
9.4 Nationale Transportunternehmungen	59
9.5 Andere Partner	60
<b>10. Kosten und Finanzierung MobilCenter</b>	<b>61</b>
10.1 Vorbemerkungen	61
10.2 Projekt SchweizMobil und MobilCenter	61
10.3 Nationale Grundstruktur	62
10.4 MobilInfo-Konsolen	63
10.5 Lokale Angebote	63
<b>11. Weiteres Vorgehen</b>	<b>66</b>
11.1 Ausgangslage	66
11.2 Vorplanungsphase	66
<b>12. Abkürzungen und Glossar</b>	<b>68</b>
<b>13. Literatur</b>	<b>70</b>
<b>Anhänge</b>	<b>71</b>
1. Projektbeschrieb MobilCenter	72
2. Antrag auf Bezuschussung der Planungsphase des Projekts MobilCenter	76
3. Kundenbedürfnisse	78
4. Organisation Konzeptphase	79
5. Kostenübersicht	81
6. Nutzungsbeispiel von MobilCenter	83

## Zusammenfassung

**MobilCenter ist ein Projekt einer nationalen Grundstruktur für Informationen über die kombinierte Mobilität und den Tourismus. Das Informationsangebot umfasst den öffentlichen Verkehr, die Human Powered Mobility (Langsamverkehr), den motorisierten Individualverkehr, deren Schnittstellen und wichtige touristische Dienstleistungen. Die Kundschaft wird diese Informationen auf einfache Weise abrufen können: einerseits im Internet, andererseits an so genannten Infokonsolen. Standorte von Infokonsolen können sein: Haltepunkte des öffentlichen Verkehrs, Stadtteilzentren, TouristCenters, Museen, Messen, Hotels etc. Zum Projekt gehören auch die Schaffung einer nationalen Organisation für das Datenmanagement und ein Motivationsprogramm für den Ausbau der lokalen Angebote. Der Bereich MobilCenter entsteht als Bereich des Projektes SchweizMobil unter der Federführung des Verbandes Öffentlicher Verkehr VÖV.**

Der Bereich MobilCenter umfasst im Einzelnen folgende Teile:

- Beschaffen der Daten für die Informationsplattformen. Vertragliche und organisatorische Festsetzung der Datenflüsse. Berücksichtigt werden insbesondere Informationen des öffentlichen Verkehrs (Fahrpläne, Bahnhofsinformationen, Angebote), der Human Powered Mobility (Routen, Abstellplätze, Mietangebote) und des motorisierten Individualverkehrs (Abstellplätze, Mietangebote) touristische Informationen (Veranstaltungen, Hotels, Aktivitäten) sowie Ortsinformationen. Diese Informationen stehen auch CallCenters ausgewählter Partner zur Verfügung.
- Entwickeln und Realisieren der Informationsplattformen: einerseits eine Internet-Seite, andererseits MobilInfo-Konsolen an möglichst vielen Orten mit hohem Publikumsverkehr. Standorte können sein: Haltepunkte des öffentlichen Verkehrs, Stadtteilzentren, TouristCenters, Bergbahnen, Museen, Messen, Hotels etc.
- Verknüpfen mit den bestehenden oder zu schaffenden Mobilitätszentralen. Diese sind nicht Teil des Projektes MobilCenter, bauen aber darauf auf. Mobilitätszentralen bieten Beratung und Verkauf von Dienstleistungen rund um die kombinierte Mobilität an. Sie vereinen idealerweise die Schalter der verschiedenen Anbieter unter einem Dach (z.B. städtische Verkehrsunternehmung, Reisebüro, Tourist-Information etc.). Dieses Angebot entsteht auf lokale Initiative hin, wo das entsprechende Bedürfnis besteht und eine Finanzierungsmöglichkeit gefunden wird.
- Aktivieren lokaler Angebote für die vernetzte Mobilität und motivieren zu deren qualitativen und / oder quantitativen Ausbau. Förderprogramme der öffentlichen Hand können mit der Unterstützung von lokalen Teilprojekten zur Verbesserung der Angebote zusätzlich beitragen.

Das **Ziel** von MobilCenter ist eine Nachfrage-Steigerung bei der Human Powered Mobility, beim öffentlichen Verkehr und im Tourismus dank attraktiverer Angebote. Dies würde vor allem im Freizeitbereich erhebliche Energieeinsparungen ermöglichen. Das Gesamtprojekt SchweizMobil verfolgt gar die Vision, die Schweiz weltweit zum Leader für nachhaltige Mobilität zu machen.

Die **Strategie** des Projektes beruht auf dem qualitativen und quantitativen Ausbau der Informationen über den kombinierten Verkehr, um dadurch die Zutrittsschwelle unabhängig von Alter und Autobesitz zu senken und damit die Nutzungshäufigkeit entsprechender Angebote zu erhöhen. Eine erhöhte Nachfrage soll wiederum zu einem Ausbau des Angebotes führen.

Die wichtigsten Kundennutzen sind:

- **Senken der Zutrittsschwelle:** Bequemerer, schnellerer und einheitlicher Zugang zu den Informationen, die für die Planung einer Fahrt und die damit verbundenen Bedürfnisse notwendig sind.
- **Erweiterung des Angebots:** Erhöhtes Angebot an Dienstleistungen für die kombinierte Mobilität an den Standorten von MobilCenter.
- **Steigerung der Qualität:** Bessere Qualität der Dienstleistungen im Bereich der kombinierten Mobilität dank Standards zu den Informationen über die Angebote.

Das **Budget** für den Bereich MobilCenter im Rahmen von SchweizMobil beläuft sich auf 3 Mio. CHF. Die Betriebskosten für die nationale Koordination und Qualitätskontrolle werden bei Vollausbau auf ca 0.7 Mio. CHF pro Jahr geschätzt. Für Planung und Realisierung von MobilInfo-Konsolen an beispielsweise 1000 Standorten ist mit ca. 19 Mio. CHF zu rechnen. Die jährlichen Betriebskosten sind mit ca. 4 Mio. CHF zu veranschlagen.

Die **Finanzierung** des Projektes MobilCenter erfolgt im Rahmen des Budgets von SchweizMobil, das heisst zu neunzig Prozent durch Bund und Kantone und zu zehn Prozent durch Private. Investitions- und Betriebskosten der lokalen Infokonsolen sind durch eine lokal koordinierte Public-Private-Partnership zu finanzieren. Vorgeschlagen wird eine Finanzierung von 40 % durch den Bund, 40% durch Kantone und Gemeinden und 20% durch Private. Die lokal angebotenen Dienstleistungen wie Beherbergung, Events, Fahrzeugvermietung, etc. sind kommerzieller Natur und werden von entsprechenden Unternehmungen finanziert. Infrastrukturangebote wie Zweiradabstellanlagen sind weitgehend von der öffentlichen Hand zu finanzieren, allenfalls unterstützt durch Förderprogramme.



Beispiel einer Info-Konsole (Berlin)



Schematischer Aufbau der Benutzungsoberfläche der geplanten MobilInfo-Konsole

## MobilCenter – häufig gestellte Fragen

### **Was nützt MobilCenter dem Mobilitätskunden ganz konkret?**

Die Kundin / Der Kunde erhält entweder schon zu Hause am PC oder am Bahnhof via MobilCenter-Infokonsole Auskunft über wichtige Angebote, die mit seiner Reise zusammenhängen, also z.B. den Tür-zu-Tür-Fahrplan, die Beherbergungsmöglichkeiten, die Bahnhofs- und Ortspläne. Er trifft eine optimale, einheitliche Wegweisung zu wichtigen Angeboten an, so namentlich auch zu den Velo-, Wander-, Skates- und Paddelrouten. Menge und Qualität des Angebots an lokalen Dienstleistungen werden dank des nationalen Projekts deutlich gesteigert. All das beweist dem Mobilitätskunden, dass die Wegekette MIV-ÖV-Langsamverkehr in der Schweiz praktisch lückenlos funktioniert, attraktiv ist und persönliche Vorteile bringt.

### **Ist MobilCenter ein überall gleiches Normangebot?**

Nein. MobilCenter ist der Sammelbegriff für die nationale Grundstruktur für Informationen am PC zuhause (MobilInfo), für die Infokonsolen vor Ort und für die Mobilitätszentralen. Kleine Orte verfügen wohl nur über die MobilCenter-Infokonsole sowie ein bestimmtes Basisangebot wie Veloabstellanlagen, Bahnhofs- und Orts-Information sowie P+Rail. Grössere Orte verfügen in der Regel über Autovermietung, Schliessfächer, Change-Schalter, Ausleihmöglichkeiten für Freizeit-Fahrzeuge (Schlitten, Bikes, Skates) etc. Einige Zentren in der Schweiz werden als personell besetzte Mobilitätszentralen ausgestaltet sein, die umfassende Reise-, aber auch generell Mobilitätsberatung anbieten können. Wie gut ausgebaut das Angebot ist, hängt in erster Linie von lokalen Initiativen und der lokalen Investitionsbereitschaft ab.

### **Wo überall soll es MobilCenter geben?**

MobilCenter ist der Name für die nationale Struktur. MobilCenter-Infokonsolen als sichtbarste Ausprägung soll es an möglichst vielen Standorten mit hohem Publikumsverkehr geben. Zu diesen Standorten zählen: die Haltestellen des öffentlichen Verkehrs (SBB, Privatbahnen, städtische Verkehrsbetriebe, Bergbahnen etc.), Tourismuszentren, Hotels, Messen, Museen etc. Die Zahl der Standorte von MobilCenter-Infokonsolen ist nicht limitiert. Das lokale Interesse bestimmt, ob und wo das Angebot MobilCenter eingesetzt werden soll.

### **Warum strebt das Projekt nicht übersichtlich definierte Qualitätsstufen an, wo z.B. mittels einer 1- / 2- / 3-Sterne-Skala auf einen Blick alles klar ist?**

Der lokale Angebots-Mix ist grundsätzlich markt- und lageabhängig. In Yverdon ist Schlittenausleihe nicht sinnvoll, in Amden/SG braucht es keine Velostation, und dort, wo es ein eingespieltes, funktionierendes TouristCenter nicht am Bahnhof, sondern im Ort gibt, kann das so bleiben. Einheitlich sind die zentrale Information (MobilInfo) und allenfalls ein kleines Set an Angeboten, welches von Förderprogrammen des Bundes unterstützt werden könnte. Für ausgewählte Angebote wie Infokonsolen, Veloabstellanlagen, Kundenführung oder Mobilitätszentralen gibt es Richtlinien oder Wegweisungen, welche Dauerhaftigkeit und Qualität garantieren helfen.



### **Woher kommen die Informationen auf den Websites?**

Grundlage sind bestehende Websites wie sbb.ch oder schweiztourismus.ch. Die Website von Schweiz Tourismus wird mit zusätzlichen Infos über SchweizMobil-Routenangebote und den Langsamverkehr ergänzt. Die Leistung von MobilCenter besteht darin, diese und zusätzliche Daten so zu organisieren, dass z.B. auf der Infokonsole in Bellinzona für die Benutzerinnen und Benutzer die Angebote aus Bellinzona und Umgebung rasch und übersichtlich erkennbar sind. Eine nationale MobilCenter-Geschäftsstelle überwacht die Nachführung der lokalen Daten. Für deren Bereitstellung sind jedoch die lokalen Anbieter verantwortlich.

### **Welche Rolle kommt den kleineren Transportunternehmungen beim Bereich MobilCenter zu?**

Wie die SBB müssen kleinere Transportunternehmungen willens sein, den Standort für die MobilCenter-Infokonsole bereitzustellen und die Verkabelung zuzulassen. Für lokale ReiseCenter (z.B. der Regionalverkehr Mittelland in Burgdorf) ist die Infokonsole die ideale Ergänzung für jene Tageszeiten, in denen das ReiseCenter nicht besetzt ist. Die Infokonsole kann ein Anreiz sein, lokal zusätzliche Angebote zu entwickeln, die den Standort aufwerten. Voraussetzung für den Einbezug der kleineren Transportunternehmungen ist, dass sie die Informationen für die nationale Vernetzung analog den SBB zur Verfügung stellen.

### **Was bezahlt die Nutzerin/der Nutzer für Dienstleistungen eines MobilCenter?**

Die Web-Dienstleistungen zuhause und an den Infokonsolen sind gratis. Die Computerausdrucke an den MobilCenter-Infokonsolen sowie die Anrufe an die Call-Center der ÖV-Unternehmungen sind kostenpflichtig. An den Preisen für die heute schon kostenpflichtigen Dienstleistungen vor Ort wie Fahrzeugausleihe, Parkierung in Velostationen oder Automiete ändert die Einführung von MobilCenter nichts.

### **Zahlen kommerzielle Unternehmen (Hotels, Fahrradvermieter, Carsharing-Anbieter) eine Provision an die MobilCenter-Organisation?**

Nein, die Vermittlung ist kostenlos. Wichtige Marktpartner sollen jedoch in die Trägerschaft von MobilCenter eingebunden werden und diese finanziell mittragen, sei es durch Cash- oder durch Eigenleistungen.

### **Wer bezahlt den Aufwand für die MobilCenter-Infokonsolen, die Pflege der Websites und das Motivationsprogramm für die Gemeinden und Regionen?**

Gemeinden und Transportunternehmen müssen zur Finanzierung von Leistungen auf lokaler Ebene beitragen. Der Bund soll über Förderprogramme wesentlich zur Deckung der Kosten inkl. jener für die Infokonsolen beitragen. Synergien mit Dritten (z.B. Telekommunikations-Branche) sind möglich und anzustreben.

### **Warum sollte dieses Projekt auch mit Mitteln von EnergieSchweiz finanziert werden?**

MobilCenter fördert die energiesparende kombinierte Mobilität im Alltag und in der Freizeit. Es animiert dazu, das Auto gezielter einzusetzen. Ein Teil der Autofahrten soll so durch den ÖV und den Langsamverkehr ersetzt werden. Der Anreiz besteht darin, vom eigenen Auto unabhängiger zu sein (keine erzwungene Rückkehr zum Parkplatz), die Vorzüge der kombinierten Mobilität zu entdecken und neue Angebote kennen zu lernen.

**Wann steht das MobilCenter-Angebot zur Verfügung?**

Zahlreiche Angebote bestehen schon heute, sind aber zu wenig bekannt und nicht zentral abrufbar. Ab 2004 soll die nationale Benutzeroberfläche erarbeitet werden, so dass die Informationen über die Angebote ab 2005 zuhause am PC verfügbar sein sind. Im gleichen Jahr soll es die ersten MobilCenter-Konsolen an Bahnhöfen und weiteren Standorten geben, abhängig vom lokalen Engagement. Bereits vorher werden einzelne Mobilitätszentralen in Betrieb genommen werden können.

## Synthèse générale

**MobilCenter est un projet destiné à mettre en place une structure nationale d'information sur la mobilité combinée et le tourisme. L'offre en informations comprend les transports publics, la mobilité douce (HPM Human Powered Mobility ou mobilité à force humaine), le transport privé motorisé, leurs interfaces et leurs services touristiques principaux. La clientèle pourra accéder très facilement à ces informations: d'une part sur Internet, d'autre part à l'aide de bornes d'information, installées par exemple aux arrêts des transports publics, aux centres des villes, aux offices de tourisme, aux musées, aux expositions, aux hôtels, etc. Le projet englobe également la création d'une organisation nationale pour la gestion des données et un programme d'encouragement à l'extension des offres locales. Le projet MobilCenter se déroule dans le cadre de SuisseMobile sous la direction générale de l'Union des transports publics (UTP).**

Le projet MobilCenter englobe les points suivants:

- Acquisition des données pour les plates-formes d'information. Définition juridique et organisationnelle des flux de données. Sont spécialement prises en considération les informations des transports publics (horaires, informations dans les gares, offres), de Human Powered Mobility (itinéraires, places de stationnement, offres de location) et du transport privé motorisé (places de stationnement, offres de location), les informations touristiques (manifestations, hôtels, activités) ainsi que les informations locales. Ces informations sont également mises à la disposition des centres d'appels de partenaires sélectionnés.
- Développement et réalisation des plates-formes d'informations: d'une part un site Internet, d'autre part des bornes MobilInfo installées dans le plus grand nombre possible de lieux fréquentés comme par exemple: arrêts de transports publics, centres-villes, offices de tourisme, remontées mécaniques, musées, expositions, hôtels, etc.
- Liaison avec les centrales de mobilité existantes ou à créer qui ne font cependant pas partie du projet MobilCenter mais s'y appuient. Les centrales de mobilité assurent le conseil et la vente de services concernant la mobilité combinée. Idéalement, elles rassemblent en un même lieu les guichets des différents fournisseurs (p. ex. entreprises de transports urbains, agences de voyage, informations touristiques, etc.). Cette offre dépend d'initiatives locales où se manifestent les besoins correspondants et où se trouvent les possibilités de financement.
- Activation d'offres locales pour la mobilité intégrée en réseau et encouragement à l'améliorer du point de vue qualitatif et / ou quantitatif. Les programmes de promotion des pouvoirs publics peuvent également contribuer à l'amélioration des offres avec le soutien de sous-projets locaux.

L'**objectif** du projet MobilCenter est de provoquer une augmentation de la demande de mobilité à force humaine (ou Human Powered Mobility HPM), de transports publics et dans le tourisme grâce à des offres attractives. Cela permettrait de réaliser de considérables économies d'énergie, surtout dans le domaine des loisirs. L'ensemble du projet SuisseMobile vise même à faire de la Suisse le leader mondial de la mobilité durable.

La **stratégie** du projet consiste à étendre de manière qualitative et quantitative l'information sur le trafic combiné afin d'abaisser le seuil d'accès pour les usagers, indépendamment de leur âge et du fait qu'il possède véhicule, et ainsi d'augmenter la fréquence d'utilisation des offres. Par effet d'entraînement, l'augmentation de la demande doit encourager l'extension de l'offre.

Les principaux avantages pour les clients sont les suivants:

- **Abaissement du seuil d'intérêt:** accès plus confortable, plus rapide et standardisé aux informations nécessaires à la planification d'un voyage et aux besoins qui y sont liés.
- **Elargissement de l'offre:** offres plus nombreuses de services pour la mobilité combinée aux emplacements de MobilCenter.
- **Amélioration de la qualité:** meilleure qualité des services de mobilité combinée grâce à des normes pour l'information concernant les offres.

Le **budget** pour le projet MobilCenter dans le cadre de SuisseMobile s'élève à 3 millions de francs. Les frais d'exploitation pour la coordination nationale et le contrôle de qualité sont estimés à 0.7 millions de francs par an une fois l'extension achevée. La planification et la réalisation de bornes MobilInfo à quelque 1000 emplacements sont estimées à environ 19 millions de francs. Les frais d'exploitation annuels s'élèveront à environ 4 millions de francs.

Le **financement** du projet MobilCenter est inclus dans le budget de SuisseMobile dont 90% proviendra de la Confédération et les cantons et 10% de privés. Les coûts d'investissement et d'exploitation des bornes locales d'information seront financés par des partenariats coordonnés public-privé. Un financement à hauteur de 40% par la Confédération, 40% par les cantons et les communes et 20 % par des privés a été proposé. Les offres locales (hôtels, manifestations, location de vélos etc.) sont de nature commerciale et seront financées par les entreprises privées concernées. Les offres en infrastructures, comme par exemple les parkings à vélos, doivent être principalement financées par les pouvoirs publics, éventuellement à l'aide de programmes de promotion.



Exemple de borne d'information (Berlin)



Schéma de l'interface utilisateur des bornes MobilInfo envisagées

## MobilCenter – Foire aux questions

### **Quels sont les avantages concrets de MobilCenter pour les clients?**

Le client obtient directement chez lui sur son ordinateur ou à la gare à l'aide des bornes MobilCenter les renseignements sur toutes les offres concernant son voyage, comme par exemple l'horaire personnalisé de porte à porte, les possibilités d'hébergement, les plans de gare et de ville. Il obtient des indications détaillées et homogènes sur toutes les offres, en particulier sur les itinéraires de randonnée à vélo, à pied, en roller et en canoë. L'offre de services concernant ces formes de transports intégrés augmente à un bon rythme, encouragée par le programme national. Tout cela prouve au client qu'il ne manque pratiquement aucun maillon à la chaîne d'itinéraires TMI-TP-HPM en Suisse, que celle-ci est intéressante et personnellement avantageuse.

### **MobilCenter constitue-t-il une offre homogène dans toute la Suisse?**

Non. MobilCenter est le terme générique désignant l'information centrale accessible à partir d'un ordinateur à la maison (MobillInfo), des bornes sur place et des centrales de mobilité. Les petites localités disposent uniquement d'une borne MobilCenter, gérant une petite offre de base comme les parkings à vélos, l'information de gare et Park+Rail. Les grands centres proposent la location de voitures, des casiers à bagages, des guichets de change ou des possibilités de location de véhicules de loisirs (luges, vélos, rollers). Quelques centres seront conçus comme des centrales de mobilité avec guichets et proposeront de larges services de conseil en matière de voyage et de mobilité. La qualité et l'étendue des offres dépend en premier lieu des initiatives locales et des possibilités locales d'investissement.

### **Où trouvera-t-on MobilCenter?**

MobilCenter est le nom de la structure nationale. Il y aura des bornes MobilCenter dans toutes les gares et aux principaux points de jonction du trafic urbain, ainsi que dans les centres d'information touristique (env. 1000 sites au total). Le nombre d'emplacements munis de bornes d'information MobilCenter n'est pas limité. L'intérêt local détermine quand et où l'offre MobilCenter est mise à disposition.

### **Pourquoi le projet ne vise-t-il pas à définir des niveaux de qualité aisément reconnaissables, permettant par exemple, à l'aide d'une, deux ou trois étoiles, d'évaluer l'offre d'un seul coup d'œil?**

Les offres locales dépendent de données propres au marché et à la situation considérée. Il est inutile de louer des luges à Yverdon, personne n'aura besoin de ranger son vélo à Amden/SG, et il n'y a aucune raison de déplacer les centres d'information touristique implantés de longue date en ville et non à la gare. L'information centrale (MobillInfo) et éventuellement un petit pool d'offres financé par des programmes de promotion de la Confédération sont standard. Mais les supports ou instruments décisifs de l'offre, comme les bornes, les parkings à vélos, l'encadrement des clients ou les centrales de mobilité, sont soumis à des directives et instructions permettant de garantir leur durabilité et leur qualité.

**D'où vient l'offre sur les sites Internet?**

Elle repose sur les sites existants, comme cff.ch ou suisse-tourisme.ch. Le site de Suisse Tourisme sera complété par des infos sur les itinéraires offerts par SuisseMobile et sur la mobilité douce. La prestation de MobilCenter consiste à organiser ces données et d'autres données de telle sorte que, par exemple, les offres concernant Bellinzone et ses environs soient perceptibles du premier coup d'œil sur la console implantée à Bellinzone. Un secrétariat central des MobilCenter surveillera la mise à jour des données locales dont la préparation reste toutefois sous la responsabilité des fournisseurs locaux.

**Quel est le rôle des petites entreprises de transport au sein du projet MobilCenter?**

Comme les CFF, elles doivent accepter de mettre à disposition l'emplacement de la borne MobilCenter et autoriser son câblage. Dans les centres de voyages locaux (par ex. la RM de Berthoud), la borne constitue un complément idéal pendant les heures de fermeture du centre de voyages et un moyen de promotion des offres supplémentaires mettant le site en valeur. Pour être intégrées au réseau national, les petites entreprises de transport doivent impérativement fournir leurs informations au même format que les CFF.

**Quel est le coût des services MobilCenter pour l'utilisateur?**

Les services web à domicile et dans les gares sont gratuits. La fonction d'impression aux bornes MobilCenter et les téléphones aux centres d'appels des entreprises de transports publics sont payants. La mise en place de MobilCenter ne change rien aux prix des services déjà payants comme la location de rollers, l'utilisation des parkings à vélos ou la location de voitures.

**Les entreprises privées (hôtels, loueurs de vélos, auto-partage) paient-elles une commission à l'organisation du MobilCenter?**

Non, la médiation est gratuite. Mais les partenaires importants doivent s'impliquer financièrement dans l'organisation et la gestion du MobilCenter, que ce soit par des prestations en argent liquide ou en services.

**Qui paie les frais occasionnés par les bornes d'information des MobilCenter, l'entretien des sites Internet, le programme d'animation des communes et régions?**

Les communes et les entreprises de transport concessionnaires doivent s'impliquer dans le financement local. La Confédération doit supporter la plus grande partie des coûts (y compris ceux des bornes) par le biais de programmes de promotion. Les synergies avec des tiers (p. ex. la branche des télécommunications) sont à envisager et à encourager.

**Pourquoi ce projet devrait-il aussi être financé par des fonds de "suisse énergie"?**

MobilCenter encourage, dans le quotidien et les loisirs, la mobilité combinée, source d'économie d'énergie. Cela incite à utiliser sa voiture à bon escient. Une partie des trajets en auto doivent ainsi être remplacés par les transports publics et la mobilité douce. MobilCenter contribue à l'indépendance par rapport à la voiture (pas de retour obligatoire au parking), à la découverte des avantages de la mobilité combinée et à la connaissance de nouvelles offres.

**Quand l'offre MobilCenter sera-t-elle disponible?**

De nombreuses offres existent déjà, mais elles ne sont pas assez connues ou pas disponibles de manière centralisée. A partir de 2004, l'interface utilisateur sera élaboré au niveau national, de façon à ce que les informations pour les offres soit accessibles à domicile sur un PC dès 2005. Les premières bornes MobilCenter seront installées dans des gares et à d'autres emplacements la même année, en fonction des initiatives locales. Certaines centrales de mobilité pourront être mises en service avant cette date.

## Management Summary

MobilCenter is the project covering a nationwide structure for providing information on combined mobility. The information covers public transport, human powered mobility (slow traffic), motorised private transport and the interfaces between these, and centralised services for tourism. Users will be able to access this information very easily, either on the Internet or at roughly 1000 information consoles. These can be stops, district centres, tourist centres, museums, fairs, hotels, etc. The project also includes the creation of a nationwide organisation to manage the data, and a motivational programme to expand local services on offer. The MobilCenter project is being run under the overall control of the UTP (Public Transport Association) and under SwissMobility.

The MobilCenter project comprises the following components:

- Collecting data for the information platforms. Legal and organisational determination of the data flows. Special attention will be paid to information on public transport (timetables, station information, services available), human powered mobility and motorised private transport (routes, parking facilities, hire services), tourist information (events, hotels, activities) and local information. This information will also be available to the call centres of selected partners.
- Development and implementation of the information platforms – both the Internet and the consoles located at as many points at stops, city centres, tourist centres, museums, fairs, hotels, etc. as possible.
- Links to existing or potential mobility centres. These are not part of, but are built on the basis of, the MobilCenter project. Mobility centres offer advice and sell services relating to all aspects of combined mobility. Ideally they combine, under one roof, the facilities of several different providers (e.g. urban transport company, travel bureau, tourist information etc). These services will be coordinated on a national basis, but will be based on local initiatives, where the needs exist and financing opportunities are to be found.
- Activation of local services for networked mobility, and motivation for their expansion in terms of both quality and quantity. Promotional initiatives by third parties can also contribute towards the improvement of services with the support of local sub-projects.

The **objective** of MobilCenter is to bring about an increased demand for human powered mobility, public transport and tourism through more attractive offers. This will lead to substantial energy savings, particularly in the leisure sector. Indeed, the guiding vision of the whole SwissMobility project is to make Switzerland the world leader in sustainable mobility.

The **strategy** of the proposal is based on an expansion in both the quality and quantity of information on combined transport in order to lower the access threshold regardless of age and car ownership, and thus increase the utilisation of transport services. Increased demand should, in turn, lead to an expansion of the services.



The main customer benefits are:

- **Lowering of the threshold:** easier, faster and more visible access to the information needed to plan a trip, and all that such a trip involves.
- **Expansion of services:** a better range of services for combined mobility at many of the 1000 MobilCenter locations.
- **Higher quality:** an increase in the quality of combined mobility services by standardising the service information provided.

The **cost** of setting up the national organisation will be 3 million CHF. When it is complete, operating costs are estimated at 0.7 million CHF annually. The planning and installation of the information consoles at a possible 1000 locations amount to 19 million CHF, with annual operating costs of 4 million CHF.

The project's **funding** is provided within the framework of SwissMobility, i.e. ninety per-cent by the federal and cantonal governments, and ten per-cent by privately owned companies. Investment and operating costs of the local information consoles will be financed through a locally co-ordinated public-private partnership. The suggestion stands for a financing of 40 per-cent through the federal government, 40 per-cent through cantonal and communal governments, and twenty per-cent through privately owned companies. The coordination and motivation of the *local* services will be carried out via public-private partnerships in each area. Some of the services themselves (hotels, events, cycle hire) are of a commercial nature and will be implemented using private funding. Infrastructure services such as two-wheeler parking facilities will be publicly funded, if necessary through incentive schemes.



Examples for existing information consoles (Zurich main station)

## MobilCenter – frequently asked questions

### **What specific benefits will mobility users get from MobilCenter?**

The user will be given, either via his home PC or from MobilCenter consoles at the station, details of all the services associated with his journey, such as door-to-door schedules, accommodation, and maps of stations and localities. He will find a smooth, integrated guide to all the services available, including especially details of routes for cycling, walking, skating and canoeing. The range of services available for these types of integrated transport will grow rapidly, encouraged by the national programme. All this will demonstrate to the mobility user that the private transport / public transport / human powered mobility route network in Switzerland gives him, in effect, full coverage.

### **Is the MobilCenter service standardised to be the same everywhere?**

No. MobilCenter is the overall name for the centralised information provided to home PCs (MobilInfo), for locally-sited consoles, and for the mobility centers. Smaller places will probably have only a MobilCenter console, backed up by a small range of basic services tailored to local requirements, such as cycle storage, train information, and park and ride facilities. Larger centers will incorporate car hire, lockers, foreign exchange counters or hire facilities for leisure equipment (sledges, bikes, skates). A few of the centers in Switzerland will be set up in the form of staffed mobility centres, able to provide a full range of advisory services on travel and also on mobility in general. The extent of the services provided will depend primarily on local initiatives and readiness to invest.

### **Where will I find a MobilCenter?**

MobilCenter is the name of the nationwide setup. Its most visible signs will be the MobilCenter consoles, which are to be provided at every station and also at some important urban traffic intersection areas and in tourist centres – about 1000 locations in all.

Why does the project not attempt to set up a clearly defined quality system, using – for example – one, two or three stars to give an immediate indication?

The local mix of services depends very much on the market and the location. For example, there is no point in having skate hire in Yverdon, Amden/SG needs no cycle station, and where there is an established and efficient tourist information centre in the town rather than at the station, it will be left that way. What is standardised is the centralised information (MobilInfo) and, at most, a small group of services paid for by the federal incentive scheme. However, guidelines and instructions will be provided, covering major services or equipment such as the consoles, cycle storage facilities, customer guidance and the mobility centres, and these will ensure continuity and quality.

### **Who will provide the website service?**

This will be based on existing websites such as cff.ch or schweiztourismus.ch. The Schweiz Tourismus (Swiss Tourist Board) website will be expanded to incorporate information on human powered mobility. It will be the job of MobilCenter to organise this and other data so

that, for example, people using the console in Bellinzona will be able to see, at a glance, the range of services relating to the Bellinzona area. The central MobilCenter office will monitor the way in which current local data are provided. In principle each provider will pay the cost of providing the relevant information.

### **What part will the smaller transport companies play in the MobilCenter project?**

Like the SBB (Swiss Federal Railways), they must be willing to provide sites for the MobilCenter consoles and to allow the necessary wiring to be installed. In the case of local travel centre establishments (such as the Regionalverkehr Mittelland in Burgdorf), the console is perfect for those times when the travel centre is not manned, and will enhance the status of the site by encouraging additional services. The essential requirement for the inclusion of the smaller transport companies is that they provide information on the national network, in the same way as the SBB.

### **How much will the user have to pay for the services provided by MobilCenter?**

The web services provided at home and at the stations are free of charge. Computer print-outs at the MobilCenter consoles, and the telephones at the call centres of the public transport companies, are subject to charge. The introduction of MobilCenter will not result in any changes to the prices for local services which are already subject to charge, such as skate hire, cycle station parking or car rental.

Will commercial companies (hotels, cycle hire dealers, car-share organisations) pay a commission to the MobilCenter organisation?

No, there will be no charge for making these services available. However, it is expected that larger market partners will be involved in maintaining MobilCenter and that these will make a financial contribution, either in cash or by providing their own funding.

Who is to pay for the costs of 1000 new MobilCenter consoles, website maintenance, and the incentive programme for the regions and local authorities?

Local authorities and small transport companies will have to be involved in local financing arrangements. The federal government will have to bear a substantial part of the costs, including those of the consoles, through its startup scheme for human powered mobility or from funds from energy-saving programmes. There are opportunities for synergies with network operators (e.g. Swisscom or SBB), and these should be pursued.

### **Why should this project be financed by funds from energy saving?**

MobilCenter promotes the intelligent integration of all the different forms of transport in both the everyday working sector and the leisure sector. It encourages people to use their cars selectively instead of for every occasion. In this way, a proportion of car journeys will be replaced by public transport and human powered mobility. The incentive to do this is that people will be independent of their cars (no need to go back to the car park), and thus free to enjoy many different forms of transport, to establish increased human contact while travelling, and – as a result of better information – to benefit from services they would not otherwise have known about.

**When will the MobilCenter service be available?**

Many of the services are already in existence, but they are not widely known and there is no central access. The development of the user interface for the centralised information system will begin in 2004, with the result that information about these services will be available to home PC users from 2005. In the same year, the first MobilCenter consoles will appear at stations and other transport stopping points, depending on local involvement. It will be possible to open some of the mobility centres even before that time.

# 1. Einleitung

Im Oktober 2001 hat der Bereichsausschuss MobilCenter von SchweizMobil der SBB AG die Projektleitung MobilCenter übertragen, um die Vision MobilCenter zu konkretisieren und einen Konzeptbericht auszuarbeiten. Das mögliche Angebot, eine allfällige Typisierung, Standorte sowie die Finanzierungsfrage sollten dabei angegangen werden.

Der vorliegende Konzeptbericht MobilCenter ist das Ergebnis intensiver Diskussionen zwischen Bereichsträgerschaft (Verband Öffentlicher Verkehr, VÖV), Bereichsleitung (Schweizerische Bundesbahnen AG, SBB), Mitgliedern des Bereichsausschusses und weiterer Interessierter. Er begründet gegenüber den beteiligten Projektpartnern keine Verpflichtungen. Der Bericht dient als Grundlage für die Definition der weiteren Projektaufgaben und die Suche nach den dazu nötigen Projektteilnehmenden.

Es zeigte sich bald einmal, dass die Projektpartner den Begriff MobilCenter mit unterschiedlichsten Vorstellungen, Zielsetzungen und Inhalten verbanden. Dies hatte zur Folge, dass der Themenbereich nicht so rasch wie vorgesehen bearbeitet werden konnte. Es erfolgte vielmehr ein prozessorientiertes Suchen nach Lösungen, die als umsetzungs- und marktauglich beurteilt werden können. Dies wiederum erforderte Abstimmung auf die Ziele laufender Projekte, insbesondere auch jener der SBB (z.B. Facelifting Regionalbahnhöfe, Tür-zu-Tür-Fahrplan, etc.).

Leistungen können auf Dauer nur angeboten werden, wenn der Markt (private und / oder öffentliche Haushalte) diese honoriert. Vor diesem Hintergrund sind die Lösungsvorschläge zur Entwicklung von MobilCenter in der Funktion als Nahtstelle zwischen den Mobilitätsformen öffentlicher Verkehr ÖV, Langsamverkehr LV (auch: Human Powered Mobility HPM) und privater motorisierter Verkehr MIV zu beurteilen.

Die Bereichsträgerschaft (VÖV) wie auch die in diese Konzeptarbeiten involvierten Partner sind der festen Überzeugung, dass qualitative und quantitative Fortschritte zur Thematik MobilCenter nur in gemeinsamer Arbeit mit den betroffenen Leistungsanbietern möglich sind. Diese Erkenntnis konnte bereits im Rahmen des Energie-2000-Projekts Mobilstation gewonnen werden: Viele der damals an die Nahtstelle LV / ÖV / MIV gestellten Anforderungen wurden insbesondere vom grössten Anbieter von Transportleistungen, den SBB, in Frage gestellt und als wirtschaftlich wenig realistisch beurteilt.

Aus diesen Gründen wurde hier bewusst ein anderer Weg beschritten. Die Anbieter sollten von Anfang an mitdefinieren, welche Angebote im Rahmen des Projekts MobilCenter reelles Potenzial haben und wie diese möglichst im Rahmen von längerfristigen Strategien und Projekten der Anbieter, insbesondere der Transportunternehmungen, umgesetzt werden können.

Zusammenfassend möchte die Autorengruppe betonen, dass nur ein Zusammenspiel zahlreicher Massnahmen auf allen Ebenen und über einen längeren Zeitraum letztlich den gewünschten Effekt erzielen kann. Für dieses Zusammenspiel kann mit dem Bereich MobilCenter der Grundstein gelegt werden.

## 2. Ausgangslage

### 2.1 Nachhaltige Mobilität

Das Bedürfnis nach Mobilität ist ungebrochen. Es wird allgemein von einem weiteren Wachstum des Verkehrs ausgegangen, insbesondere beim Freizeitverkehr. In der Folge ist mit Engpässen, vor allem beim motorisierten Individualverkehr, und mit weiteren Beeinträchtigungen von Gesundheit, Lebensqualität und Umwelt zu rechnen. Die Effizienz des Verkehrssystems muss deshalb dringend verbessert werden. Mobilitätsbedürfnisse in Freizeit und Alltag sind nachhaltiger zu befriedigen. Der öffentliche Verkehr, Langsamverkehr LV und zweckmässige Kombinationen der Mobilitätsformen öffentlicher Verkehr, LV und motorisierter Individualverkehr (z.B. Carsharing) können hier einen wichtigen Beitrag leisten. Das ist bei den Trägern der Mobilitätspolitik von Bund, Kantonen und Privaten allgemein anerkannt.

### 2.2 SchweizMobil

MobilCenter ist einer von 15 Bereichen des nationalen Projektes SchweizMobil gemäss dem Konzept vom März 2002.

#### Was will SchweizMobil?

SchweizMobil will mit einer breiten Public-Private-Partnership PPP (Bund, Kantone und Organisationen/Unternehmungen aus Verkehr, Tourismus und Sport) nachhaltige Formen der Mobilität entwickeln.

SchweizMobil will der Schweiz zu weltweiter Leadership in nachhaltiger Mobilität mit Angeboten für Freizeit, Tourismus und Alltag verhelfen.

SchweizMobil will die touristische Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz verbessern, die Wertschöpfung der betroffenen Unternehmungen erhöhen und eine regional ausgeglichene Entwicklung fördern.

SchweizMobil will dazu beitragen, schonend mit den Ressourcen umzugehen, die Umweltbelastung zu reduzieren und das Wohlbefinden der Schweizer Bevölkerung und der ausländischen Gäste zu steigern.

#### Wie will SchweizMobil diese Ziele erreichen?

Nationale Routen und Routen-Highlights zum Wandern, Velofahren/Mountainbiken, Skaten und Paddeln sollen optimal durch so genannte MobilCenter (in der Regel grössere Bahnhöfe) mit dem öffentlichen und privaten Verkehr verknüpft werden.

Die neuen, qualitativ guten Angebote sollen mit kundenfreundlichen, modernen und interaktiven Mitteln kommuniziert und verkauft werden.

## 2.3 Bereich MobilCenter von SchweizMobil

### 2.3.1 Zum Projekt

Der Bereich MobilCenter steht für die im Rahmen von SchweizMobil angestrebte, optimal organisierte Nahtstelle zwischen dem öffentlichen Verkehr, dem Langsamverkehr (Fuss-, Velo-, Skatingverkehr etc.) und dem motorisierten Individualverkehr.

- Der Bereich MobilCenter erfüllt folgende nationale, regionale und lokale Aufgaben:
- Es erleichtert den Zugang zu den Leistungen der kombinierten Mobilität
- Es vernetzt die Angebote verschiedener Mobilitätsformen sowohl auf der Informations-ebene als auch auf der Angebotsebene
- Es fördert den Wechsel zwischen den Mobilitätsformen
- Es informiert über die Leistungen der kombinierten Mobilität und anderer Angebote des Standorts

Inhaltlich ist unter MobilCenter die nationale Organisationseinheit, sowie die damit gekoppelte Informationsstruktur zu verstehen (wie später erklärt). Die Information erstreckt sich über die meisten öffentlichen Transportangebote, motorisierten Individualverkehr, Langsamverkehr, Mietfahrzeuge, Taxis, Abstellanlagen für Fahrzeuge etc. und auch über Angebote, die nicht direkt innerhalb eines Gebäudes (z.B. Bahnhof) anzutreffen sind.

### 2.3.2 Projektgrundlagen

In der Schweiz besteht ein breit abgestützter Wille, nachhaltige Formen der kombinierten Mobilität zu fördern. Der Bereich MobilCenter kann von einer breiten Palette von Grundlagen und Projekten profitieren. Es sind dies beispielsweise:

- UVEK, Departementsstrategie (Förderung der kombinierten Mobilität und der Human Powered Mobility).
- ASTRA, Leitbild Langsamverkehr (Förderung der Human Powered Mobility)
- Veloland Schweiz (Kombination Velofahren, öffentlicher und privater Verkehr)
- Schweizer Städte, Investitionen in Nahtstellen des kombinierten Verkehrs
- SBB, Projekt Facelifting Stationen (Haltestellen im Regionalverkehr)
- Stadtbahn Glatttal, B+R (Bike and Ride) als integraler Bestandteil der Haltestellen (Eröffnung 2005).
- Energie2000, Schlussbericht Mobilstation, April 2000.

### 2.3.3 Ziele der Konzeptarbeiten

#### Basis SchweizMobil

Im Rahmen des Konzepts SchweizMobil wurde im Jahr 2001 ein Projektbeschrieb MobilCenter verfasst (vgl. Anhang 0211111). Darin wurden die folgende Aufgabenliste festgesetzt:

- Skizzieren möglicher Erscheinungs- und Betriebsformen
- Provisorische Festlegung von allfälligen unterschiedlichen Kategorien
- Definition der Leistungsangebote und Qualitätsstandards (allenfalls pro Kategorie)

- Provisorische Festlegung der Standorte

Aussagen dazu sind im Konzeptbericht zu erarbeiten. Die Konkretisierung hat innerhalb der Planungsphase von SchweizMobil zu erfolgen, die Umsetzung im Rahmen der Realisierungsphase.

#### Unterstützung durch das Bundesamt für Energie

Auf Gesuch des VÖV hin (Anhang 2) das Bundesamt für Energie (BFE) im Rahmen des Programms EnergieSchweiz die Erarbeitung eines Konzeptberichtes MobilCenter. Untersucht werden sollen:

- Die Festlegung von Qualitätsstandards und des Umfangs des Leistungsangebots
- Die Schaffung der Voraussetzung für eine national allseits anerkannte Standardisierung durch gezielte Information der Opinion Leaders (durch Fachexkursion und Tagung) und der Öffentlichkeit
- Die Festlegung der Standorte
- Die Festlegung und Begleitung zweier Pilotprojekte

Dieser Auftrag erweitert die Aufgabenstellung von SchweizMobil, insbesondere durch einen Informationsauftrag an die Adresse der Öffentlichkeit sowie durch die Aufnahme von zwei Pilotprojekten.

Energie Schweiz finanziert die Konzeptarbeiten zusammen mit Eigenleistungen von VÖV, SBB sowie weiterer Projektpartner.

## **2.4 Projektorganisation**

SchweizMobil hat die Trägerschaft für den Bereich MobilCenter dem Verband Öffentlicher Verkehr VÖV übertragen.

Angesichts der Komplexität des Themas bestand die Aufgabe des VÖV insbesondere darin, gemeinsam mit den ÖV-Marktleadern machbare Lösungen zu finden und dabei die Interessen der KTU zu wahren. Der VÖV hat deshalb zur Begleitung der Konzeptarbeiten einen Bereichsausschuss gebildet, unter anderem mit Vertretern von konzessionierten Transportunternehmungen unterschiedlicher Tätigkeitsfelder.

Im Oktober 2001 hat der Bereichsausschuss den SBB die Bereichsleitung MobilCenter mit dem Auftrag übertragen, Ziele und Aufgaben des Bereichs konzeptionell zu konkretisieren. EnergieSchweiz begleitete die Konzeptarbeiten.

Die Bereichsorganisation wird im Anhang 4 beschrieben.

## **2.5 Oberziele für den Bereich MobilCenter**

Als Schluss aus der vorliegenden Ausgangslage ergeben sich die folgenden Ziele für den Bereich MobilCenter. Der Hintergrund dieser Ziele ist immer der Wunsch nach der Verlagerung von motorisiertem Individualverkehr zur kombinierten Mobilität und somit umweltschonenderen Mobilitätsformen.

- Förderung und Ausbau von Angeboten nachhaltiger Mobilitätsformen, insbesondere im wachsenden Freizeit- und Tourismusverkehr



- Optimierung der Vernetzung der verschiedenen Mobilitätsformen mit entsprechenden Informationsmöglichkeiten z.B. durch Kooperationen verschiedener Anbieter
- Schaffung bzw. Förderung kundenfreundlicher, optimal organisierter Verknüpfungsstellen zwischen den Mobilitätsformen öffentlicher Verkehr, Langsamverkehr (LV-Angebote) und motorisierter Individualverkehr. Dabei sollen auch die Bedürfnisse von Behinderten und mobilitätseingeschränkten Personen berücksichtigt werden
- Erleichterung des Zugangs zu den Leistungen der kombinierten Mobilität
- Das Konzept wird marktorientiert entwickelt
- Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses.

## 3. Markt und Umfeld

### 3.1 Zielgruppen

Verkehrswissenschaft und -statistik unterscheiden folgende Verkehrsarten, abgekürzt auch PENTS:

- **P**endelverkehr (Geschäftsleute, Arbeitnehmer, StudentInnen, SchülerInnen)
- **E**inkaufsverkehr (Shopping, Restaurants, Coiffeur etc.)
- **N**utzverkehr (Geschäftsreisen)
- **T**ourismus- und Freizeitverkehr (TagestouristInnen eher aus dem Inland, MehrtagestouristInnen In- und Ausland, Sport, Kultur etc.)
- **S**ervice- und Begleitverkehr (z.B. Zubringer von ÖV-KundInnen)

Üblich ist auch die Einteilung in

- Alltagsverkehr
- Tourismusverkehr

Regelmässige Kunden des Alltagsverkehrs suchen vor allem ein breites Mobilitätsangebot mit möglichst zeitsparender Mobilitätsform und Organisation der Nahtstellen.

TouristInnen, zum Teil auch Freizeit- und Geschäftsreisende bewegen sich oft das erste Mal an einem Ort und suchen nach klaren, vernetzten und vollständigen Informationen zu den gewünschten Angeboten. Dasselbe gilt insbesondere auch für NeuzuzügerInnen und all jene, die üblicherweise mit dem individuellen Motorfahrzeug unterwegs sind. Eine verbesserte Information wird also tendenziell vorwiegend dieser Kundengruppe nützen.

### 3.2 Kundenbedürfnisse

Mit einer Expertenbefragung im Rahmen der Projekt-Kick-off-Sitzung der Expertengruppe Ende 2001 sind die allgemeinen Bedürfnisse der Kunden im und um den Bahnhof eruiert worden:

#### 3.2.1 Allgemein

Ein wachsendes Anliegen insbesondere von Kundinnen oder älteren Menschen ist die subjektive und objektive Personensicherheit. Kompetentes und freundliches Personal werden allgemein erwartet. Eine einladende Gestaltung des Bahnhofraumes und entsprechende Ordnung und Sauberkeit gehören ebenfalls zu den Voraussetzungen für das Wohlbefinden der Kundschaft.

#### 3.2.2 Information

Eine umfassende Information ist besonders wichtig für Kunden des Freizeit- und Tourismusverkehrs, welche Angebote nur vereinzelt nutzen.

Angesprochen ist eine möglichst vollständige und durchgehende Kundenführung an ÖV-Knoten. Die KundInnen möchten so schnell wie möglich nach Eintritt ins System von aussen oder auf dem Perron eine Führung an ihre Ziele. Dazu dienen heute z.B. Abfahrtstabellen, elektronische Anzeigen, Piktogramme und Situationspläne.

Eine Information während der Reise über den Standort, den Zug etc. würde vor allem dem/der einmaligen Kunden/Kundin helfen, sich hinreichend orientieren zu können.

Ein wichtiges Kundenbedürfnis bei der Reiseplanung liegt in einer qualitativ hochstehenden, vernetzten Reiseinformation, welche möglichst leicht verfügbar ist (örtlich, zeitlich und Art des Mediums). Dies gilt insbesondere auch für die Kombination verschiedener Verkehrsmittel. Interaktive, persönliche Beratung entspricht in gewissen Fällen einem klaren Kundenwunsch.

### 3.2.3 Infrastruktur

Zugänge und Zufahrtsmöglichkeiten zum Bahnhof sollen direkt, logisch, sicher und komfortabel sein. Die Wege zwischen den verschiedenen öffentlichen Transportmitteln sollen kurz sein. Fussgänger brauchen genügend Verkehrsfläche, insbesondere auch während den Rushhours. Velos bedürfen einer benützergerechten und perronnahen Abstellanlage.

Eine kundengerechte Raumaufteilung mit kurzen und komfortablen Verbindungswegen zwischen den verschiedenen Angeboten ist eine besondere Herausforderung bei der räumlichen Gestaltung von Bahnhöfen.

Wegweisungen zu wichtigen Freizeit- oder Tourismusangeboten (z.B. Wandern, Velofahren, Skaten etc.) sollen direkt beim Bahnhof beginnen und gut auffindbar sein. Der Bahnhof gilt als Ausgangspunkt für die Nutzung dieser Angebote.

### 3.2.4 Mobilitätsangebote

Die Kundschaft erwartet schnelle und komfortable Mobilitätslösungen. Sie will Mobilität aus „einem Guss“ konsumieren können, auch wenn sie verschiedene Verkehrsmittel kombiniert.

Fahrkarten sollen schnell gelöst werden können, was für die örtliche Nähe oder auch engere Kooperationen zwischen Verkaufsschaltern verschiedener Unternehmen spricht.

Fahrpläne des lokalen und regionalen öffentlichen Personen-Nahverkehrs sollen optimal auf den jeweiligen Fernverkehr abgestimmt sein.

Taxis, Mietfahrzeuge inklusive Carsharing sollen verfügbar sein.

### 3.2.5 Zusatzdienstleistungen

Kundinnen und Kunden erwarten an grösseren Mobilitätsschnittpunkten bedürfnisgerechte Zusatzangebote wie Verpflegungsmöglichkeiten, saubere sanitäre Anlagen, Einkaufsmöglichkeiten für Geschenke oder für den täglichen Bedarf. Dies erlaubt es, allfällige Wartezeiten sinnvoll zu nutzen, beziehungsweise vor der Abfahrt oder nach der Ankunft benötigte Waren direkt am Bahnhof zu kaufen. Das erspart den Kunden Wege und erlaubt es ihnen, den Tagesablauf zeitsparender zu gestalten (Systemvorteil).

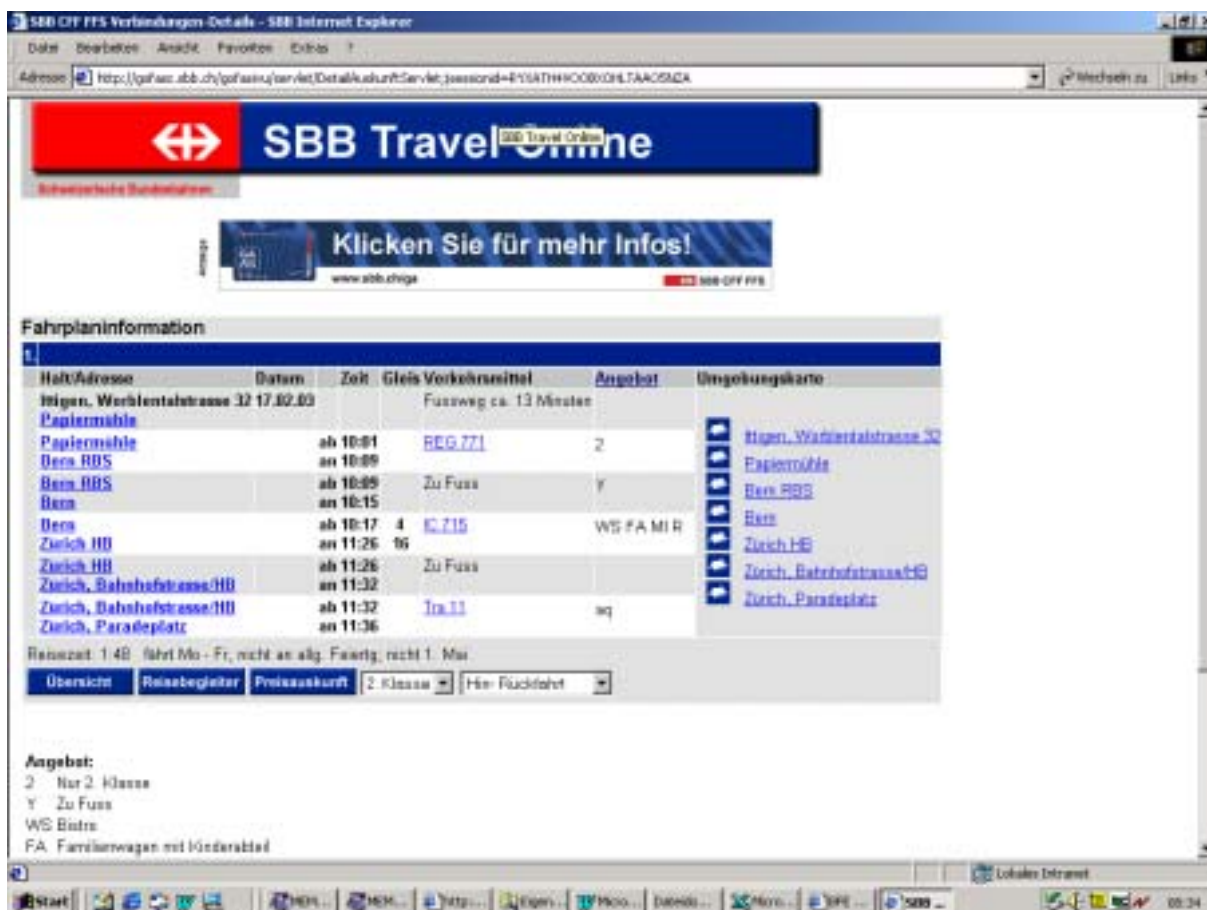
### 3.3 Bestehende Ansätze für MobilCenter in der Schweiz

Entsprechend dem grossen Engagement zur Förderung nachhaltiger Mobilität sind schweizweit bereits zahlreiche Projekte verschiedener Trägerschaften im Aufbau oder im Betrieb, die der Optimierung der Nahtstellen von LV/ÖV/MIV dienen. Die nachfolgenden Beispiele sind nur eine Auswahl davon.

#### 3.3.1 Tür-zu-Tür-Fahrplan der SBB

Im Zusammenhang mit dem Aufbau und der Weiterentwicklung der Internetplattform sbb.ch werden die steigenden elektronischen Möglichkeiten auch für die Fahrplanauskunft genutzt. Die wachsenden Rechnerkapazitäten erlauben, die herkömmliche Fahrplanabfrage über den Zugsverkehr auf die Verbindungen der städtischen Verkehrsbetriebe auszudehnen. Für 12 der wichtigsten Schweizer Städte ist dies auf www.sbb.ch bereits umgesetzt.

Beispiel einer Tür-zu-Tür-Fahrplanabfrage



Bereits heute kann der Kunde / die Kundin seine / ihre ÖV-Verbindung bis zur nächstgelegenen Tram- oder Bushaltestelle oder sogar bis zur Strasse mit Hausnummer seiner / ihrer Zieldestination zusammenstellen.

Am Bahnhof Zürich beispielsweise sind diese Informationen sogar über vier öffentliche Internetsäulen abrufbar (siehe Abbildung Seite 43).

### 3.3.2 CallCenter SBB

Nach intensiver Vorbereitung und Ausbildung des Personals haben die SBB im April 2002 das CallCenter SBB in Brig eröffnet. Dieses CallCenter hat für die SBB eine hohe strategische Wichtigkeit. Es stellt unter schweizweit einheitlicher Nummer die telefonische Informations- und Verkaufsstelle praktisch für den gesamten ÖV-Schweiz dar. In diesem Sinne wird das CallCenter laufend weiterentwickelt und werden neue Dienstleistungen implementiert (z.B. Click+Rail).

Für das Tessin hat der SBB-Railservice neben der Auskunft über die SBB-Angebote in Abmachung mit dem Kanton zusätzlich explizit die Information über Buslinien, städtische Verkehrsbetriebe und auch die Reservation für die Elektrofahrzeuge Easymove übernommen.

### 3.3.3 Stadt Zug

In einigen Städten der Schweiz sind Umbauten und Anpassungen an Bahnhöfen in verschiedenen Phasen im Gang (Thun, Schaffhausen, Baden, Biel, Basel etc.). Diese Anpassungen betreffen den Bereich MobilCenter im Sinne einer Konzentration der Serviceschalter verschiedener Anbieter in einem Raum.

Dank einem kompletten Neubau ist der Bahnhof Zug dafür ein gutes Beispiel. Hier werden Touristeninformation, Schalter der städtischen Verkehrsbetriebe, SBB-Schalter und SBB-Reisebüro in der gleichen Halle platziert.

Der Grad der möglichen Zusammenarbeit ist noch offen. Die Bereichsleitung MobilCenter verfolgt die Resultate der entsprechenden Arbeiten SBB-intern.

### 3.3.4 Stadt Biel

In Biel ist der Bau des Parkhauses mit integriertem Veloparking abgeschlossen. Der bereitgestellte Raum für Velos wird im laufenden Jahr 2003 mit Veloständern ausgestattet. Ebenfalls bestehen Optionen für die Integration einer Velowerkstatt sowie einer Mobilitätsberatung.

### 3.3.5 Projekt Léman

Im Genfersee-Gebiet wird von den regionalen Transportunternehmungen Transports publics genevois (TPG), Transport publics lausannois (TL), Société des Mouettes Genevoises Navigation (SMGN), den französischen Staatsbahnen und den SBB beabsichtigt, einen integrierten Informationsdienst über die Mobilitätsangebote aufzubauen. Die Erfahrungen aus diesem Projekt sind mit den SBB als Bereichsleitung MobilCenter und mit der Mitgliedschaft der TPG im Bereichsausschuss MobilCenter eingebunden.

### 3.3.6 TransBasel.com

Das Projekt TransBasel.com ist eine komplexe, elektronische Informationsplattform, welche für Verkehrsbeziehungen innerhalb der Region Basel Routenvorschläge mit Fahrplan und Fahrzeit für verschiedene Verkehrsträger anbietet. Es ist ein Ansatz, die verschiedenen Verkehrsträger dank der elektronischen Information optimal nebeneinander einzusetzen. Das Projekt ist aus dem Europäischen Forschungsprojekt TRANS 3 hervorgegangen und wird durch die betroffenen Transportunternehmungen, die öffentliche Hand sowie Planungsbüros getragen und unterstützt. Mit dabei sind auch das Bundesamt für Raumentwicklung ARE und das Bundesamt für Strassen ASTRA.

Diese Projekte/Angebote werden teilweise von Leistungsanbietern entwickelt, die in die Projektorganisation von MobilCenter eingebunden sind. Sie sind zwar nicht organisatorisch in den Bereich MobilCenter integriert. Die Informationen und Erfahrungen fließen aber bestmöglich ein. Damit haben sie nicht zuletzt auch einen gewissen Pilot-Charakter.

### 3.4 Bestehende Ansätze MobilCenter im Ausland

Ausserhalb der Landesgrenzen können vor allem Projekte in Deutschland und in den Niederlanden nützliche Hinweise für den Aufbau von MobilCenter in der Schweiz geben. Eine durch die Bereichsleitung in Auftrag gegebene Studienreise nach Deutschland unter dem Titel „Vision MobilCenter“ brachte wertvolle Einblicke in den Aufbau und Betrieb von Angeboten im Umfeld von MobilCenter. Es muss bei diesen Beispielen mit berücksichtigt werden, dass sie zumeist in grossen Städten/Agglomerationen aufgebaut und betrieben werden. Eine Schlussdokumentation dieser Reise kann unter [www.schweizmobil.ch](http://www.schweizmobil.ch) heruntergeladen werden.

#### 3.4.1 Deutschland

In Münster und Hannover existieren Mobilitätszentralen, welche in engem Zusammenhang mit den regionalen Verkehrsbetrieben stehen. Jene in Münster hat mit der Unterstützung der Stadt auch die Aufgabe, umfassend über die Mobilitätsangebote zu informieren. Das Modell Zug (Schweiz) kann allerdings dank der Integration der einzelnen Mobilitätsanbieter (inkl. SBB) bereits als weiter gehende Lösung im Vergleich zu Münster betrachtet werden. Allgemein ist in Deutschland eine starke Entwicklung in Richtung Mobilitätszentralen festzustellen. Es sind viele Einrichtungen auszumachen, die unter diesem Obertitel zusammengefasst werden. Allerdings muss hier auch festgestellt werden, dass aufgrund verschiedener organisatorischer Herausforderungen bisher kein nationales Konzept für Mobilitätszentralen besteht. Diese bilden sich bisher fast ausschliesslich aus regionalen Bedürfnissen heraus mit sehr hohem Engagement von Städten resp. städtischen Verkehrsbetrieben.

Es ist festzuhalten, dass die Leistungen der einzelnen Mobilitätszentralen durchaus ansehnlich sind. Allerdings sind gemessen an der Vision überall wesentliche Defizite auszumachen: Sei es, dass eine umfassende Plattform auf elektronischer Ebene fehlt (Bsp. Hannover), sei es, dass die Spezialisierung der Mitarbeitenden für eine umfassende Mobilitätsberatung nicht genügt (Bsp. Verkehrsinsel Frankfurt a. M.).



Aussenansicht der Verkehrsinsel in Frankfurt a. M.

#### 3.4.2 Niederlande

Seit November 2000 existiert in Meerhoven (bei Eindhoven) der erste Mobilitäts-Shop der Niederlande unter dem Namen Mobiliteitswinkel. Das Einzugsgebiet entspricht in der Grössenordnung etwa dem Raum Basel. In einem kompletten Neubaugebiet mit schliesslich 6'500 neuen Gebäuden und zahlreichen Bürobetrieben ist der Mobiliteitswinkel ein von der Stadt Eindhoven für zwei Jahre bezahltes Projekt, das als Servicepunkt für die neuen BewohnerInnen und PendlerInnen fungieren soll. Erklärtes Ziel ist es, Informationen über Transport-Alternativen zu vermitteln um z.B. die Zahl der Zweitwagen-Haushalte zu verringern. Zusammen mit dem Servicepunkt, der täglich vier Stunden (ohne Montag) geöffnet ist, sind eine Reihe konkreter Transportangebote geschaffen worden: Ein Elektrobus namens

Phileas (erst ab Mitte 2003), eine Autoausleihe mit Smart- und Th!nk-Mobilen, eine umfassende Veloausleihe und ein Transportservice für Schulkinder. Die Beratung durch das Shop-Team ist kostenlos.

In der Startphase war der Verkehrsanteil des ÖV in Meerhoven fast doppelt so hoch wie im Landesdurchschnitt und der Anteil der Zweitwagen-Haushalte geringer. Der Mobilitätswinkel wird täglich von ca. 65 Personen benutzt. Seine Finanzierung über 2002 hinaus ist noch nicht rundum gesichert.

## 4. Konzept

### 4.1 Grundsätzliche Erwägungen

#### 4.1.1 Wer definiert die Leistungen von MobilCenter

Das Wort MobilCenter hat bei zahlreichen Leuten die Vorstellung ausgelöst, dass an den Schnittstellen von öffentlichem, Langsam- und motorisiertem Individualverkehr ein umfassendes Angebot von Dienstleistungen bereitsteht: Der Kunde geht in das MobilCenter, konsumiert (wie in einem Warenhaus) alle gewünschten Mobilitätsleistungen und wird dabei von fachkundigem Personal individuell beraten oder bedient sich selbst.

Dieses Verständnis von MobilCenter ist grundsätzlich möglich. Aber wie bei einem Warenhaus können auf Dauer nur Leistungen angeboten werden, die sich auch finanzieren bzw. verkaufen lassen. Nicht jedes Warenhaus führt in Anbetracht der konkreten Nachfrage und Konkurrenzsituation dasselbe Sortiment. Was in St. Gallen nachgefragt wird, muss nicht auch in Les Diablerets nachgefragt sein.

Das lokale Angebot wird daher letztlich auch lokal definiert, selbst wenn der Leistungsanbieter national organisiert ist. Dabei spielen Faktoren wie geografische Lage, Topografie, touristische Bedeutung, Pendlerbedürfnisse etc. eine entscheidende Rolle. Solche Faktoren sind in der Regel lokal verschieden; die Leistungsanbieter wollen daraus resultierende Standortvorteile nutzen.

Die Information über das lokale Angebot richtet sich nicht nur an die lokale Bevölkerung, sondern auch an jene, die von auswärts kommen. Eine leicht verfügbare nationale/internationale Information über lokale Angebote vermag deren Menge und Qualität (bei entsprechender Nachfrage) zu steigern. Angebote zur falschen Zeit und am falschen Ort werden jedoch nicht dadurch erfolgreich, dass sie gut kommuniziert werden. Strategisch erscheint es in der Folge richtig, in erster Priorität bestehende Angebote besser zu kommunizieren und Verbesserungen oder neue Angebote im Nachhinein Schritt für Schritt zu fördern.

Der Markt bestimmt primär das Angebot der MobilCenter. Es sind aber auch Dienstleistungen vorstellbar, die von der öffentlichen Hand bestellt werden, mit dem Ziel, das Gesamtangebot zu stärken oder einzelne Angebote flächendeckend anbieten zu können. Die öffentliche Hand spielt insbesondere bei der Finanzierung (Besteller, Leistungsauftrag etc.) eine entscheidende Rolle. Betriebswirtschaftlich nicht rentable, aber möglicherweise von der öffentlichen Hand geförderte Angebote sollen in der strategischen Konzeption von MobilCenter berücksichtigt werden.

#### 4.1.2 Bekenntnis zum Markt

MobilCenter ist grundsätzlich nachfrage- und damit marktorientiert. Diese Aussage gilt sowohl für die Menge als auch für die Qualität der Angebote. Dies bedeutet namentlich:

- Kein Leistungsanbieter wird verpflichtet, Angebote bereitzustellen, für die nicht direkt, oder auch indirekt über den Werbeeffect eine Rentabilität erkannt wird.
- Die Partner werden in ihrer Entscheidungsfreiheit nicht beschränkt.
- Angebote, die aus verkehrspolitischen Gründen erwünscht sind, erfordern in der Regel Investitions- und Betriebsbeiträge durch die öffentliche Hand oder eines andern Bestellers.



Dazu muss gesagt werden, dass das Bundesamt für Verkehr BAV z.B. den SBB den Auftrag erteilt hat, die Eigenwirtschaftlichkeit zu erhöhen. Dies bedeutet, dass die SBB nicht an Leistungen interessiert sind, die diesem Auftrag offensichtlich widersprechen.

#### 4.1.3 Bekenntnis zur Machbarkeit

Wie bereits die grundsätzlichen Erwägungen gezeigt haben, steht MobilCenter im Spannungsfeld betriebswirtschaftlicher Erfordernisse und verschiedener (berechtigter) verkehrspolitischer Ansprüche. Diese werden von Interessenverbänden auf nationaler, kantonaler oder lokaler Ebene, von Behörden von Bund, Kantonen und Gemeinden sowie von Parteien gestellt.

Angebote werden durch unterschiedlich organisierte nationale, regionale oder lokale Leistungsanbieter erbracht. Sie arbeiten in der Regel gewinnorientiert und haben im Allgemeinen keine gemeinnützigen Zielsetzungen.

Diese Überlegungen führen zu folgenden Schlussfolgerungen:

- Es macht auf Grund der grossen Zahl und der unterschiedlichen Verhältnisse wenig Sinn, die Leistungsanbieter in einer gemeinsamen Organisation lokal und national zusammenfassen zu wollen. Eine solche Organisation mit allen Leistungsanbietern wäre wohl kaum je entscheidungsfähig, aber mit Sicherheit kostenintensiv.
- Die Realisierung von MobilCenter muss praktikabel und einfach sein. Es braucht dazu ein gemeinsames Bedürfnis aller Partner, eine einfache Organisationsform mit klar definierter Zielsetzung und die plausible Strukturierung der vielfältigen Angebote.

## **4.2 Strategie „Information“**

### 4.2.1 Ausgangslage

Die vom Bereich MobilCenter anvisierten Leistungsanbieter haben nebst eigenen, internen Zielsetzungen ein wichtiges gemeinsames Interesse: Die Kundschaft über ihr Angebot zu informieren.

Dieses gemeinsame Interesse soll genutzt werden, um die Angebote systematisch zu erfassen, zu bündeln, zu vereinheitlichen und zu fördern.

Pointierter gesagt: Wer eine oder mehrere publikumswirksame Kommunikationsplattformen hat, der darf als Keyplayer im Umfeld MobilCenter bezeichnet werden. Er definiert, über was und wie informiert wird. Er kann gute Angebote hervorheben. Er verfügt über ein einfaches, aber wirkungsvolles Steuerungsinstrument.

Erfahrungen von Veloland Schweiz haben gezeigt, dass eine bessere Vernetzung der Leistungsanbieter mittels einer besseren Information ihrer Angebote zu einer Steigerung der Nachfrage durch Umsteigerinnen und Umsteiger und damit zu einer Verbesserung der Angebote geführt hat.

Es war nicht möglich, die zahlreichen Partner von Veloland im Voraus zu Leistungen (z.B. Wegebauten) zu verpflichten, für die in ihren Augen damals keine genügende Nachfrage bestand. Veloland konnte mit seiner Informationsstrategie beweisen, dass nationale Radwanderrouen einem Kundenbedürfnis entsprechen, was zuvor bezweifelt wurde. Die Kantone und Gemeinden haben in der Folge begonnen, das Angebot in zum Teil beachtlichem Ausmass zu verbessern.

Dank dieser Strategie konnte Veloland Schweiz nach einer verhältnismässig kurzen Realisierungszeit von vier Jahren eröffnet werden und seinen ökonomischen, ökologischen und sozialen Nutzen unter Beweis stellen. Das Abwarten von (sicher notwendigen) Angebotsver-

besserungen hätte diese Eröffnung womöglich bis heute verzögert, da bis heute nicht alle Angebotsmängel behoben werden konnten.

Aus diesen Überlegungen heraus wurde die folgende Strategie Kommunikation für MobilCenter entwickelt:

- Erste Priorität hat die Kommunikation der Angebote.
- Die Information ist national organisiert.
- Die Information dient als Instrument zur Strukturierung, Steuerung und Förderung der Angebote.

Diese Strategie funktioniert nur, wenn sie von den Marktleadern mitgetragen wird, denn diese haben in der Regel ihre eigenen, publikumswirksamen Kommunikationsplattformen, die es ermöglichen würden, eine solche Strategie erfolgreich zu unterlaufen. Dies bedeutet, dass die Interessen der Marktleader in MobilCenter zwingend berücksichtigt werden müssen.

Beim gegenwärtigen Projektaufbau von MobilCenter wird darauf geachtet, dass dank der Bereichsleitung durch die SBB die schweizweit führenden Informationsplattformen (Kursbuch, [www.sbb.ch](http://www.sbb.ch), SBB-CallCenter) im Bereich ÖV zum gegebenen Zeitpunkt optimal mit dem Bereich MobilCenter koordiniert werden können. Diese Plattformen beinhalten bereits heute Fahrplanauskünfte mit Tür-zu-Tür-Fahrplan oder individuellen Reiseanfragen über das CallCenter und mit Informationen über Fahrzeugvermietungen.

Eine zweite, für diese Strategie zentrale Plattform ist diejenige von Schweiz Tourismus (ST): [www.mySwitzerland.com](http://www.mySwitzerland.com) ist die führende Plattform im Bereich Freizeit und Tourismus.

#### 4.2.2 Zentrales Informationsmittel MobilInfo

##### *Technologie*

Als Grundlage für eine vernetzte Kommunikation ist ein umfassendes und ausbaubares Internet-Tool naheliegend. Die Internettechnologie entwickelt sich rasant und ermöglicht eine zeitlich und räumlich grosse Unabhängigkeit.

Das Bundesamt für Strassen ASTRA will in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Landestopographie das so genannte Geografische Informations-System Langsamverkehr (GIS-Langsamverkehr) als nationale Planungs- und Informationsgrundlage entwickeln.

Im Rahmen von SchweizMobil, beziehungsweise des Bereichs MobilInfo/Internet (Bereichsträgerschaft ST), wäre in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Landestopographie (Bereichsleitung) eine GIS-referenzierte Internetplattform zu entwickeln gewesen. Diese Plattform hätte als Pilot für die Verknüpfung von Informationen zu HPM-Routen mit Informationen des öffentlichen und privaten Verkehrs und des Tourismus zu einem interaktiven Informationsmittel dienen sollen. MobilCenter hätte als wichtiges Element von SchweizMobil in dessen Internetplattform MobilInfo Internet integriert werden sollen. MobilCenter wäre Teil der zentralen Navigation dieser Plattform gewesen.

Nach dem negativen Entscheid des Bundesrats zur bundesseitigen Finanzierung von SchweizMobil steht MobilInfo Internet so nicht mehr zur Verfügung. Ersatzlösungen werden zur Zeit mit den wichtigsten Informationspartnern diskutiert und sollten möglich sein (siehe auch Kapitel 9).

##### *Anwendung*

Das Informationssystem soll nach dessen Aufbau wie folgt genutzt werden können:

- als Internet-Anwendung zu Hause/am Arbeitsplatz
- mittels Info-Konsolen vor Ort (z.B. mit Touch-Screen und Drucker, unter Berücksichtigung der Erfordernisse für Behinderte)

- für telefonische Auskünfte in Call-Centern
- für persönliche Beratung an einem Serviceschalter
- als Quelle für Druckerzeugnisse

Das Ansteuern der Internetplattform MobilInfo/Internet kann über unterschiedliche Websites erfolgen.

Beispiel einer solchen Funktion ist heute die Site [www.sbb.ch](http://www.sbb.ch), die in der Fahrplanabfrage und in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus ST und Switzerland Destination Management SDM am Zielort Angebote für Übernachtungsmöglichkeiten kommuniziert.

#### *Datenerfassung und Bewirtschaftung*

Für die Organisation, Bereitstellung und den Unterhalt von Datenbanken und Internetangeboten gelten die folgenden Grundsätze:

- Daten resp. Datenbanken sind national organisiert. Sie werden wenn möglich und sinnvoll vom jeweiligen Anbieter bewirtschaftet (z.B. Fahrplanabfragen [www.sbb.ch](http://www.sbb.ch)).
- Leistungsanbieter, die eine Datenbank zu MobilCenter erstellen und bewirtschaften, haben in der Regel Anspruch auf einen Auftritt auf der Site (Portallösung).
- Informationen können ebenfalls als Link (ohne nationale Datenbank) vernetzt werden (eher nur als Übergangslösung).
- Die Daten genügen den Anforderungen der Koordinationsstelle GIS (KOGIS) des Bundes.

#### 4.2.3 Andere Informationsformen

MobilCenter bedeutet nicht den Verzicht auf andere Informationsmittel wie beispielsweise Kursbücher und Routenführer. Ebenso ist MobilCenter keine Strategie zum Verzicht auf persönliche Beratung, wo dafür ein genügender Bedarf besteht.

Die Existenz zentral koordinierter Informationen erleichtert alle Formen des Informationsaustauschs. So dient das beschriebene Internetportal nicht zuletzt auch als Informationsinstrument bei der persönlichen Beratung (face to face) oder in CallCentern. Zentral erfasste Informationen erlauben aber auch die rasche und kostengünstige Bereitstellung von Informationen zur Produktion von Printprodukten, seien es Routenführer oder Netzkarten (inkl. kombinierte Mobilität).

### **4.3 Verhältnis von Angebot und Information**

#### 4.3.1 Grundsätzliche Erwägungen

Die Strategie „Information“ bedeutet nicht, dass MobilCenter nur bestehende Angebote kommunizieren will. Sie ist nicht mehr und nicht weniger als ein Erfolg versprechendes Mittel zum Zweck.

Bezweckt wird die Förderung der energieeffizienten, nachhaltigen kombinierten Mobilität; das heisst nicht zuletzt auch Verbesserung beziehungsweise Entwicklung neuer Angebote.

Die gewählte Strategie führt zu folgender Prioritätenordnung:

- Bessere Information über bestehende Angebote (Nahtstelle zu Kunden)
- Verbesserung bestehender Angebote (Waren oder Dienstleistungen)
- Förderung neuer Angebote (Waren oder Dienstleistungen)

- Bewusstseinsbildung für nachhaltige Mobilitätslösungen

#### 4.3.2 Strukturierung und Standardisierung der Information

Damit die Angebote national vergleichbar kommuniziert werden können, bedarf es einer national einheitlichen Strukturierung und Standardisierung der Information. Sie soll in einer Richtlinie MobilCenter festgehalten werden.

Damit die Kunden von der Information über Internet oder MobilInfo-Konsole bis zum physischen Angebot lückenlos geführt werden können, wird die Information nach der bestehenden, gut verständlichen und bekannten Besucherführung an den Bahnhöfen strukturiert. Damit werden die bekannten Piktogramme der Besucherführung zu den physischen Angeboten an den Bahnhöfen auch im virtuellen Bereich der Information angewandt. Damit kann eine national einheitlich strukturierte Information gewährleistet werden (siehe unten stehende Darstellung).

Damit die Kundschaft national einheitlich über die physischen Angebote informiert werden kann, sind diese Informationen je Angebotsgefäß zu standardisieren. Die Standardisierung der Information zu den wichtigsten Angebotsgefäßen ist Bestandteil der Richtlinie MobilCenter.

Diese Standardisierung sei hier am Angebotsgefäß Velo-Parkierung beispielhaft erläutert:

<b>Anzahl Velo-Abstellplätze ungedeckt:</b>	250
<b>Anzahl Velo-Abstellplätze gedeckt:</b>	700
<b>Anzahl Velo-Abstellplätze bewacht:</b>	100
<b>Öffnungszeit:</b>	05.30–24.00
<b>Kosten:</b>	1.-/Tag
<b>Anzahl Velo-Abstellplätze mit elektronischem Zutrittssystem:</b>	–
<b>Dienstleistungen:</b>	Pumpstation, Veloreinigung

Die **fett gedruckten Attribute** bilden die Basis für die national einheitliche Beurteilung der Velo-Parkierungsanlagen und dienen daher der Standardisierung der Information über diese Angebote.

# MobilCenter/Mobilitätszentralen

Aufgaben und Finanzierungen Stand 20. Februar 2003

## Lokale Angebote

(Mobilitätszentralen bedient/unbedient)

Bereitstellung und Finanzierung durch Leistungserbringer\*

Förderung durch Bund\*\*, Kantone\*\*\* und Gemeinden\*\*\*

	Park&Rail	Veloständer	Mietvelo	Railink	Taxi	Schalter	Change	Check-In	Treffpunkt	e-Info Konsole	Buffet	Schliessfächer	WC	etc.	
Standort Baden	☑	☑		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	lokale Besucherführung
Standort Morges	☑	☑		☑		☑	☑			☑	☑	☑	☑	☑	lokale Besucherführung
Standort Bern	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	lokale Besucherführung
Standort Locarno	☑	☑		☑	☑	☑	☑	☑		☑	☑	☑	☑	☑	lokale Besucherführung

PC  
e-Info vor Ort

nationale  
Info-Struktur

## National einheitliche Information

(für PC und e-Info Konsole)

Bereitstellung und Finanzierung im Rahmen des Projekts SchweizMobil, Bereich MobilCenter



SchweizMobil

\*Erträge aus dem Verkauf, \*\*Förderprogramme des Bundes zur Entwicklung der Gesamtfunktion der Standorte, \*\*\*Investitions- und Betriebsbeiträge

Schematische Darstellung der Informationsstruktur des Projektes MobilCenter

### 4.3.3 Angebotsförderung

Die bessere, umfassendere und stärker verbreitete Information der Angebote führt voraussichtlich bereits zu einer steigenden Nachfrage.

Eine zusätzliche und sehr wichtige Form der Förderung sind Förderprogramme. Soll beispielsweise die Qualität von Veloabstellanlagen national gefördert werden, so kann das Angebotsgefäss den Rahmen dafür bilden. Dank der nationalen Struktur ist das jeweilige Angebot nach einheitlichen Kriterien bereits erfasst. Defizite und Fortschritte können gut erkannt und gemessen werden, da Vorher und Nachher vergleichbar sind.

Förderprogramme können die Wirkung der Strategie „Information“ entscheidend verbessern. Sie können sich sowohl auf die einzelnen Angebotsgefässe als auch auf den Informationspool beziehen.

Lokale Fördermassnahmen mit Investitions- und Betriebsbeiträgen lassen sich so ebenfalls gut in das System integrieren.

### 4.3.4 Fazit

Information über die Mobilitätsangebote ist Dreh- und Angelpunkt von MobilCenter.

Der Informationspool trägt zahlreiche und unterschiedliche Angebotsgefässe, deren Angebote (Inhalt) alle ihren eigenen Namen haben, wie bei den Mietvelos beispielsweise Rent a Bike, Bike Station oder Basel rollt. Alle diese Angebote beziehungsweise deren Leistungsanbieter wollen unter eigenem Namen auftreten, auch wenn ihr Angebot unter MobilCenter kommuniziert werden soll.

Dieses Beispiel zur Velovermietung zeigt, dass es nicht einmal innerhalb eines Angebotsgefässes gelingen wird, unter einem gemeinsamen Namen aufzutreten. Ein weiteres Beispiel sind die Bahnen. Auch sie treten jeweils unter eigenem Namen auf, obschon sie gleichartige und teilweise gemeinsame Dienstleistungen erbringen. Diese Tatsache dient letztlich der Konkurrenz und damit der Qualität der Angebote.

Die Leistungsanbieter und ihre Angebote können also nicht unter einem Namen oder einer Marke wie MobilCenter zusammengefasst werden. Zu finden sind die Angebote in der Regel beim oder am Bahnhof.

Es stellt sich zudem die Frage, ob ein MobilCenter eine neue Gebäudehülle erfordere, in der Regel am Bahnhof. Diese Frage muss grundsätzlich ebenfalls mit Nein beantwortet werden, da es wohl kaum je gelingen kann, alle bestehenden und zukünftigen Angebote in einer Gebäudehülle unterzubringen.

Der Begriff MobilCenter liesse sich sinnvollerweise wohl einzig für den Informationspool einsetzen. Es ist aber fraglich, ob der Begriff MobilCenter dafür tatsächlich der richtige ist.

## **4.4 Marke**

Wie der Begriff MobilCenter angewandt werden sollte, falls er eingesetzt würde, soll an je einem nationalen und einem lokalen Beispiel gezeigt werden:

- National: Im Internet als Bestandteil der zentralen Navigation zum Thema Nahtstelle LV / ÖV / MIV und kombinierte Mobilität.
- Lokal: An der Info-Konsole an zentraler Lage am Bahnhof, im Touristoffice etc. und auf deren Benutzeroberfläche

Diese Beispiele zeigen, dass es möglich ist, einen Begriff wie MobilCenter einzusetzen und mit Inhalt zu füllen.

Ob es aber notwendig ist, im Umfeld der Nahtstelle LV/ÖV/MIV für die Information einen neuen Begriff einzuführen und, wenn ja, welchen, soll erst später in Zusammenarbeit mit SBB und SchweizTourismus beantwortet werden.

Aus heutiger Sicht stellt sich zudem die Frage, wie weit bestehende Angebote, Namen und Marken wie „MySwitzerland.com“ von SchweizTourismus, www.sbb.ch, Tür-zu-Tür-Fahrplan, EasyRide etc. konkurrenziert werden sollen. Hier ist ein deutliches Fragezeichen zu setzen. Es könnte auch zweckmässig sein, eines der bestehenden Angebote (z.B. den Tür-zu-Tür-Fahrplan oder mySwitzerland.com) mit den heute noch nicht integrierten Angeboten auszubauen und damit auf die Lancierung einer neuen Marke zu verzichten.

Auf jeden Fall werden Angebote von MobilCenter wie www.sbb.ch - auch markenrechtlich gesehen - Sites der SBB bleiben.

Der Informationspool von MobilCenter soll jedoch so weit wie möglich ein einheitliches Erscheinungsbild erhalten, damit seine Einrichtungen (z.B. MobilInfo-Konsolen ) überall rasch wiedererkannt werden können. Sie sollen wenn möglich, das heisst finanzierbar, technisch und optisch ins Erscheinungsbild der Bahnhöfe, z.B. ins neue CD der SBB - Bahnhöfe (Projekt Facelifting Stationen) eingefügt werden können.

#### 4.4.1 Stand der Markendiskussion heute

Zum heutigen Zeitpunkt erscheint für MobilCenter oder Teile davon ein eigenes Erkennungsmerkmal sinnvoll, wie es beispielsweise auf der Titelseite dieses Konzeptberichts abgebildet ist.

Bis zur abschliessenden Lösung dieser Markenfrage soll weiterhin der Begriff MobilCenter als Arbeitstitel verwendet werden.

Gemäss dem Vertrag mit dem Bundesamt für Energie BFE (Energie Schweiz) für die Konzeptphase von MobilCenter sind im Rahmen dieses Projekts entwickelte Standards und Marken Eigentum des BFE. Auf der Basis der Strategie „Information“ wird diese Frage neu zu beurteilen sein.

## **4.5 Pilotprojekte**

Im Rahmen des BFE-Auftrages war während der Konzeptphase von MobilCenter vorgesehen, mit zwei Pilotprojekten Tests zur Funktion von MobilCenters durchzuführen.

Aus der Sicht der Strategie „Information“ ist eine vorgezogene Form von räumlich isolierten Pilotprojekten nicht sinnvoll. Es braucht eine Mindestzahl an (wichtigen) Standorten, damit die Kundschaft ein solches Angebot überhaupt wahrnehmen bzw. ein solches Angebot überhaupt erfolgreich kommuniziert werden kann.

Wie im Kapitel 3.3 aufgezeigt, bestehen bereits zahlreiche Angebote oder Projekte im Umfeld der Trägerschaft und Partner von MobilCenter, die wertvolle Hinweise und Erkenntnisse zum Konzeptbericht MobilCenter beigesteuert haben.

Im Rahmen der für die Konzeptarbeiten zur Verfügung stehenden Zeit (für Aufbau, Betrieb und Auswertung) wäre die Durchführung und Auswertung eines eigenen Pilotprojektes nicht machbar gewesen und hätte daher für den vorliegenden Konzeptbericht keine zusätzlichen Hinweise geben können.

Aus diesen Gründen wurde bisher darauf verzichtet, zur Strategie „Information“ Pilotprojekte zu starten.

## **4.6 Begriffserklärung, Abgrenzungen**

### 4.6.1 MobilCenter

MobilCenter ist das Projekt einer nationalen Grundstruktur für die Informationen über die kombinierte Mobilität. Diese Informationen umfassen den öffentlichen Verkehr, die Human Powered Mobility (Langsamverkehr), den motorisierten Individualverkehr, deren Schnittstellen und die zentralen touristischen Dienstleistungen. Die Kundschaft wird diese Informationen auf einfache Weise abrufen können: einerseits im Internet, andererseits an so genannten Infokonsolen an den Haltepunkten des öffentlichen Verkehrs. Zum Projekt gehören ferner die Schaffung einer nationalen Organisation für das Datenmanagement und ein Motivationsprogramm für den Ausbau der lokalen Angebote.

### 4.6.2 Mobilitätszentrale

Mobilitätszentrale ist die lokale Ausprägung des Projektes MobilCenter, welche personell besetzt ist. Sie stellt Informationen in der vorgegebenen nationalen Struktur zur Verfügung und kann weiter Leistungen wie Billettverkauf, Mobilitätsberatung, usw. übernehmen.

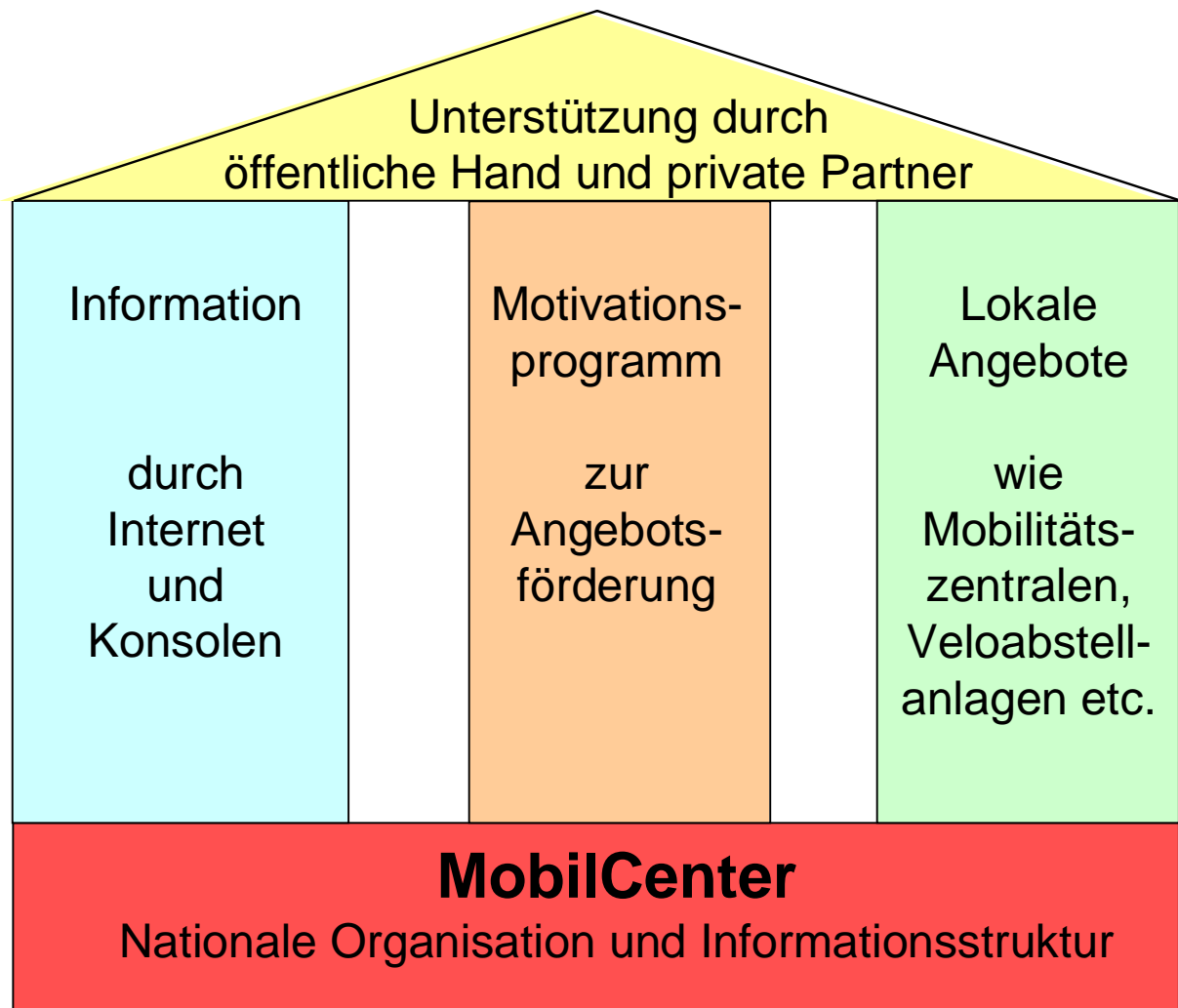
### 4.6.3 MobilInfo

MobilInfo ist die elektronische Aufbereitung der Mobilitätsinformationen in der Struktur gemäss MobilCenter, also ein Arbeitsname für die Internetseite. Die MobilInfo-Konsole ist eine lokale Anlage, welche das Abrufen dieser Informationen erlaubt.

### 4.6.4 Mobilitätsberatung

Mobilitätsberatung ist eine Dienstleistung, die weiter geht als die einfache Information. Dies bedeutet, dass insbesondere Vergleiche zwischen Verkehrsmitteln angestellt werden, die die optimale Verkehrsmittelwahl der Kundschaft für ihr jeweiliges Mobilitätsbedürfnis unterstützt. Der Bereich MobilCenter kann mittels persönlicher Beratungen, aber eventuell auch via Internet auch die Mobilitätsberatung beinhalten. Es vermag diese im ersten Schritt aber nicht zu entwickeln und ersetzt also Projekte zur Mobilitätsberatung nicht.





Darstellung des Gesamtkonzeptes des Projektes MobilCenter

## 5. Die Erscheinungsform

### 5.1 Nationale Organisation

#### 5.1.1 Information als nationale Aufgabe

Für ein nationales Informationskonzept müssen automatisch die Angebote in eine entsprechende Struktur gebracht werden. Diese Strukturierung dient der Kommunikation, aber auch der Steuerung und der Förderung der Angebote. Daraus leitet sich folgende nationale Führungsfunktion ab:

Der Bereich MobilCenter bildet und benennt die nationale Struktur für alle Aktivitäten in diesem Mobilitätsbereich. Dieser Anspruch stützt sich auf die Strategie „Information“.

Damit kann erreicht werden, dass:

- einheitliche Kriterien (Informationsstandards) für die Kommunikation der Angebote angewendet werden können
- Leistungsanbieter ihre Angebote besser nach standardisierten nationalen Kriterien entwickeln und vergleichbar kommunizieren können (Strategie „Information“)
- nationale Förderprogramme innerhalb klarer Strukturen formuliert und umgesetzt werden können
- kantonale und lokale Investitions- und Betriebsbeiträge im Rahmen eines nationalen Kontextes gewährt werden können
- die Neutralität gegenüber Leistungsanbietern gewahrt werden kann
- die technische Aufbereitung der Informationen (Datenformate etc.) nach einheitlichen Kriterien erfolgen kann, Stichworte GIS-LV (GIS-referenzierte Daten zum Langsamverkehr des ASTRA) oder KOGIS (Koordination GIS durch den Bund)
- die Datenqualität und -aktualität gesichert werden kann

Diese nationale Aufgabe muss zweckmässigerweise zentral organisiert werden können. Dazu braucht es eine nationale Trägerschaft beziehungsweise Betriebsorganisation.

#### 5.1.2 Leistungen der nationalen Trägerschaft

Die nationale Trägerschaft hat in erster Linie Aufgaben im Bereich der Information und der Koordination (Informationspool). Ob sie mit eigenen (Informations-) Angeboten an die Öffentlichkeit treten wird, ist unter anderem abhängig von der noch zu wählenden Markenstrategie. Daher sind in der folgenden beispielhaften Liste keine eigenen Angebote aufgeführt:

- Aufbau und Betrieb einer zweckmässigen Organisationsform
- Aufbau und Betrieb einer Geschäftsstelle
- Kontakte zu allen Partnern
- Definition der Kommunikationsmittel (Internet, weitere)
- Definition und Beschrieb der Angebotsgefässe (Beispiele im Kapitel 7.3)
- Ordnung der Angebotsgefässe auf der Basis des Katalogs der Piktogramme für die Kundenführung am Bahnhof

- Definition der zu kommunizierenden Leistungsmerkmale (Informationsstandards) der Angebotsgefässe (Anzahl/Qualität/Preis etc.)
- Zentrale Infobeschaffung mit nationalen Partnern
- Erfassung, Bereitstellung und Unterhalt der Daten über die Angebotsgefässe (durch eigenen Redaktor)
- Definition der Angebotsgefässe, deren Informationen (Daten) durch Dritte bereitgestellt werden (für Verknüpfungen oder Links)
- Bereitstellung von Benutzeroberflächen für Internet und Info-Konsolen
- Mitwirkung bei der hierarchischen Gliederung der Informationen für Internet und MobilInfo-Konsolen
- Ansprechstelle für Reklamationen, Weiterleitung der Reklamationen an den betreffenden Leistungsanbieter sowie Nutzung dieser Informationen über ungenügende Dienstleistungen für Förderprogramme
- Erarbeitung von Richtlinien für die Angebotsgefässe
- Mitwirkung bei der Umsetzung nationaler Förderprogramme
- Überwachung bezüglich Einhaltung von Richtlinien und Qualität

Die definitive Aufzählung der Leistungen der nationalen Trägerschaft kann erst im Rahmen der Planungs- und Realisierungsphasen von MobilCenter erfolgen.

#### 5.1.3 Nationale Betriebsorganisation

Die oben genannten Aufgaben können während der Planung, der Realisierung und dem Betrieb des Projektes MobilCenter nur durch eine nationale Organisation erfüllt werden. Sie trägt die nationale Struktur, betreut den Informationspool, das heisst die Information gegen innen und aussen, und sie muss die Interessen möglichst vieler Leistungsanbieter aus dem Umfeld MobilCenter vertreten.

Die wichtigsten Leistungsanbieter sind mit Sicherheit die Transportunternehmungen. Ihr nationaler Interessenverband ist der VÖV. Es liegt daher nahe, diese nationale Trägerschaft beim VÖV anzusiedeln, der bereits die Trägerschaft MobilCenter im Rahmen der Konzeptentwicklung von SchweizMobil übernommen hat. Die Trägerschaft muss andere Interessenvertretungen wie den Bund und die Fachverbände in geeigneter Weise berücksichtigen.

Es liegt aus denselben Gründen ebenfalls nahe, die Bereichsorganisation mit Bereichsträgerschaft VÖV, Bereichsausschuss und Bereichsleitung SBB beizubehalten.

#### 5.1.4 Förderprogramme als nationale Aufgabe

Förderprogramme zu den Angebotsgefässen und zur Information sind nationale Aufgaben. Es ist zweckmässig, wenn solche Programme durch die vorgeschlagene Trägerschaft MobilCenter entwickelt werden.

Es wird nicht nötig sein, für jedes Angebotsgefäss ein Förderprogramm zu lancieren. Wünschbar sind im Rahmen der Strategie „Information“ vorerst folgende Förderprogramme, die bereits in der Aufbauphase von MobilCenter an die Hand zu nehmen sind:

- Kundenführung Bahnhof (Verbesserung/Anpassung bestehendes Angebot)
- MobilInfo-Konsole (neues Angebot)
- InfoPoints Startpunkt HPM-Routen (Verbesserung/Anpassung bestehendes Angebot)
- Veloabstellanlagen (Verbesserung/Anpassung bestehendes Angebot)

Zu diesen Angebotsgefässen sollen jeweils eigene Richtlinien erarbeitet werden, die den Rahmen für die Förderprogramme bilden.

Die vorgesehene Trägerschaft MobilCenter wird bei der Durchführung von nationalen Förderprogrammen auch die Interessen der Kunden und der öffentlichen Hand wahren (in der Regel der Bund).



Bestehende Info-Konsolen im Zürcher Hauptbahnhof

## 5.2 Lokale Organisation

Jeder Standort weist unterschiedliche räumliche und organisatorische Rahmenbedingungen auf (Bahnhoforganisation, Angebote, Verkehrsumfeld, öffentliche Interessen etc.). Diese Rahmenbedingungen verändern sich mit MobilCenter nicht. Sie können allenfalls mittel- bis langfristig und unter Inkaufnahme grosser Kosten beeinflusst werden.

Es darf davon ausgegangen werden, dass es wohl kaum je gelingen kann, alle Angebote eines Standorts unter einem Dach zu vereinen. Es wird daher immer notwendig sein, mittels einer Kundenführung andere Angebote einzubinden.

Dies wird mit der Strategie „Information“ ermöglicht. Dieses Vorgehen erlaubt die Nutzung auch weniger attraktiver oder teurer Standorte sowie den Einbezug von Angeboten, die sich im Umfeld eines Bahnhofs befinden.

Schwieriger gestaltet sich die Frage, wie MobilCenter-Standorte zu neuen oder verbesserten Angeboten wie z.B. Velostationen oder Einrichtung einer lokalen Skater-Route motiviert werden sollen. Im Grundsatz gilt: Die zentrale MobilCenter-Administration organisiert diese Angebotsausweitung oder -verbesserung durch lokale Ansprechpartner je an den rund 1000 Standorten. Als Anlaufstellen für die Suche nach AnsprechpartnerInnen sind relevant:

- Gemeindeverwaltungen (Professionals oder Miliz-Leute zuständiger Kommissionen wie z.B. der Verkehrs- oder Baukommission)
- Verkehrsvereine

- Stakeholder-Organisationen im Bereich Verkehr wie z.B. VCS, TCS, IG Velo, Mountain Wilderness, IGÖV

Die bestimmte und durch die MobilCenter-Administration offiziell bestätigte AnsprechpartnerIn sucht für die lokalen Angebote die entsprechenden Anbieter, Sponsoren und allenfalls öffentlichen Unterstützungsgelder. Seitens der MobilCenter-Administration ist bei der Auswahl der lokalen AnsprechpartnerIn darauf hinzuweisen, dass die Standortattraktivität der Gemeinde mit der Qualität und der Breite der Angebote korreliert. Das System basiert damit auf dem inter-kommunalen Wettbewerb. Es muss, was den Informationsteil betrifft, auch dann funktionieren, wenn es im *worst case* nur in wenigen Fällen gelingen sollte, Qualitätsverbesserungen und Angebotsausweitungen bei den lokalen Services zu schaffen.

Wie weit sich zusätzliche lokale Angebote wie z.B die Einrichtung einer Mobilitätszentrale, verbesserte P+Rail oder Skate-Vermietung realisieren lassen, ist grundsätzlich eine Sache des Marktes bzw. der Motivation und Finanzierungsmöglichkeiten der lokalen und regionalen Partner. Die zentrale MobilCenter-Administration kann für diese Angebote weder eine rechtliche noch eine finanzielle Haftung übernehmen.

### 5.2.1 Qualitätsverbesserung als lokale/regionale/kantonale Aufgabe

Selbstverständlich sind Investitions- oder Betriebsbeiträge auf lokaler, regionaler oder kantonaler Ebene sehr erwünscht. Dies bedeutet, dass Kantone, Regionen oder Gemeinden unabhängig von oder im Rahmen nationaler Förderprogramme Angebote von MobilCenter unterstützen können.

Solche lokalen, regionalen/kantonalen Investitions- oder Betriebsbeiträge sind notwendig, sind es doch oft gerade die Behörden dieser Stufe, die Mobilitätsangebote rund um den kombinierten Personenverkehr und den Bahnhof unterstützen wollen (z.B. Veloabstellanlagen).

Diese Unterstützung von MobilCenter auf nationaler und / oder kantonaler / regionaler / lokaler Ebene führt nicht zu gravierenden Koordinationsproblemen, da durch die Strategie „Information“ die Angebote strukturiert sind und Verbesserungen automatisch durch die periodische Nachführung der Grundlagendaten über die Angebote in die Kommunikation einfließen.

So ist es beispielsweise tolerierbar, wenn Veloabstellanlagen nicht national einheitlich ausgeführt sind. Ob man nun sein Velo in diesen oder jenen Veloständer stellt, ist weniger erheblich. Zudem haben verschiedene Veloständer unterschiedliche Vorteile und ihre Qualität wird durch die Produzenten kontinuierlich weiterentwickelt. Dies bedeutet nicht, dass die Qualität beliebig sein soll. Es bedeutet nur, dass eine unterschiedliche Qualität bei den Veloabstellanlagen die Funktion MobilCenter nicht beeinträchtigt. Einheitlich muss jedoch die Kundenführung zu den Veloabstellanlagen sein.

Dieses Beispiel soll aufzeigen, dass die Welt nicht stehen bleibt und sich Angebote weiterentwickeln, Bedürfnisse wechseln und (starre) Normen bei der Strategie „Information“ nicht notwendig sind.

Die Entwicklung rund um MobilCenter soll nicht gebremst beziehungsweise der Wettbewerb um bessere Lösungen nicht unterbunden werden.



Ansicht der Velostation Basel

### 5.3 Angebote als Aufgabe der Leistungsanbieter

Wie verschiedentlich dargelegt, soll der Bereich MobilCenter alle Angebote erfassen, die an einer Nahtstelle von LV/ÖV/MIV einem Bedürfnis entsprechen. Allein die Zahl und Vielfalt dieser Angebote macht deutlich, dass sich die Leistungsanbieter kaum gemeinsam organisieren können. Dies gilt insbesondere wenn man bedenkt, dass nur die wenigsten dieser Angebote national organisiert sind. Es besteht daher im Sinne einer Neuorganisation dieser Angebote kein Handlungsbedarf.

Die Angebote sollen wie bisher in der Regel durch unabhängige Leistungsanbieter auf lokaler, regionaler und/oder nationaler Ebene erbracht werden.

Gegenüber einer Trägerschaft MobilCenter haben die Leistungsanbieter lediglich die Aufgabe, regelmässig die Grundlegendaten zu ihrem Angebot in vorgegebener Qualität (Informationsstandards) zu liefern. Es gilt das Prinzip der Selbstdeklaration bezüglich Qualität, was heisst, dass die Richtigkeit ihrer Angaben in der Regel nicht geprüft wird. Eine bestimmte Qualität wird nicht vorgeschrieben.

Diese Aufgaben sind durch die Leistungsanbieter beziehungsweise durch den Ertrag aus dem Verkauf der Angebote zu finanzieren. Vorbehalten sind Förderprogramme oder Investitions- oder Betriebsbeiträge durch Bund/Kantone/Gemeinden.

## 6. Kategorien von MobilCenter

### 6.1 Grundsätzliche Erwägungen

Eine Kategorisierung von MobilCenter in Leistungsklassen (z.B. von 1–4) würde eine Definition von national standardisierten Angebotspaletten je Kategorie voraussetzen. Damit würden alle MobilCenter der 1. Leistungsklasse dieselben Angebote in denselben Qualitäten aufweisen.

Jeder Standort von MobilCenter weist jedoch unterschiedliche Rahmenbedingungen auf (Geografie, Topografie, ÖV-Angebote, Organisationsformen, öffentliche, verkehrspolitische Interessen) und muss damit unterschiedliche Bedürfnisse (z.B. Marktbedürfnisse) befriedigen.

Daraus kann geschlossen werden, dass eine national standardisierte Angebotspalette lokal unterschiedlich genutzt werden wird und dass es damit lokale Angebote geben wird, die nicht oder nur ungenügend genutzt werden. Solche sind aber auf Dauer wirtschaftlich nicht tragbar. Als Beispiel sei die Vermietung von Skates an Standorten genannt, die nicht an einer Skating-Route liegen. Die Vermietung von Skates würde vermutlich jedoch zur Angebotspalette von MobilCenter 1. Kategorie gehören. Solche Angebote müssten somit subventioniert werden, sei es durch den Anbieter selber, der lohnende Angebote dazu nutzt, Angebote mit ungenügender Nachfrage aus Gründen der Systematik (Kategorienbildung) zu unterstützen, oder sei es durch die öffentliche Hand als Bestellerin bestimmter Angebote.

Es darf davon ausgegangen werden, dass kein Anbieter in unrentable Angebote investieren will. Bei den Angeboten, die nicht kostendeckend sind, wird insbesondere die Standortgemeinde im Einklang mit ihren verkehrspolitischen Zielsetzungen als Besteller auftreten können oder wollen. Wenig wahrscheinlich ist – zumindest in Anbetracht der heutigen Rahmenbedingungen – dass ein nationaler Besteller (z.B. der Bund) alle Veloabstellanlagen oder eine lokale/regionale Mobilitätsberatung voll finanzieren wird. Selbst wenn der Bund aktiver werden sollte, wird die Standortgemeinde (evtl. auch gemeinsam mit dem Kanton) die Hauptlast für solche Angebotsbeiträge zu tragen haben.

Eine Kategorisierung des Angebots MobilCenter würde jedoch bedeuten, dass beispielsweise alle Standortgemeinden von MobilCenter der 1. Kategorie zum selben Vorgehen verpflichtet werden müssten, sonst würde ihr MobilCenter zurückgestuft, was vermutlich demotivierend wirken würde. In Anbetracht der eingangs erwähnten, unterschiedlichen Rahmenbedingungen und auch aus politischen Gründen dürfte eine Kategorisierung kaum umsetzbar sein.

Zudem stellen sich weitere heikle Fragen:

- Welche Distanz darf ein Angebot eines MobilCenter zum Haupt-Standort haben, damit es noch als dessen Leistung betrachtet werden kann? Die Touristeninformation von Solothurn beispielsweise befindet sich in der Altstadt und nicht am Bahnhof.
- Wer würde eine Kategorisierung festlegen können? Da diese insbesondere die Gemeinden betreffen würde, müssten wohl vor allem sie (allenfalls zusammen mit Bund und Kantonen) entscheiden können. Ob eine Einigung zu den Anforderungen pro Kategorie erzielt werden könnte, ist abgesehen vom Faktor Zeit grundsätzlich in Frage zu stellen.
- Wie ist die Kategorisierung angesichts der politischen Tendenz zu Privatisierung, Eigenwirtschaftlichkeit und Abbau von Subventionen beziehungsweise Beiträgen für unrentable Angebote (Strukturerhaltung) zu beurteilen, insbesondere wenn aus systematischen Überlegungen weitere unrentable Angebote geschaffen werden sollten? Diese Frage

wird vor dem Hintergrund der unterschiedlichen verkehrspolitischen Zielsetzungen der verschiedenen Beteiligten der öffentlichen Hand sicher kaum je einheitlich beantwortet werden können.

## 6.2 Konsequenz: Verzicht auf die Kategorisierung

Wie die grundsätzlichen Erwägungen gezeigt haben, ist eine Kategorisierung bei MobilCenter wenig sinnvoll oder doch zumindest mit grossen Vorbehalten zu versehen. Die wichtigsten seien hier nochmals zusammenfassend genannt:

- Eine Kategorisierung ist politisch kaum durchsetzbar, da sie Ungerechtigkeiten schafft, indem sie unterschiedliche Rahmenbedingungen nicht berücksichtigt.
- Eine Kategorisierung begünstigt die Förderung unrentabler Angebote (durch die öffentliche Hand), da eine Rücksichtnahme auf besondere Rahmenbedingungen der einzelnen Standorte gegenüber den Kunden nicht mehr kommunizierbar wäre.
- Eine Kategorisierung verursacht Kosten, die keinen gleichwertigen Nutzen für die Kunden versprechen.

Im Rahmen der Strategie „Information“ ist die Bildung von Kategorien nicht nötig, denn dank der Information über Menge und Qualität aller Angebote sind die Kunden umfassender orientiert, als dies über die Kommunikation der Kategorien möglich wäre. Und unter der Annahme, dass die Nennung einer Kategorie mit individuellen Informationen über Menge und Qualität aller Angebote ergänzt werden müsste, würde die Kategorisierung keinen Sinn ergeben.

Aus diesen Überlegungen ist die Kategorisierung auch nicht als Motor für die Förderung von MobilCenter bzw. einzelner Angebotsgefässe geeignet.

Es wird daher vorgeschlagen, auf die Kategorisierung von MobilCenter sowie von Angebotsgefässen zu verzichten.

## 6.3 Bediente / unbediente Ausprägungen von MobilCenter

Im Laufe der Arbeit hat sich gezeigt, dass die Informationen als Hauptleistung des Projektes MobilCenter entweder durch Personen vor Ort oder auf elektronischer Basis an den Kunden gebracht werden können. Um diese beiden Varianten einfach zu unterscheiden, bieten sich die folgenden Bezeichnungen an: Mobilitätszentrale bedeutet eine persönlich besetzte Informationsstelle, so wie der Begriff sich bereits mehr oder weniger eingebürgert hat. Die unbesetzte, elektronische Informationsstelle (die Infokonsole) wird als MobilInfo-Konsole bezeichnet, wobei dies als Arbeitsname zu verstehen ist.



## 7. Angebote und Qualitätsstandards

### 7.1 Strukturierung der Angebote in Angebotsgefässe

Die meisten relevanten Angebote werden bereits heute im engeren Umfeld des Bahnhofs erbracht. Damit die Kundschaft diese Angebote findet, bedient sie sich heute der lokalen Kundenführung (Piktogramme wie Ticketverkauf, Taxi, Veloabstellanlagen etc.). Dafür wurde von den SBB im Rahmen des FIS-Handbuches ein umfassender Katalog mit Piktogrammen entwickelt, der sich zu einem schweizweiten Standard entwickelt hat.

Wird über die Verkehrsangebote im Rahmen von MobilCenter informiert, bietet sich dieser Piktogramm-Katalog als Basis für eine sinnvolle Gliederung der Angebote an:

#### Mobilität

- Bahn
- Bus
- Tram
- Behindertenfahrdienst (evtl. kein Piktogramm notwendig)
- Rufbus
- Flugzeug
- Taxi
- Gepäckaufgabe/Gepäcktransport
- Zugang/-fahrt zu Bahnhof (Linienführung/Signalisation)

#### Mietfahrzeuge

- Carsharing/Mietauto
- Miet-HPV (Velo, Skates, evtl. Spezialfahrzeuge, evtl. neues Piktogramm zu erarbeiten)

#### Human Powered Mobility HPM

- HPM-Infopoint und Ausgangspunkt für Fusswege/Wandern, Velo/Mountainbiken, Skaten, Paddeln (Piktogramm zu erarbeiten)

#### Abstellanlagen

- Veloabstellanlagen
- P+Rail
- Gepäckaufbewahrung
- Schliessfächer

#### Kommunikation / Verkauf

- Ticketverkauf
- Change
- Check-in
- Reisebüro
- Serviceschalter Mobilitätsberatung (evtl. Piktogramm zu erarbeiten)

- Touristoffice
- Info-Konsole (Piktogramm zu erarbeiten)
- Telefon/CallCenter

#### Andere

- Warteraum
- Hygiene
- Verpflegung/Bahnhofbuffet
- Einkaufsmöglichkeiten (evtl. kein Piktogramm notwendig)
- Fundbüro
- Bahnhofsinformation (Plan) mit Standorten der Angebote
- Treffpunkt
- Übernachtung (evtl. neues Piktogramm)
- Events (evtl. neues Piktogramm)
- Sehenswürdigkeiten (evtl. neues Piktogramm)
- Pauschalangebote (evtl. neues Piktogramm)
- Zugang/-fahrt Bahnhof

Diese Struktur soll die Information, die Angebote und Richtlinien sowie Förderprogramme ordnen.

Mit dieser gut eingeführten Struktur ist sichergestellt, dass die Kundschaft ohne grossen, zusätzlichen Signalisationsaufwand die in den Informationsmedien beschriebenen Angebote vor Ort findet. Sie ist damit nicht nur zweckmässig, sondern auch äusserst kostengünstig.

## **7.2 Informationsstandards versus Qualitätsstandards**

Es kann nicht Aufgabe von MobilCenter sein, die Qualität der einzelnen Angebote vorzuschreiben. Hingegen muss darüber Konsens herrschen, welche Qualitätsmerkmale (Informationsstandards) den Kunden sinnvollerweise kommuniziert werden sollen. Eine standardisierte Information bezeichnet indes automatisch Qualitätskriterien. Am Beispiel Veloabstellanlagen heisst das beispielsweise:

- Abstellplätze ungedeckt/gedeckt: Anzahl
- Velostation: Öffnungszeiten, Anzahl Abstellplätze, Preise/Zahlungsmittel, automatische Funktion / bediente Funktion, Dienstleistungen (Reparatur etc.)

Es ist nicht notwendig zu beschreiben, welche technische Qualität die Veloständer aufweisen, da es hier unzählige gleichwertige Produkte auf dem Markt gibt, die erst noch raschen Veränderungen unterworfen sind. Es ist in der Regel ebenfalls nicht notwendig, den oder die Standorte zu beschreiben, da diese in der Kundenführung vor Ort beschrieben sind.

In vielen Fällen handelt es sich um Angebote auf hohem Qualitätsniveau. Bei einigen Angeboten besteht das Bedürfnis, in Form einer Richtlinie (d/f/i) aufzuzeigen, welche zu kommunizierenden Qualitätsmerkmale (Informationsstandards) für die Leistungsanbieter wesentlich sind, wenn sie ihre bestehenden Angebote verbessern oder neue entwickeln wollen. Diese direkte Vergleichbarkeit der Angebote fördert den Wettbewerb der Standorte.

Die Richtlinien erfüllen gleichzeitig die Funktion einer Leitlinie für die Förderung.

Diese Richtlinien werden von der Trägerschaft MobilCenter gemeinsam mit dem Auftraggeber (z.B. Bund) und den wichtigsten angesprochenen Leistungsanbietern erarbeitet. Damit kann sichergestellt werden, dass sowohl die Qualitätsansprüche der Auftraggeber als auch die damit verbundenen Umsetzungsprobleme der Leistungsanbieter in die Richtlinie einfließen. Dieses Vorgehen ist aufwändig, dient aber der Realisierung einer praxisgerechten Richtlinie, der Vertrauensbildung zwischen den Partnern und ermöglicht letztlich die Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen.

Aus heutiger Sicht sollen beispielsweise für folgende Angebote Richtlinien erarbeitet werden:

- Kundenführung Bahnhof (Verbesserung/Anpassung bestehendes Angebot)
- Info-Konsole (neues Angebot)
- InfoPoints Startpunkt HPM-Routen (Verbesserung/Anpassung bestehendes Angebot)
- Veloabstellanlagen (Verbesserung/Anpassung bestehendes Angebot)

Zur Umsetzung der Richtlinien soll wenn möglich je ein Förderprogramm lanciert werden.

Für die meisten Angebote, wie beispielsweise Gepäckaufbewahrung, Hygiene, Verpflegung, machen Richtlinien keinen Sinn. Für die Mobilitätsberatung ist eine Richtlinie nicht zu empfehlen. Mobilitätsberatung ist in hohem Masse von verkehrspolitischen Zielen der (kantonalen/regionalen) öffentlichen Hand abhängig. Hier stehen positive Beispiele (Pilotprojekte wie die IT-Lösung TransBasel.com), Erfahrungsaustausch und politische Überzeugungsarbeit im Vordergrund. Es ist möglich, dass die Trägerschaft MobilCenter hier den regelmässigen Erfahrungsaustausch fördern kann, aber es wird kaum möglich sein, den jeweils notwendigen (verkehrs-) politischen Prozess zentral in Gang zu setzen oder gar die ungemein aufwändige Projektorganisation (siehe TransBasel.com) selber aufzubauen. Dies gilt auch für die lokale persönliche Beratung zum täglichen Mobilitätsverhalten, da diese in der Regel auf einer IT-Lösung basiert. Dies bedeutet aber nicht, dass entsprechende Projekte nicht gefördert werden könnten (z.B. durch den Bund).

Eine maximale Erfüllung der für die Information definierten Angebotsstandards ist analog zur Argumentation beim Thema Kategorisierung nicht Voraussetzung dafür, dass ein Angebot in MobilCenter integriert wird. Ist die Angebotsqualität mangelhaft, wird dies entsprechend kommuniziert. Wir gehen davon aus, dass bereits dieser Umstand zu einer Verbesserung der Angebote führen wird.

### **7.3 Angebotsgefässe**

Die nachfolgenden Beschreibungen von Angebotsgefässen sind Beispiele. Weitere Beispiele zu Angebotsgefässen sollen in einem kommenden Schritt erfolgen.

#### 7.3.1 Angebot Info-Konsole

**Beschrieb:** MobilInfo-Konsolen sind Internet-Konsolen und stellen die kleinste Infrastruktur des Bereiches MobilCenter dar. Sie ermöglichen den Zugriff auf die durch die nationale Trägerschaft im Internet zur Verfügung gestellten Informationen, aber auch auf (Fahrplan- und andere) Informationen unabhängiger Leistungsanbieter. Die Informationen sollen direkt vor Ort ausgedruckt werden können.

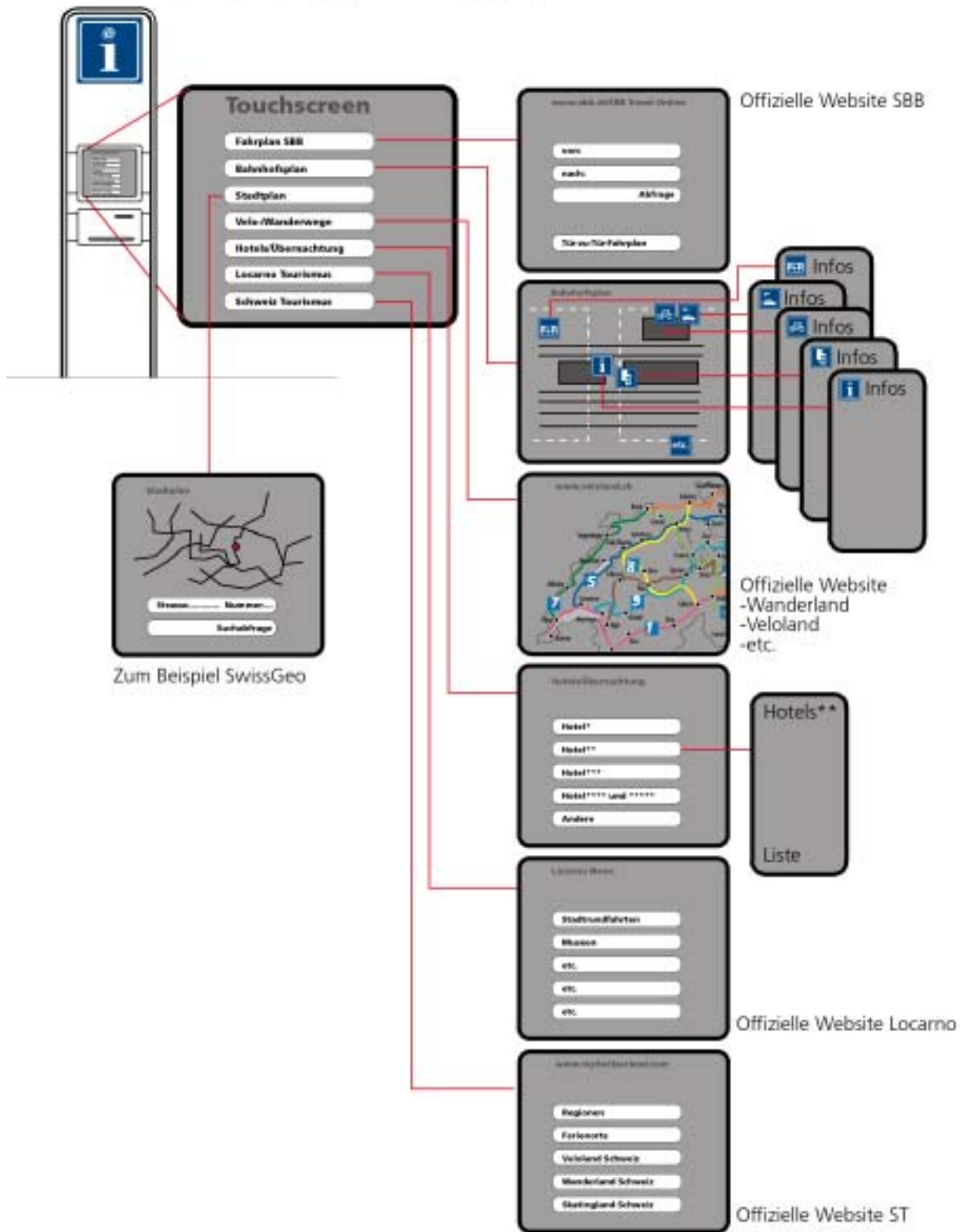
Die Informationen müssen dazu in eine elektronische Form gebracht werden, damit sie auf geeignete Weise abgefragt werden können. Diese Form zu entwickeln wird Gegenstand der Planung Info-Konsole sein.

Die Angebote an den Info-Konsolen sind hierarchisch so zu organisieren, dass die lokalen/regionalen Angebote prioritär sichtbar sind.

- Diese Info-Konsole kann in der Fläche angewendet werden. Am gleichen Standort (z.B. Hauptbahnhof Bern) können je nach Bedürfnis mehrere Konsolen installiert werden. Zur Unterstützung bei Problemen ist die Installation einer (gebührenpflichtigen) Helpline zu prüfen.
- Richtlinie:** Als Mittel zur Motivation, Information und Umsetzung ist eine entsprechende Richtlinie (d/f/i) zu erarbeiten, die auch die Frage der Finanzierung und die Termine zur Umsetzung klärt. Diese Richtlinie soll im Rahmen der Planungsarbeiten zum Projekt LV/ÖV/MobilCenter erarbeitet werden.
- Betrieb:** Der Unterhalt der Benutzeroberfläche wird Aufgabe der nationalen Trägerschaft sein. Die Finanzierung dieser Aufgaben ist im Rahmen der Erarbeitung der Richtlinie zu prüfen.
- Pilotprojekt:** Als Pilotprojekt wird von MobilCenter die Einrichtung einer ausbaubaren Benutzeroberfläche vorgeschlagen. Die Einrichtung von ca. 20 ausgewählten Standorten soll Informationen über die Machbarkeit, Kundenakzeptanz, Kosten und Nutzen von Info-Konsolen geben. Für die Planung und Einrichtung der Konsolen wird mit einem Jahr gerechnet. Laufzeit und Auswertung der Resultate werden nochmals 1.5 Jahre beanspruchen.
- Kosten:** Einfache Konsole mit Anschluss: CHF 10'000, Konsole mit Drucker: 23'000 CHF
- Finanzierung:** offen (Benutzeroberfläche und 70 Standorte für Info-Konsole/Installationen waren im Rahmen SchweizMobil budgetiert)
- Umsetzung:** Nachfolgend ist schematisch dargestellt, wie eine Info-Konsole, die Benutzeroberfläche und der Inhalt aussehen und aufgebaut sein könnten.

**MobilInfo vor Ort**

Entwurf 20. Februar 2003 (Form und Inhalt als Beispiel)



Schematische Darstellung der Informationselemente auf einer MobilInfo-Konsole

### 7.3.2 Angebot Mobilitätszentrale

- Beschrieb:** Mobilitätszentrale ist die lokale Ausprägung des Projektes MobilCenter, welche personell besetzt ist. Das Personal kann über sämtliche verfügbaren Informationen zur Mobilität Auskunft geben, beraten und die Dienstleistungen auch verkaufen.
- Richtlinie:** Eine Koordination im Sinne des Auftrittes gegenüber den NutzerInnen könnte durch die Ausarbeitung von Richtlinien erreicht werden. Hier ist wiederum die Absprache mit den betroffenen Partnern besonders wichtig.
- Betrieb:** Die breite Angebotspalette stellt höchste Anforderungen an das betreffende Personal. Beispiele aus der Praxis zeigen deutlich, dass hier nicht alles machbar ist. Zudem soll an einem besetzten Serviceschalter auch der Kauf der propagierten Leistungen möglich sein. Dies kann wiederum fast nur von Profis des entsprechenden Unternehmens gewährleistet werden. Zudem stellen sich die Frage der Vernetzung der verschiedenen Verkaufskanäle/-programme sowie die Frage der Verkaufsprovisionen.
- Räumlich wird die Zusammenfassung von Billettverkaufsstellen der Transportunternehmen, Reisebüro, Touristeninformation, Ticketcorner etc. als wichtiges Ziel erachtet. Eine Realisierung ist stark von den örtlichen Gegebenheiten abhängig und ist von Fall zu Fall zu beurteilen z. B. bei grösseren Umbauten.
- Inwieweit ein Serviceschalter nur zur Mobilitätsberatung am Standort Bahnhof und in Ergänzung zu Internet-Beratungsadressen wie [www.transBasel.com](http://www.transBasel.com) Sinn macht, ist insbesondere aus der Kosten-/ Nutzen-Optik in weiteren Arbeiten zu klären.
- Pilotprojekt:** Siehe Kapitel 3.4
- Kosten:** Nicht bezifferbar
- Finanzierung:** Transportunternehmen, Tourismus, öffentliche Hand
- Umsetzung:** Die Umsetzung liegt in der Regel bei der öffentlichen Hand zusammen mit den lokal/regional engagierten unabhängigen Leistungsanbietern.

### 7.3.3 Angebot Zweiradparkierung

- Beschrieb:** Das Velo ist vor allem für PendlerInnen bereits heute ein sehr wichtiges Verkehrsmittel für die Überbrückung der ersten und der letzten Meile zum öffentlichen Verkehr. Der Einzugsbereich eines Haltepunktes wird durch das Velo gegenüber dem Fussverkehr massiv vergrössert. Auch für Freizeitsportler, die mit dem Velo unterwegs sind, sind qualitativ gute Zweirad-Parkierungsangebote an Haltepunkten des öffentlichen Verkehrs notwendig.
- Richtlinie:** Es besteht das Bedürfnis, in Form einer Richtlinie (d/f/i) aufzuzeigen, welche zu kommunizierenden Qualitätsmerkmale (Informationsstandards) für die Leistungsanbieter wesentlich sind, wenn sie ihre bestehenden Angebote verbessern oder neue entwickeln wollen. Solche Richtlinien erfüllen daher gleichzeitig die Funktion der Qualitätsförderung.
- Diese Richtlinien werden von der Trägerschaft MobilCenter, gemeinsam mit dem Auftraggeber (z.B. Bund) und den wichtigsten angesprochenen Anbietern erarbeitet.

Betrieb:	Der Betrieb ist vor allem bei Anlagen mit elektronischen Schliess-/ Zutrittseinrichtungen sowie bei Anlagen mit personeller Bedienung (Bewachung) aufwändig. Diese Betriebsaufwände können nicht durch die Erträge aus den Parkgebühren gedeckt werden. Die daraus resultierenden Defizite müssen durch die öffentliche Hand getragen werden können.
Pilotprojekt:	Als Pilotprojekt im Sinne von Erfahrungen aus dem Betrieb (Probleme, Kosten, Finanzierung) können die neuen Velo-Parkhäuser Bahnhof Basel oder Bern Bollwerk dienen.
Kosten:	Stark abhängig von der Grösse und der Lage der Anlage
Finanzierung:	Öffentliche Hand (teilweise mit Beiträgen seitens der Bahnhofeigentümer). Aufgrund der geringen Zahlungsbereitschaft einerseits und des grossen ökologischen Vorteils des Velos andererseits ist ein Förderprogramm für Zweiradparkierung zu unterstützen.
Umsetzung:	Durch die öffentliche Hand

#### 7.3.4 Angebot Kundenführung

Beschrieb:	<p>Die Kundenführung innerhalb der Bahnhöfe ist für alle MobilCenter-Standorte von zentraler Bedeutung, ist sie doch die lokale Ausprägung der Strategie „Information“.</p> <p>Die Kundenführung ist einem dauernden Verbesserungsprozess unterworfen. Fundierte Empfehlungen aus dem Bereich MobilCenter können sicher in die laufenden Erneuerungen einfliessen. Dafür ist es notwendig, die Anforderungen seitens MobilCenter zu formulieren, mit den Transportunternehmungen abzusprechen und einerseits als Richtlinie zu publizieren, andererseits in den einschlägigen Handbüchern der Transportunternehmungen zu verankern. Als Beispiele können das Handbuch Zugang zur Bahn der SBB und die FIS-Regeln (FIS = Fahrgastinformationssystem) dienen.</p> <p>Diesem Angebot ist auch eine allfällige Kundenführung zu ausserhalb des Bahnhofs gelegenen Angeboten von MobilCenter zuzurechnen. Die Kundenführung liegt in der Hoheit der Grund- resp. Gebäudeeigentümer.</p>
Richtlinie:	<p>Die Richtlinie (d/f/i) soll als Motivation (Gesamtzusammenhang) und Anleitung (Detailanforderungen) für die Anpassung der Kundenführung an die Kundenbedürfnisse (auch aus Sicht SchweizMobil) dienen. Es geht hier insbesondere auch um einen Einigungsprozess auf neue Piktogramme unter der Rahmenbedingung, dass die verantwortlichen Stellen sehr zurückhaltend sind, wenn es um neue Piktogramme geht (Platzmangel, Komplexität etc.)</p> <p>Diese Richtlinie soll im Rahmen der Planungsarbeiten zum Projekt LV/ÖV/MobilCenter erarbeitet werden.</p>
Betrieb:	Es fällt nur der Unterhalt der Piktogramm-Tafeln durch die Eigentümer an.
Pilotprojekt:	laufende Umsetzung nach Einigung und allfälliger Anpassung von Standards
Kosten:	Noch nicht bezifferbar bzw. pro Standort offen (je nach Aufwand der Anpassungen)
Finanzierung:	Erarbeitung Richtlinie: Budget Projekt LV/ÖV/MobilCenter

Umsetzung: offen (Erarbeitung der Richtlinien zu prüfen)

Umsetzung: Für die Umsetzung der Kundenführung sind die Grund- resp. Gebäudeeigentümer verantwortlich.

### 7.3.5 Angebotsgefäss Zugang/-fahrt Bahnhof

**Beschrieb:** Die Erreichbarkeit des Bahnhofs (schnell, logisch und gut signalisiert) für den Velo- und Fussverkehr, für Bus und Tram sowie für den Motorfahrzeugverkehr ist von grosser Bedeutung. Allerdings sind bei den meisten grossen und mittleren Bahnhöfen die Verhältnisse sehr komplex und Verbesserungen zugunsten des einen können Nachteile zulasten des anderen bedeuten. Daher sind hier Verbesserungen oft nur im Rahmen mittel- oder langfristiger Planung möglich. Im besten Fall führen bauliche oder / und organisatorische Veränderungen zu einer besseren lokalen Verknüpfung der Mobilitätsangebote.

**Richtlinie:** Es ist jedoch trotzdem sinnvoll, die Frage der Erreichbarkeit des Bahnhofs periodisch zu prüfen und gemeinsam mit den öffentlichen und privaten Partnern Verbesserungsmöglichkeiten zu evaluieren. Dafür könnte eine Richtlinie entsprechende Hinweise geben, beziehungsweise sie könnte die Diskussionsbasis oder der Diskussionsgrund für eine entsprechende Überprüfung bilden. Es ist aber auch möglich, dass diese Frage bei der Erstausrüstung von 70 Bahnhöfen (z.B. im Rahmen des Projekts LV/ÖV/MobilCenter) mit einer einmaligen Aktion an die Adresse der Gemeinden zur Diskussion gebracht werden kann (Broschüre mit Benennung von Zielen, Vorgehen, Partnern etc.).

**Betrieb:** Im Rahmen des üblichen Unterhalts durch die Grundeigentümer

**Pilotprojekt:** Laufende Umsetzung

**Kosten:** Pro Standort offen (je nach Aufwand der Anpassungen)

**Finanzierung:** Öffentliche Hand und Grundeigentümer

**Umsetzung:** Die Umsetzung der Verbesserungsmassnahmen liegt in der Regel bei der öffentlichen Hand (öffentliches Strassennetz) und bei den Eigentümern des Bahnhofs.



## 8. Standorte von MobilCentern

### 8.1 Ausgangslage

Gemäss Arbeitsprogramm der Konzeptphase zu SchweizMobil sollten Standorte für MobilCenter vorgeschlagen werden. Diese sollten im Kontext SchweizMobil an ca. 70 Nahtstellen von nationalen Routen oder Routenhighlights für Wanderer, Velowanderer, Mountainbiker, Skater und Paddler mit dem öffentlichen und privaten Verkehr entstehen.

Bei den im Rahmen des Auftrags des BFE, EnergieSchweiz zu leistenden Konzeptarbeiten zum Bereich MobilCenter wurde auf die Beschränkung der Standorte verzichtet. MobilCenter soll grundsätzlich landesweit an rund 1000 Mobilitätsnahtstellen eingeführt werden können.

Im Rahmen der Konzeptarbeiten SchweizMobil zu den Routen wurden von den Bereichsleitungen Wandern, Velo / Mountainbike, Skaten und Paddeln Vorschläge für Standorte unterbreitet. Die Projektleitung SchweizMobil hat darauf aufbauend eine erste Übersicht erstellt. Da der effektive Bedarf erst während der Planungsphase SchweizMobil beziehungsweise des Nachfolgeprojekts LV/ÖV/MobilCenter ausgewiesen werden kann, ist im Rahmen dieser Konzeptarbeiten zu MobilCenter auf eine Verifizierung dieser Vorschläge verzichtet worden. Dies umso mehr, als mit der Strategie „Information“ eine Beschränkung der Standorte fallen gelassen werden soll.

### 8.2 Erwägungen

An den Standorten von MobilCentern sollen nach Meinung der Auftragnehmer in erster Linie Angebote rund um die Nahtstellen LV/ÖV/MIV in landesweit einheitlich strukturierter Form kommuniziert werden (Aufgabe der nationalen Trägerschaft).

Die Strategie „Information“ sieht vor, dass im Laufe der Zeit möglichst viele Nahtstellen ihre Angebote im Rahmen von MobilCenter kommunizieren können.

Ausserdem soll MobilCenter bei Bedarf auch ausserhalb von Bahnhöfen mittels Info-Konsolen kommuniziert werden können. Diese könnten an zentralen Busbahnhöfen, Seilbahnstationen, an Knoten des öffentlichen Nahverkehrs oder auch an interessanten touristischen Informationsstandorten installiert werden, wo beispielsweise Fahrplaninformationen nützlich sind (wie Theater, Museen, Zoos, etc.).

### 8.3 Standorte

Es kann mit einem Potenzial von rund 1000 Standorten für MobilCenter gerechnet werden. Die Erschliessung dieses Potenzials ist allerdings von den finanziellen Ressourcen abhängig, die der nationalen Trägerschaft zur Erfassung, Aufbereitung und Information der Angebote zur Verfügung stehen.

Mit MobilCenter soll der Wettbewerb zwischen den Standorten bezüglich Gesamtqualität gefördert werden. Daraus soll eine kontinuierliche Steigerung der Qualität der Nahtstellen HPM/ÖV/MIV resultieren. Entsprechend den finanziellen Möglichkeiten ist die bestmögliche Strategie zur Verbreitung im Markt zu entwickeln.

Im Rahmen der Strategie „Information“ müssen alle Standorte von MobilCenter mit einer MobilInfo-Konsole ausgerüstet werden, damit die Informationen auch vor Ort abrufbar sind.

Voraussetzung dafür ist, dass die Finanzierung dieser Info-Konsolen und ihres Betriebs sichergestellt werden kann. Entgelte der Informationsbezüger kommen für den Ausdruck von Informationen, nicht aber für die Bildschirmanzeige in Frage. Zu denken ist an die öffentliche Hand, Bund, Kantone und insbesondere die Standortgemeinden, Tourismusorganisationen und Transportunternehmungen, die im Sinne einer Förderung des öffentlichen und kombinierten Personenverkehrs und der Kommunikation lokaler/regionaler Angebote für diese Aufgabe gewonnen werden könnten.

Als Mittel zu Motivation, Kommunikation und Umsetzung ist eine entsprechende Richtlinie zu erarbeiten, die auch die Frage der Finanzierung und die Termine zur Umsetzung beinhaltet. Diese Richtlinie soll im Rahmen der Planungsarbeiten zu MobilCenter erarbeitet werden.

Neben den Standorten mit einer Infokonsole sind in grösseren Städten persönlich besetzte Mobilitätszentralen wünschenswert. Deren Anzahl hängt von der Ausgangslage und Initiativen vor Ort, von der Nachfrage und der Finanzierbarkeit ab. Dazu muss der Markt je nach Standort geprüft werden.

## 9. Rolle der Partner

### 9.1 Öffentliche Hand

Die öffentliche Hand hat zentrale Aufgaben bei Planung, Realisierung und Betrieb von MobilCenter.

#### 9.1.1 Bund

Aufgaben von Seiten Bund können durch verschiedene Bundesämter wahrgenommen werden (BFE: Programm EnergieSchweiz, ASTRA: Programm Langsamverkehr, ARE, BAV, BASPO)

- Finanzierung der nationalen Trägerschaft / Geschäftsstelle
- Umsetzen nationaler Ziele zu nachhaltiger Entwicklung
- Initiieren und Mitfinanzieren von Förderprogrammen (z.B. EnergieSchweiz)

#### 9.1.2 Kantone (Grundeigentümer, Bauherr)

- Definition und Umsetzen kantonaler Verkehrspolitik
- Umsetzen von Richt- und Verkehrsplanungen
- Leisten von Investitions- und Betriebsbeiträgen
- Initiieren und Unterstützen von Förderprogrammen (z.B. Velostationen)

#### 9.1.3 Gemeinde (Grundeigentümerin, Bauherrin)

- Definition und Umsetzen verkehrspolitischer Ziele
- Umsetzen von Orts-, Erschliessungs- und Verkehrsplanungen
- Leisten von Investitions- und Betriebsbeiträgen (z.B. Bike+Rail)

Die öffentlichen Partner werden stufengerecht bei allen Projekten von MobilCenter in die Projektorganisation zu integrieren sein (bei der nationalen Trägerschaft z.B. im Bereichsausschuss MobilCenter).

### 9.2 Verband Öffentlicher Verkehr

Der VÖV organisiert auf dem Hintergrund eines Leistungsauftrages mit dem Bund die nationalen Aufgaben des MobilCenter-Projektes gemäss der Aufgabenliste in 5.1.2. Insbesondere managt er die Suche nach, die Motivation und das Controlling der lokalen AnsprechpartnerInnen für zusätzliche oder qualitativ verbesserte Mobilitäts- und Tourismusangebote in der MobilCenter-Standortgemeinde oder -region und koordiniert die Info-Vermittlung für die zentrale MobilCenter-Website. Die dafür vorzusehende und neu zu schaffende Geschäftsstelle ist der VÖV-Direktion unterstellt. Beim Bereitstellen der MobilCenter-Konsolen arbeitet er eng mit den betroffenen LiegenschaftsbesitzerInnen, also vor allem den SBB und den übrigen Transportunternehmungen zusammen.

Der VÖV organisiert ausserdem ein pluralistisch zusammengesetztes Beschlussorgan, das die strategischen Grundsatzbeschlüsse des Projektes fällt. In diesem Organ sind angemessen vertreten: Transportunternehmungen (insbesondere SBB), BFE (evtl. zusätzlich ARE

und BAV), Stakeholder-Organisationen (z.B. VCS, TCS, IG Velo, Fussverkehr Schweiz), zuständige kantonale Fachstellen (ÖV und/oder Langsamverkehr), Tourismusorganisationen. Die operative Führung des Projektes gehört auf der Basis eines Pflichtenheftes in die Kompetenz der Geschäftsstelle MobilCenter, die der Direktion VÖV gegenüber verantwortlich ist.

### 9.3 Lokale und regionale Transportunternehmungen

Die Transportunternehmen des öffentlichen Verkehrs sind Keyplayers für die Umsetzung von MobilCenter. Ihre wichtigsten Aufgaben sind:

- Bereitstellen der Verkehrsangebote
- Bereitstellen der (Fahrplan-) Informationen
- Mitwirken bei Erschliessungs- und Verkehrsplanungen

Für eine flächendeckende Einführung von Info-Konsolen zu MobilCenter, aber auch für den Betrieb von Face-to-face-Servicestellen (möglichst unter einem Dach) ist der Einbezug der lokalen/regionalen Transportunternehmungen unerlässlich, bei der nationalen Trägerschaft z.B. im Bereichsausschuss MobilCenter.

### 9.4 Nationale Transportunternehmungen

Die Interessen der nationalen Transportunternehmungen wurden im Rahmen dieser Konzeptarbeiten stellvertretend durch den VÖV wahrgenommen

Da die SBB bei der Entwicklung von MobilCenter eine zentrale Rolle spielten, wurden sie gebeten, die Bereichsleitung für die Konzeptarbeiten von MobilCenter zu übernehmen.

Die Ziele, die kombinierte Mobilität und eine bessere Vernetzung der relevanten Angebote und Informationen zu fördern, entspricht der Strategie der SBB. Sie haben sich deshalb bereit erklärt, das Mandat der Bereichsleitung zu übernehmen.

Die SBB stellen mit [www.sbb.ch](http://www.sbb.ch) bereits heute ein breites Angebot an Informationen elektronisch zur Verfügung. Diese Angebote kommen auch anderen Transportunternehmungen zugute. Zudem betreibt sie ein nationales CallCenter, welches breit über ÖV-Angebote informiert, soweit die Informationen elektronisch vorhanden sind.



Informationswand und Veloabstellanlagen nach dem neuen Erscheinungsbild Facelifting Stationen der SBB

Die SBB sind aufgrund der Besitzverhältnisse auch lokal für bauliche Massnahmen und als Träger von nationalen Serviceleistungen wie beispielsweise RailLink und „Rent a Bike“ wichtige Partner. Die SBB suchen auch mittels des Angebots Park and Rail auf Regionalbahnhöfen die Convenience der Bahn zu verbessern und dadurch Kunden anzuziehen. Zielsetzung dabei ist, dass nur die Anreise zur Bahn mit dem Auto geschieht, der grössere Streckenteil aber mit der Bahn zurückgelegt wird.

Mit dem Projekt Facelifting Stationen werden die SBB in den nächsten Jahren an vielen regionalen Haltepunkten bauliche Verbesserungen vornehmen. Die systematische Information in Gestalt einer Infowand ist Teil dieses Projektes. Geplant ist auch eine Information via Bildschirm (gemäss heutigem Stand nicht interaktiv).

## **9.5 Andere Partner**

Fachorganisationen und Firmen wie Schweiz Tourismus, Stiftung Veloland, IG Velo, Fussverkehr Schweiz, Mobility, VCS, TCS werden in der Entwicklung von MobilCenter und die Trägerschaft einbezogen.

## 10. Kosten und Finanzierung MobilCenter

### 10.1 Vorbemerkungen

Bei den Kosten und der Finanzierung von MobilCenter und der dazugehörenden Angebote muss unterschieden werden zwischen:

- Aufbau einer nationalen Grundstruktur: Bildung einer MobilCenter-Organisation sowie Aufbau und Betrieb der national koordinierten Informationen zu Mobilität und Tourismus.
- Anwendung in Form von MobilInfo-Konsolen
- Betrieb sowie Ausbau der lokalen Angebote (Mobilitätszentralen, Zweiradabstellanlagen, Park&Rail etc.)

Nachfolgend werden die voraussichtlichen Kosten der einzelnen Bereiche näher erläutert und Finanzierungsanteile skizziert.

### 10.2 Projekt SchweizMobil und MobilCenter

Im Rahmen des Projekts SchweizMobil, Stand März 2002, war für die nationalen Aufgaben im Bereich MobilCenter ein Realisierungsbudget von insgesamt ca. CHF 6 Mio. vorgesehen. Dieser Betrag wäre ausreichend gewesen, um die ca. 70 bei SchweizMobil vorgesehenen Standorte mit einer ausgebauten Kundenführung, Info-Konsolen und HPM-InfoPoints auszurüsten sowie die dafür notwendigen Informationen elektronisch aufzuarbeiten (Pilotprojekt/Markteinführung).

Nach dem negativen Bundesratsentscheid zur bundesseitigen Finanzierung von SchweizMobil entfällt diese Finanzierungsmöglichkeit. Die Projektleitung SchweizMobil hat in der Folge ein stark redimensioniertes Nachfolgeprojekt «HPM / ÖV / MobilCenter» erarbeitet. Dieses umfasst neben den HPM-Angeboten auch den Bereich MobilCenter, der aber ebenfalls stark redimensioniert und umstrukturiert werden musste. Entfallen sind vor allem Realisierungsbeiträge an die Kundenführung und an die Info-Konsolen von je 1 Mio. Zusätzlich musste der technische Qualitätsstandard der HPM-InfoPoints reduziert werden. Dies hat Auswirkungen auf eine mögliche Eingliederung dieser InfoPoints in das SBB-Projekt Facelifing Stationen.

Zudem musste der Bereich MobilInfo Internet stark redimensioniert werden. Dies bedeutet, dass vorerst nicht mit einer aufwändigen und GIS-referenzierten Internetlösung gerechnet werden kann. Allerdings will der Bund (Bundesamt für Strassen und Bundesamt für Landestopographie) das Projekt GIS-Langsamverkehr weiter vorantreiben. Dieses GIS-Langsamverkehr wird mittel- bis langfristig die Voraussetzung schaffen, dass GIS-referenzierte LV-Daten zur Verfügung stehen. Damit kann ein Projekt im Sinne von MobilInfo Internet voraussichtlich zu einem späteren Zeitpunkt realisiert werden.

Dies bedeutet nicht, dass die Strategie "Information" von MobilCenter nicht realisierbar ist. Es bedeutet nur, dass die mit MobilCenter kommunizierten Informationen vorerst im Rahmen einfacherer Internetlösungen angeboten werden und dass die Zusammenarbeit mit Kommunikationspartnern wie SBB oder Schweiz Tourismus zusätzlich verstärkt werden muss (Integration der Informationen MobilCenter in bestehende Websites).

## 10.3 Nationale Grundstruktur

### 10.3.1 Kosten und Finanzierung

Der Aufbau einer nationalen Grundstruktur für koordinierte Informationen zu Mobilität und Tourismus soll im Rahmen der Planungs- und Umsetzungsphase des Projektes SchweizMobil erfolgen. Dabei sind folgende Budgetposten vorgesehen:

- Bereichsleitung MobilCenter
- Externer Support allgemein
- Erarbeitung Richtlinie MobilCenter/Info-Standards
- Motivation Angebotsentwicklung auf lokaler Ebene, Betreuung solcher Projekte
- Info-Tafeln HPM-Routen/Gemeinden
- Entwicklung der nötigen Datenbanken
- Web-Redaktion/Koordination
- Entwicklung Benutzeroberfläche
- Administration und Drittkosten.

Dafür sind im Budget von SchweizMobil 3.0 Mio. CHF vorgesehen. Diese Kosten sollen gemäss dem generellen Finanzierungsschlüssel für die Planungs- und Umsetzungsphase von SchweizMobil zu 45% durch den Bund, zu 45% durch die Kantone und zu 10% durch Private (Unternehmungen aus den Branchen Verkehr und Tourismus) getragen werden.

Für den Betrieb wird mit einem Aufwand von 0.7 Mio. pro Jahr gerechnet. Diese Zahlen sind eine grobe Schätzung, basierend auf den Erfahrungszahlen von Veloland Schweiz. Dieser Betrag fällt vergleichsweise bescheiden aus, weil davon ausgegangen wird, dass wenig neue Daten erfasst und verwaltet werden müssen, sondern dass weitgehend bestehende Datenquellen (Fahrplan SBB, Website SchweizTourismus etc.) verknüpft werden können. In diesem Sinne würden diese Partner erhebliche Eigenleistungen erbringen. Die Betriebskosten der nationalen Trägerschaft sollen im Rahmen der Vorplanungsphase (zeitgleich mit der Vorplanungsphase des SchweizMobil Basismoduls HPM / ÖV / MobilCenter) präzisiert werden. Die Finanzierung der Betriebskosten ist noch nicht geklärt.

### 10.3.2 Weshalb keine Finanzierung durch die NutzerInnen oder Leistungsanbieter?

Wie die Erfahrung von Veloland Schweiz zeigt, wäre es kaum möglich, die Trägerschaft und ihre Aufgaben nur durch Beiträge der Leistungsanbieter zu finanzieren, die von der Dienstleistung MobilCenter profitieren sollen. Dies insbesondere aus folgenden Gründen:

- Die betrieblichen Erträge des Projektes MobilCenter sind für die einzelnen Anbieter nur schwer zu quantifizieren.
- Ein allgemein akzeptierter Verteilschlüssel für die Kosten von MobilCenter dürfte wohl kaum zu finden sein.
- Konkrete und zutreffende Zahlen über den betrieblichen Erfolg von MobilCenter werden von den Anbietern kaum veröffentlicht (Konkurrenz).

Man könnte dieser Argumentation entgegenhalten, dass Anbieter, die sich nicht an der Finanzierung beteiligen, von MobilCenter nicht berücksichtigt werden. Dies wäre durchaus denkbar, nur wären dann die Informationen lückenhaft und damit für die Kundschaft wenig dienlich, im Extremfall sogar unbrauchbar. Zudem würde dies die Finanzierungsprobleme keineswegs lösen.

Es stellt sich im Weiteren die Frage, ob die Kunden MobilCenter (mit-)finanzieren sollen, indem Informationen vor Ort (Beratung, Internet) oder zu Hause via Internet nur gegen Entgelt zu haben sind. Teilweise gehen CallCenter diesen Weg, indem sie für telefonische Auskünfte Gebühren verlangen. Die Aufgaben von MobilCenter lassen sich aber nicht auf die Aufgaben eines CallCenter reduzieren. CallCenter sind ein mögliches Anwendungsfeld der von MobilCenter koordinierten Informationen und finanzieren sich im besten Fall selbst.

Wichtig ist auch, dass die Nutzung von MobilCenter, z.B. mittels den MobilInfo-Konsolen, möglichst günstig wird. Damit wird die gesuchte Finanzierung nicht durch die Kundschaft sichergestellt werden können.

Neben Leistungsanbietern und Kunden hat auch die öffentliche Hand Interesse an MobilCenter. Auf nationaler Ebene hat insbesondere der Bund ein grosses Interesse zur Koordination und Förderung von MobilCenter. Da aus den oben genannten Überlegungen heraus weder die Leistungsanbieter noch die Kunden zur Finanzierung herangezogen werden können, soll im wesentlichen die öffentliche Hand die Finanzierung der Aufgaben der nationalen Trägerschaft übernehmen.

#### **10.4 MobilInfo-Konsolen**

Die MobilInfo-Konsolen sind eine Anwendung der national koordinierten Datenstruktur. Die Autorschaft geht von Konsolen an rund 1000 Standorten aus. Dazu zählen die Haltepunkte des öffentlichen Verkehrs, aber auch an weiteren Orten mit hohem Publikumsverkehr wie Stadtteilzentren, TouristCenters, Bergbahnen, Museen, Messen, Hotels etc.

Für die Konsolen liegen Herstellerangaben von 10'000 CHF (ohne Drucker) beziehungsweise 23'000 CHF (mit Drucker) pro Stück vor.

Ihre Erstellung kann aufgrund der oben geschilderten Rahmenbedingungen nicht von SchweizMobil getragen werden. Die Finanzierung ist deshalb als separates Projekt sicherzustellen. Die Autorschaft schlägt eine Public-Privat-Partnerschaft vor. Denkbar sind drei Trägerschaftsmodelle:

- Lokale Interessenten finanzieren die Errichtung einer Konsole an ihrem Standort,
- Die Transportunternehmungen integrieren die Konsolen in der einen oder anderen Form in ihre Kundeninformationssysteme,
- Die öffentliche Hand finanziert die Erstellung von MobilInfo-Konsolen im Rahmen von Förderprogrammen oder unterstützt eines der beiden vorangehenden Modelle.

Betrieb, Unterhalt und Erneuerung der Konsolen (nur Hardware und Strom etc., ohne Datenunterhalt) schätzt die Autorschaft auf rund 4 Mio. CHF pro Jahr. Die Finanzierung ist abhängig vom gewählten Trägerschaftsmodell.

#### **10.5 Lokale Angebote**

Zu den lokalen Angeboten gehören Mobilitätszentralen, Zweirad-Abstellanlagen, Park&Rail-Anlagen und dergleichen mehr. Diese Angebote sind im allgemeinen lokal zu definieren. Im Einzelfall können nationale Richtlinien für ein einheitliches Angebot wünschenswert sein (z.B. Veloabstellanlagen). Im MobilCenter-Budget ist eine Budgetposition vorgesehen, um lokale Anbieter zu motivieren, diese Angebote qualitativ oder quantitativ auszubauen.

Allgemeingültige Aussagen zu den Kosten der einzelnen Angebote sind sehr schwierig zu machen und müssten je nach Angebot beziehungsweise Angebotsgefäss sehr unterschiedlich ausfallen. Sie können letztendlich nur durch den entsprechenden Leistungserbringer



beziehungsweise den Besteller definiert werden. In Ergänzung zu den nationalen Strategien und Aufgaben können sich Kantone und Gemeinden mit Investitions- und / oder Betriebsbeiträgen für MobilCenter ebenfalls wirkungsvoll an der Förderung der Nahtstellen des öffentlichen Verkehrs mit der Human Powered Mobility und dem motorisierten Individualverkehr beteiligen.

Bei den Mobilitätszentralen geht die Autorschaft davon aus, dass in der Schweiz bis zu 20 Standorten Mobilitätszentralen entstehen können. Allerdings wird nicht davon ausgegangen, dass diese Zahl bereits bis 2008 erreicht wird (Beginn Betriebsphase SchweizMobil). Je nach lokaler Situation (Anzahl integrierte Leistungen, Anzahl integrierte Partner, räumliche Situation, Neubau oder Umbau etc.) fallen sehr unterschiedliche Kosten an. Im Budget (Anhang 5) ist pro Mobilitätszentrale ein Investitions-Betrag von 400'000 CHF eingesetzt. Als Betriebskosten pro Mobilitätszentrale werden rund 400'000 CHF pro Jahr angenommen. Bei 20 Mobilitätszentralen wären dies etwa 8.0 Mio. CHF. Diese Zahl stützt sich ab auf die Projektbudgets der ersten geplanten Mobilitätszentralen und auf die Erfahrungen der rund 40 Mobilitätszentralen in Deutschland.

Der nachfragegerechte Ausbau der Zweiradanlagen an der Schnittstelle von LV / ÖV / MIV ist ebenfalls nicht bis 2008 realisierbar. Die Autorschaft erwartet Investitionskosten von rund 240.0 Mio. CHF an rund 1'000 Anlagen. Damit würden – zusammen mit den bereits bestehenden Anlagen – rund 130'000 Plätze angeboten. Als Vergleich: Das niederländische Verkehrsministerium investiert von 2000 bis 2006 rund die doppelte Summe in den flächendeckenden Ausbau der Veloabstellanlagen an den Eisenbahn-Stationen. Die Investitionskosten sind wie bis anhin in erster Linie von den Gemeinden und Kantonen zu tragen. In der Regel tragen die Transportunternehmungen einen Teil der Kosten mit, insbesondere wenn sie Grundeigentümer sind. Für den laufenden Unterhalt dieser Anlagen liegen keine verlässlichen Grundlagen vor. Die Autorschaft schätzt diesen Aufwand auf rund 5 bis 10% des Investitionswertes. Bezieht man noch die bei rund 200'000 CHF / Jahr angenommenen Betriebsdefizite der rund 20 bewachten Velostationen mit ein, ergibt sich ein Wert von ca. 20 Mio. CHF. Die Übernahme dieser Unterhalts- und Betriebskosten ist ebenfalls von lokalen Trägern zu übernehmen und dürfte somit von Anlage zu Anlage anders geregelt sein.

### Kostenschätzung Leistung Projekt SchweizMobil (Budget Bereich MobilCenter)

(national koordinierte Information zu Mobilität & Tourismus im Web und auf MobilInfo-Konsolen)

Position	Betrag (in 1000 CHF)	Anteil Bund	Anteil Kantone	Anteil Private <sup>1)</sup>
Bereichsleitung MobilCenter	320	(45 %)	(45 %)	(10 %)
Externer Support allgemein	200			
Richtlinie MobilCenter/Info-Standards	200			
Angebots-Motivation; Betreuung Projekte	360			
Info-Tafeln HPM-Routen/Gemeinden	470			
Datenbanken	150			
Web-Redaktion/Koordination	300			
Entwicklung Benutzeroberfläche	440			
Sekretariat	200			
MWSt	200			
Spesen/Übersetzungen	160			
<b>Total MobilCenter (2003–2007)</b>	<b>3'000</b>	<b>1'350</b>	<b>1'350</b>	<b>300</b>
Jährliche Betriebskosten ab 2008	0.700	3)	3)	3)

### Kostenschätzung MobilInfo-Konsolen

Position	Betrag (in 1000 CHF)	Anteil Bund	Anteil Gden. / Kte.	Anteil Private <sup>1)</sup>
Info-Konsolen; Planung	300	3)	3)	3)
Info-Konsolen; Hardware <sup>2)</sup>	18'500			
<b>Total (= konsolidierte Kostenschätzung)</b>	<b>18'800</b>	<b>3)</b>	<b>3)</b>	<b>3)</b>
Jährlicher Unterhalt Info-Konsolen	4'000	3)	3)	3)

### Kostenschätzung lokale Angebote

Position	Betrag (in 1000 CHF)	Anteil Bund	Anteil Gden. / Kte.	Anteil Private <sup>1)</sup>
Mobilitätszentralen; Investitionen <sup>4)</sup>	8'000	(25 %) <sup>7)</sup>	(50 %) <sup>7)</sup>	(25 %) <sup>7)</sup>
Mobilitätszentralen; Betriebskosten p.a. <sup>4)</sup>	8'000	3)	3)	3)
Zweiradabstellanlagen; Investitionen <sup>5)</sup>	235'000	(25 %) <sup>7)</sup>	(50 %) <sup>7)</sup>	(25 %) <sup>7)</sup>
Zweiradabstellanlagen; Betriebskosten p.a.	20'000	3)	3)	3)
Weitere <sup>6)</sup>	?	3)	3)	3)

- 1) Zum Beispiel Unternehmen aus den Branchen Verkehr, Tourismus und Immobilien, aber auch Sponsoren.
- 2) Einfache Konsole mit Anschluss: CHF 10'000; Konsole mit Drucker: CHF 23'000. Gerechnet sind 500 Konsolen mit und 700 ohne Drucker an total 1'000 Standorten.
- 3) Abhängig vom effektiven Trägerschafts-Modell. Ist im Laufe der Vorplanungsphase 2003 zu klären.
- 4) Grobe Kostenschätzung für ca. 20 Mobilitätszentralen. Realisierung nicht bis 2007 abgeschlossen,
- 5) Grobe Kostenschätzung für ca. 1'000 Anlagen. Realisierung nicht 2003–2007, sondern deutlich länger.
- 6) Zum Beispiel Park&Rail. Die Aufwendungen können heute aber noch nicht einmal grob geschätzt werden.
- 7) Annahme der Projektleitung MobilCenter.

## 11. Weiteres Vorgehen

### 11.1 Ausgangslage

Der Konzeptbericht MobilCenter wurde durch den Bereichsausschuss am 28.02.03 verabschiedet und im Mai 2003 dem BFE und der Projektleitung SchweizMobil übergeben. Es handelt sich nicht – wie im Auftrag des BFE erwähnt – um die Planungsphase, sondern um eine Arbeit als Ergänzung zur Konzeptphase von SchweizMobil.

Gleichzeitig zum Konzept MobilCenter erarbeitete das BFE im Frühjahr 2003 in Zusammenarbeit mit weiteren Bundesämtern ein Strategiepapier zur Förderung der Nahtstellen LV/ÖV/MIV. Dieses Strategiepapier wird die Basis für die Formulierung einer entsprechenden UVEK-Strategie schaffen.

### 11.2 Vorplanungsphase

In Ergänzung und zeitgleich zur Vorplanungsphase des Projekts LV/ÖV/MobilCenter für das Jahr 2003 (Vorplanung der Bereiche Wanderland, Veloland inkl. MTB, Skatingland und Paddelland) sollen auch die Arbeiten zur Vorplanungsphase MobilCenter durch die bestehende Bereichsträgerschaft und in weiterer Zusammenarbeit mit Bereichsausschuss und Bereichsleitung SBB in Angriff genommen werden. Ein Folgeauftrag für diese Arbeiten muss entsprechend noch ausgehandelt und ausgearbeitet werden.

Folgende Arbeitsschritte sind aus heutiger Sicht notwendig:

#### 11.2.1 April / Mai 2003: Abstimmung Strategiepapier Bund / Konzept MobilCenter

Zur zielgerichteten und koordinierten nationalen Förderung der Nahtstellen LV/ÖV/MIV ist es notwendig, dass sich Bund und beteiligte Organisationen und Leistungserbringer auf gemeinsame Ziele und ein gemeinsames Vorgehen einigen. Es ist daher wichtig, allenfalls bestehende Zielkonflikte zwischen dem Strategiepapier des Bundes und dem Konzept MobilCenter so rasch als möglich zu bereinigen.

Diese Abstimmung erlaubt es dem Bereich MobilCenter, sich konform zur Bundesstrategie zu entwickeln, und stützt die Bundesstrategie dank der Einbindung der Organisationen und Leistungserbringer (Marktpartner) besser ab.

Während dieser Phase sind ebenfalls das Wording und die Abgrenzung zwischen den Begriffen definitiv zu klären.

#### 11.2.2 Juni–September 2003: Vernehmlassung bei Bund und Marktpartnern

Anschliessend an die genannte Abstimmung soll das Konzept MobilCenter bei den beteiligten Partnern (Adressaten mit Bund zu koordinieren) zur Vernehmlassung unterbreitet werden. Insbesondere sollen dabei folgende Fragen geklärt werden:

- grundsätzliche Zustimmung zu den Zielsetzungen
- grundsätzliche Zustimmung zur Rolle der Partner
- grundsätzliche Zustimmung zur eigenen Rolle (z.B. Bund, Leistungserbringer etc.)

Auf der Basis der Vernehmlassung und der genannten Gespräche ist das Konzept MobilCenter in Zusammenarbeit und Übereinstimmung mit dem Bund zu überarbeiten und in eine definitive Fassung zuhanden der Planungs- und Realisierungsphase zu bringen.

Gleichzeitig mit der Vernehmlassung sollen Gespräche bezüglich der Infokonsolen mit bisher nicht beteiligten wichtigen Partnern stattfinden. Es sind dies insbesondere:

- Swisscom (Rolle bei der Bereitstellung der MobilInfo-Konsolen)
- Schweiz Tourismus ST (Bereitstellung der touristischen Informationen)
- evtl. «gate 24» (Suchaufruf von Dienstleistungen vor Ort wie Hotels, Restaurants, etc.)
- weitere, vor allem andere Infokonsolen-Anbieter

Ziel dieser Gespräche ist auch die Definition und Organisation eines Pilotversuches auf der Basis des bestehenden SBB/Swisscom-Pilotversuchs mit einer Info-Konsole mit Webzugriff am HB Zürich.

Vorgeschlagen wird die Installation von ca. 20 Infokonsolen an Standorten, welche sich geografisch, kulturell und siedlungstechnisch genügend unterscheiden, um möglichst aussagekräftige Resultate zu erhalten für die Weiterentwicklung von Information und Benutzeroberfläche. Nach einer Erfahrungszeit von ca. 20 Monaten können weitere Ausbauschritte in Angriff genommen werden.

#### 11.2.3 September–November 2003: Definition Leistungen / Kosten Planungs- / Realisierungsphase

Auf der Basis des definitiven Konzepts sollen insbesondere folgende Punkte geklärt werden:

- Definition der Angebotsgefässe (Beschrieb/Leistungen/Kosten/Finanzierung) und Vorschläge für Förderprogramme
- Leistungen/Kosten der Planungsphase (Ziel ist die finanzielle Integration des Projekts MobilCenter in das Gesamtprojekt LV/ÖV/MobilCenter)
- Arbeitsplanung und Terminierungen für die Planungsphase (Ziel ist die organisatorische Integration des Projekts MobilCenter in das Gesamtprojekt LV/ÖV/MobilCenter)
- Leistungen/Kosten der Realisierungsphase
- Konsolidierung der Leistungen/Kosten mit den beteiligten Partnern
- erster Entwurf einer Benutzeroberfläche für die Konsole und Informationen auf dem Internet zum Start eines Pilotversuchs in Zusammenarbeit mit den SBB, Swisscom und ST (unter Nutzung der laufenden Arbeiten Veloland/ST zur Vermittlung der Informationen im Bereich LV auf Flash-Basis)
- allenfalls Anpassungen am Gesamtprojekt LV/ÖV/MobilCenter im Bereich MobilCenter

#### 11.2.4 Dezember 2003: Abschluss der Arbeiten Vorplanungsphase MobilCenter

Aufbereitung der Resultate und Dokumente z.H. der Planungsphase und Dokumentation der beteiligten Partner

## 12. Abkürzungen und Glossar

### Abkürzungen

ARE	Bundesamt für Raumentwicklung
ASTRA	Bundesamt für Strassen
B+R	Bike and Rail (Schreibweise SBB); allgemeiner Gebrauch: Bike and Ride, d.h. Veloparkierung am Bahnhof
BAG	Bundesamt für Gesundheit
BASPO	Bundesamt für Sport
BAV	Bundesamt für Verkehr
BFE	Bundesamt für Energie
CHF	Schweizer Franken
FIS	Fahrgastinformationssystem (SBB-weiter Standard)
GIS	Geografisches Informationssystem (elektronisches System, welches punktgenaue Informationen aufgrund der Koordinaten liefert)
HPM	Human powered mobility (jede Fortbewegung mit eigener Muskelkraft, <a href="http://www.humanpoweredmobility.ch">www.humanpoweredmobility.ch</a> )
IG Velo	Interessengemeinschaft Velo Schweiz
IGÖV	Interessengemeinschaft öffentlicher Verkehr
IT	Informations-Technologie
KOGIS	Koordinationsstelle GIS des Bundes
KTU	konzessionierte Transportunternehmungen (im allgemeinen Sprachgebrauch die ÖV-Unternehmungen ohne die SBB AG und die Postautos)
LV	Langsamverkehr (Fuss-, Veloverkehr und Verkehr mit fahrzeugähnlichen Geräten)
MIV	motorisierter Individualverkehr
ÖV	öffentlicher Verkehr
P+R	Park and Rail (Schreibweise SBB); allgemeiner Gebrauch: Park and Ride, Auto-parkierung an einer Haltestelle des ÖV
PC	Personalcomputer
RM	Regionalverkehr Mittelland
SBB AG	Schweizerische Bundesbahnen AG
ST	Schweiz Tourismus
TCS	Touring-Club der Schweiz
UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
VCS	Verkehrs-Club der Schweiz
VÖV	Verband öffentlicher Verkehr

**Glossar**

Angebote	Marktleistungen unabhängiger Leistungserbringer
Angebotsgefässe	enthalten alle gleichartigen Angebote
Förderprogramme	beziehen sich auf Angebotsgefässe und sind auf nationaler oder kantonaler Ebene angesiedelt
Informationsstandards	beschreiben die Leistungsmerkmale der Angebote
Kommunikationspool	informiert über alle Angebotsgefässe gegen innen und aussen
Leistungsanbieter	sind unabhängig und stellen die Angebote bereit
Nationale Trägerschaft	betreut den Kommunikationspool und fördert lokale Angebote
Richtlinien	Richtlinien beschreiben Ziele, Nutzen, Informationsstandards, Vorgehen und Finanzierungsmöglichkeiten. Sie sollen Handlungsanleitungen sein, welche von den Betroffenen miterarbeitet und getragen werden.

## 13. Literatur

Unter den vielen verschiedenen Quellen zum Thema erachtet die Autorschaft die folgenden als speziell erwähnenswert:

De Tommasi, Roberto et al.; Mobilitätsmanagement als neue verkehrspolitische Strategie. Konzepte-Stand in Europa – Pilotversuche und Perspektiven in der Schweiz. Nationales Forschungsprogramm „Verkehr und Umwelt“, Bericht A1. Bern, 2000.

De Tommasi, Roberto; Arend, Michael: Mobilitätsmanagement im Personenverkehr. Nationales Forschungsprogramm „Verkehr und Umwelt“, Synthese S1. Bern, 2000.

Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation; Leitbild Langsamverkehr. Entwurf. Bern, 2002.

Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation; Departementsstrategie. Bern, 2000.

Energie 2000, Ressort Treibstoffe; MobilStation. Elemente eines Businessplans. Zürich, 2000.

ILS Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW: Qualitätsgeprüft: Standards für Mobilitätszentralen. Dortmund, 2002.

Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen; 100 Fahrradstationen in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf, 2001.

Stiftung Veloland Schweiz; SchweizMobil, Konzept Kernaussagen. Bern, 2002.

Tiefbauamt der Stadt Zürich (Hrsg.): Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich, Grundlagenbericht Mobilitätsberatung. Zürich, 2002.

Verband Öffentlicher Verkehr; Studienreise Vision MobilCenter. Bern, 2002.

Verkehrs-Club der Schweiz; Velostationen. Bern, 2002.

Folgende Dokumente sind unter [www.schweizmobil.ch](http://www.schweizmobil.ch) herunterladbar:

- SchweizMobil, Konzept Kernaussagen. Bern, 2002.
- MobilCenter, Konzeptbericht, Bern 2003
- MobilCenter, Zusammenfassung Konzeptbericht (deutsch, französisch, englisch), Bern 2003
- Studienreise Vision MobilCenter. Bern, 2002.

# Anhänge



# 1. Projektbeschrieb MobilCenter

Olten, Stand Projekt 04.08.01, z.Hd. BFE für Budgetsitzung 6.8.01

SchweizMobil

Markus Capirone, Daniel Leupi, Peter Anrig

---

## 1. Ziele

---

Das Projekt MobilCenter von SchweizMobil bezweckt die Förderung der kombinierten Mobilität, insbesondere die Förderung kundenfreundlicher Schnittstellen zwischen den Mobilitätsformen.

### Kurzfristig (Konzeptphase SchweizMobil)

- Initiierung und Förderung eines national koordinierten Angebotes
- Integration und Koordination der laufenden (lokalen) Projekte
- Bildung Projektorganisation MobilCenter
- Kommunikation

### Mittelfristig (Konzept-/Planungsphase SchweizMobil)

- Festlegung der Marke und Trägerschaft
- Festlegung Leistungsangebot und Qualitätsstandards
- Festlegung der Standorte
- Klärung Finanzierung MobilCenter

### Langfristig (Realisierungs-/Betriebsphase SchweizMobil)

- Nationales Netz von MobilCenter
- Erhöhung Nachfrage im kombinierten Verkehr

---

## 2. Definition

---

MobilCenter ist der Projekttitel für die im Rahmen von SchweizMobil angestrebte, optimal organisierte Schnittstelle zwischen dem öffentlichen Verkehr, der Human Powered Mobility (Fuss-, Velo-, Skatingverkehr etc. siehe: [www.humanpoweredmobility.ch](http://www.humanpoweredmobility.ch)) und dem motorisierten Individualverkehr.

Die Umfang und Qualität der Leistungsangebote sind noch zu definieren. Die Anforderungen sind:

1. MobilCenter erleichtern den Zugang zu den Leistungen des kombinierten Verkehrs.
2. MobilCenter fördern den Wechsel zwischen den Verkehrsmitteln.
3. MobilCenter informiert über die Leistungen des kombinierten Verkehrs.

### 3. Ausgangslage

---

MobilCenter basiert auf:

- UVEK, Departementsstrategie, Förderung der kombinierten Mobilität/Human Powered Mobility .
- ASTRA, Bereich Langsamverkehr, Förderung der Human Powered Mobility.
- Veloland Schweiz, Kombination Velofahren/öffentlicher Verkehr.
- Schweizer Städte, Investitionen in Schnittstellen des kombinierten Verkehrs.
- SBB, Projekt Facelifting Regionalbahnhöfe.
- Stadtbahn Glatttal, B+R als integraler Bestandteil der Haltestellen (Eröffnung 2005).
- Energie2000, Arbeitsgruppe Mobilstation, Schlussbericht Mobilstation, April 2000.
- Niederländisches Verkehrsministerium, Investitionsprogramm B+R-Anlagen an Bahnhöfen, 2001–2006, ca. 250 Mio. CHF.

### 4. Organisation

---

Projektleitung SchweizMobil	Stiftung Veloland Schweiz (Konzeptphase)
Bereichsleitung MobilCenter	Verband öffentlicher Verkehr VÖV
Steuerungsgruppe MobilCenter	Rolf Meyer, VÖV (Leitung) Erich Scheidegger, SBB AG Thomas Lier, TPG, Genève Werner Müller, Amt für öffentlichen Verkehr, Thurgau Helmuth Biner, BVZ, Zürich Thomas Lütolf, Mobility Carsharing Schweiz Frans de Baan, Schweizerische Konferenz der Beauftragten für den Veloverkehr SVK Daniel Leupi, Markus Capirone, Projektleitung SchweizMobil
Projektleitung MobilCenter	SBB AG

## 5. Budget (provisorisch)

	1.9.01-31.12.01	1.1.02-30.4.02	Total
PL Stiftung Veloland / BL VÖV	10'000	10'000	20'000
Steuerungsausschuss	5'000	5'000	10'000
Projektleitung MobilCenter	80'000	80'000	160'000
Tagung / Projektdokumentation	60'000	20'000	80'000
Exkursion	50'000	0	50'000
B+R Umfrage Kantone	10'000	0	10'000
Evtl. Pilotprojekt Zürich	50'000	100'000	150'000
MWSt	20'000	15'000	35'000
Reserve	20'000	20'000	40'000
<b>Total)</b>	<b>305'000</b>	<b>250'000</b>	<b>555'000</b>

## 6. Finanzierung (inkl. Eigenleistungen)

	1.9.01-31.12.01	1.1.02-30.4.02	
SBB AG	30'000	30'000	60'000
Teilnehmer Tagung / Exkursion	25'000	0	25'000
Veloland Schweiz, VÖV	10'000	10'000	20'000
Mitglieder Steuerungsausschuss	5'000	5'000	10'000
Partner Pilotprojekt (Mobility, VBZ, Stadt Zürich)	25'000	25'000	50'000
<b>BFE</b>	<b>210'000</b>	<b>180'000</b>	<b>390'000</b>
<b>Total</b>	<b>305'000</b>	<b>250'000</b>	<b>555'000</b>

## 7. Nächste Schritte

Was	Wer	Wann
1. Sitzung Steuerungsgruppe	Mitglieder	Sept./Okt. 01
Einsetzung Projektleitung MobilCenter	Stiftung Veloland/VÖV	Sept./Okt. 01
Einreichen bereinigtes Gesuch BFE	Stiftung Veloland/VÖV	Sept./Okt. 01
Aktualisierung B+R-Umfrage Kantone	PL SchweizMobil/VÖV	Sept./Okt. 01
Evtl. Pilotprojekt VBZ/Mobility/Stadt Zürich	Mobility	Okt./Nov. 01
Exkursion Niederlande oder Deutschland	offen	Herbst / Winter 01
Tagung mit interessierten Partnern	offen	Herbst / Winter 01
2. Sitzung Steuerungsgruppe	Mitglieder	Nov./Dez. 01

## 2. Antrag auf Bezuschussung der Planungsphase des Projekts MobilCenter

Verband öffentlicher Verkehr  
Union des transports publics  
Unione dei trasporti pubblici



Bundesamt für Energie BFE  
Herrn Hermann Scherrer  
Projektbearbeitung EnergieSchweiz  
3003 Bern

Bern, 25. Oktober 2001

Antrag auf Bezuschussung der Planungsphase des Projektes MobilCenter

Sehr geehrter Herr Scherrer

Der Verband öffentlicher Verkehr VÖV beantragt beim Bundesamt für Energie im Namen der Projektleitung SchweizMobil und im Namen des Bereichsausschusses MobilCenter für die Planungsphase MobilCenter einen Zuschuss von Fr. 275'000.-

Das Projekt MobilCenter bezweckt die Förderung der kombinierten Mobilität, insbesondere die Schaffung bzw. den Ausbau kundenfreundlicher und effizienter Schnittstellen zwischen den verschiedenen Mobilitätsformen, vor allem an Bahnhöfen grosser und mittlerer Zentren.

Dazu gehören in der Planungsphase vom 1. November 2001 bis zum 30. April 2002 *schwer-  
gewichtig* die folgenden Punkte (Details sind aus dem Projektbeschrieb vom 4. August 2001 zuhanden des BFE ersichtlich):

- Die Festlegung von Qualitätsstandards und des Umfanges des Leistungsangebotes
- Die Schaffung der Voraussetzungen für eine national allseits anerkannte Standardisierung durch gezielte Information der Opinion Leaders (durch Fachexkursion und Tagung) und der Öffentlichkeit
- Die Festlegung der Standorte
- Zwei Pilotprojekte

Das Projekt ist national ausgelegt unter ausdrücklichem Einschluss der Westschweiz und des Tessins. Im Bereichsausschuss sind neben Experten und Entscheidträgern seitens des öffentlichen Verkehrs (Thomas Lier/TPG, Helmut Biner/BVZ, Erich Scheidegger/SBB) auch die Kantone (Werner Müller/Amt für öffentlichen Verkehr Thurgau, Frans de Baan/SVK), die Anbieter von Leistungsbestandteilen (Thomas Lütolf /Mobility) und der Projektleitung von SchweizMobil vertreten (Daniel Leupi, Markus Capirone).

Das Budget für die Planungsphase, das einen Gesamtbetrag von Fr. 400'000.- umfasst, beruht auf Vorgaben des Bereichsausschusses und in den Details auf der Offerte der SBB für die operative Bereichsleitung zwischen dem 1. November 2001 und dem 30. April 2002. Die SBB-Offerte wurde, bei entsprechendem Ausstand des nationalen Bahnunternehmens, vom Bereichsausschuss am 9. Oktober 2001 genehmigt. Der Offerte liegen folgende Stundenan-

sätze zugrunde: Bereichsleitung operativ: Fr. 145.-, Bereichsleitung Aufsichtsorgan: 132.-, Fachmitarbeit: 120.-, Sekretariat: 85.-.

Die Marke MobilCenter kann nicht Eigentum einer am Projekt beteiligten kommerziellen Unternehmung werden.

Wir sind uns bewusst, dass wir mit diesem Antrag ein hohes Engagement von Energie-Schweiz am Projekt erwarten. Dies hängt in erster Linie mit zwei besonderen Sachverhalten zusammen:

1. Es ist dringend, eine Standardisierung und Festlegung des Angebotes zu bekommen, da mit unterschiedlichem Ansatz, unterschiedlichen Ansprüchen und unterschiedlichsten Partnern Einrichtungen aufgeleitet werden sollen, die später eine nationale Lösung verhindern oder mindestens massiv behindern könnten.
2. Die MobilCenter-Frage ist zentral für die Entwicklung eines vernetzten, intelligenten und nachhaltigen Verkehrs in der Schweiz. Sie ist für viele nicht nur *der* Zugang zum vernetzten Verkehr, sondern sie institutionalisiert ihn definitiv.

Wir stehen Ihnen natürlich für zusätzliche Fragen zur Verfügung (Tel. 031 359 23 44) und bedanken uns herzlich für eine wohlwollende Prüfung des Antrags.

Mit freundlichen Grüßen

Verband öffentlicher Verkehr

Dr. Peter Vollmer  
Direktor

Hans Kaspar Schiesser  
Vorsitzender Bereichsausschuss MobilCenter

Beilage: Offerte SBB zur Projektleitung Planungsphase MobilCenter

z.K.

- Bereichsausschuss MobilCenter

## 3. Kundenbedürfnisse

Für den Start der Konzeptarbeiten wurden am 21.11.01 durch eine Expertengruppe die wichtigsten Kundenbedürfnisse definiert. Die Expertengruppe setzte sich wie folgt zusammen: Martin Tritten, SMIT; Federico Molina, TPL; Regina Schneider SBB-KS; Martin Wälti, Projektmitarbeiter; Jürg Tschopp, VCS; Erich Scheidegger, SBB; Florentin Abächerli, SBB; Guido Nydegger, SBB. Nachfolgend sind die Resultate aus dieser Befragung kurz zusammengefasst.

### 3.1 Übergeordnete Aspekte

- Bequeme Mobilitätslösungen
- Sicherheit, insbesondere Personensicherheit
- Verkehrspolitik

### 3.2 Infrastruktur

- Einladende Gestaltung des Bahnhofraumes und entsprechende Ordnung und Sauberkeit
- In sich logische und kundengerechte Raumaufteilung mit kurzen und einfachen Verbindungswegen zwischen den verschiedenen Dienstleistungen
- Vollständige und durchgehende Signalisation (der/die Kunde/in möchte sofort nach Eintritt in den Bahnhofraum von aussen oder auf dem Perron eine Wegweisung zu ihrem/seinem Ziel)
- Genügende Verkehrsfläche

### 3.3 Betrieb

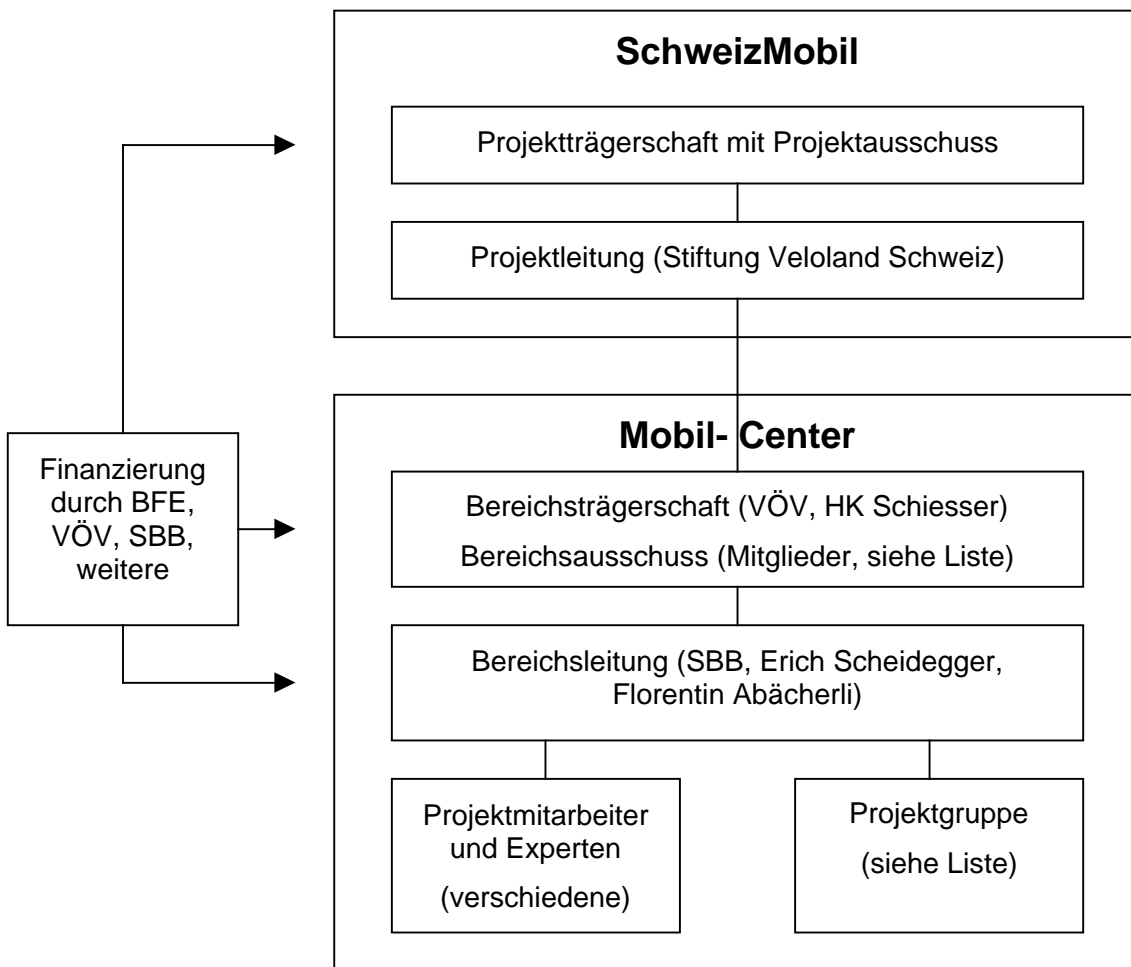
- Breites Angebot an Mobilitätsdienstleistungen
- Einheitliches, verständliches Angebot für die ganze Schweiz
- Professionelle, preiswerte Angebote
- Vernetzte Angebote, so dass der Kunde seine Mobilität in „einem Guss“ konsumieren kann, auch wenn sie verschiedene Verkehrsmittel kombiniert
- Kompetentes und freundliches Personal

### 3.4 Information

- Vernetzte Information über alle MobilCenter-Angebote
- Informationszentrum in den Bahnhöfen mit persönlicher Bedienung
- Internetinfo für ein breites 24-Stunden-Angebot an Bahnhöfen oder zu Hause
- Informationen und Übersichtspläne über Bahnhöfe

## 4. Organisation Konzeptphase

### 4.1 Organigramm Konzeptphase





## 4.2 Mitglieder des Bereichsausschusses

Name	Funktion, Firma	Stiftung Veloland Schweiz	Projektleitung SchweizMobil	Bereichsausschuss MobilCenter	Projektarbeit MobilCenter
Abächerli Florentin	Projektleiter SBB AG, Bern, Division Personenverkehr, Regionalverkehr, Last Mile			X	X
Biner Helmut	Leiter Marketing-Center Zermatt-Bahn (BVZ und GGB)			X	
Capirone Markus	Projektleitung SchweizMobil	X	X	X	X
de Baan Frans	Velobeauftragter Tiefbauamt der Stadt Zürich			X	
Leupi Daniel	Projektleitung SchweizMobil		X	X	X
Lier Thomas	Marketing et Ventes/Gestionnaire de Projets TPG			X	
Lütolf Thomas	Marketingleiter Mobility CarSharing Schweiz			X	
Müller Werner	Leiter Abteilung öffentlicher Verkehr im Dep. für Inneres und Volksw.			X	
Scheidegger Erich	Leiter Last Mile (SBB AG, Bern, Division Personenverkehr, Regionalverkehr)		X	X	X
Schweizer Thomas	Geschäftsführer Fussverkehr Schweiz			X	
Stenico Carmen	Verantwortliche SchweizMobil bei Schweiz Tourismus			X	
Schiesser Hans Kaspar	Projektentwicklung/politische Dienstleistungen VöV			X	X
Willi Erich	Beauftragter BFE MobilCenter (Metron AG)			X	X

# 5. Kostenübersicht

## Investitionskosten

Kostenschätzung Leistungen Projekt SchweizMobil (Bereich MobilCenter)	Kosten					≥ 2008 total	Finanzierung			
	2004	2005	2006	2007	total 03 - 07		2003-2007			total
	(Beträge in 1000 CHF)						Bund (BFE u.a.)	Kte, Gde.	Pri- vate	total
Bereichsleitung MobilCenter	80	80	80	80	320	-	Anteil	Anteil	Anteil	Anteil
Externer Support allgemein	50	50	50	50	200	-	45	45	10	100
Richtlinie MobilCenter/Info-Standards	170	30	0	0	200	-	%	%	%	%
Angebots-Motivation; Betreuung Pro- jekte	90	90	90	90	360	-				
Info-Tafeln HPM-Routen/Gemeinden	10	10	30	420	470	-				
Datenbanken	50	50	25	25	150	-				
Web-Redaktion/Koordination	75	75	75	75	300	-				
Entwicklung Benutzeroberfläche	150	70	70	150	440	-				
Sekretariat	60	60	40	40	200	-				
MWSt	60	40	30	70	200	-				
Spesen/Übersetzungen	40	40	40	40	160	-				
<b>Total MobilCenter (2003-2007)</b>	<b>835</b>	<b>595</b>	<b>530</b>	<b>1'040</b>	<b>3'000</b>	<b>-</b>	<b>1'350</b>	<b>1'350</b>	<b>300</b>	<b>3'000</b>

## Kostenschätzung MobilInfo-Konsolen

Info-Konsolen; Planung	160	80	40	20	300	0	Abhängig vom gewählten Trägerschafts-Modell			
Info-Konsolen; Hardware 500 Konsolen mit Drucker à 23'000 CHF 700 Konsolen ohne Drucker à 10'000)	400	700	6'400	11'000	18'500	0				
<b>Total</b>	<b>560</b>	<b>780</b>	<b>6'440</b>	<b>11'020</b>	<b>18'800</b>	<b>0</b>	<b>?</b>	<b>?</b>	<b>?</b>	<b>18'800</b>

## Kostenschätzung lokale Angebote

Mobilitätszentralen (ca. 400'000 pro Zentrale, 20 Zentra- len, total 8 Mio. CHF)	600	1'000	1'600	1'600	4'800	3'200	Vorschlag PL MobilCenter 25% 50% 25%			
Zweiradabstellanlagen (Erneuerungs- und Neubaubedarf gemäss Berechnungen SBB AG für total ca. 130'000 Plätze: 235 Mio. CHF)	20'000	20'000	20'000	20'000	80'000	155'000	Vorschlag PL MobilCenter 25% 50% 25%			
Weitere (Park&Rail etc.)	Aufteilung offen					offen	Aufteilung offen			

**Betriebskosten**

Kostenschätzungen

	Kosten						Finanzierung					
	2004	2005	2006	2007	total 03 - 07	≥ 2008 p.a.	2003-2007					
							Bund (BFE u.a.)	Kte, Gde.	Pri- vate	total		
	(Beträge in 1000 CHF)											
<b>Bereichsleitung MobilCenter</b>	0	0	0	0	0	700	650	0	50	700		
<b>MobilInfo-Konsolen</b>	0	0	400	1'000	1'400	4'000	Aufteilung offen					
<b>Mobilitätszentralen (ca. 400'000 p.a./Zentrale)</b>	400	1'200	2'800	4'400	8'800	8'000	Aufteilung offen					
<b>Zweiradabstellanlagen</b>	2'000	3'000	4'000	5'000	14'000	20'000	Aufteilung offen					

## 6. Nutzungsbeispiel von MobilCenter

Wie die Kundenführung bei konsolen-gestützten MobilCenter-Einrichtungen funktioniert, soll in Form zweier Beispiele aufgezeigt werden. Sie gehen davon aus, dass im Regelfall die Informationen für die gewünschten Destinationen bereits zu Hause elektronisch abgerufen werden. Nachträglich erforderliche Zusatzinformationen, Planänderungen oder nicht verfügbare Infomöglichkeiten zu Hause werden aber zahlreiche lokale Ad-hoc-Infos an der Konsole notwendig machen. Wichtig: Auch wenn die lokale Information auf der MobilCenter-Konsole oft nur als Nebenprodukt der grundsätzlich im Web verfügbaren MobilCenter-Internetseite (z.B. auf dem SBB-Fahrplan) erscheint, ist es doch erst die physische Existenz der Konsolen, welche Gemeinden zum Ausbau von Dienstleistungen und Kunden zur Wahrnehmung des Info-Angebotes animiert.

### 6.1 Fall 1: Frau Exempel auf Reportage

<b>Ort</b>	Seestadt, 23'000 Einwohner im Voralpengebiet, Schnellzugshalt
<b>Kunde</b>	Ina Exempel, Journalistin mit GA, ÖV-erfahren
<b>Zeit</b>	Freitagmorgen um 9.00 Uhr
<b>Infobedürfnis</b>	Frau Exempel recherchiert für einen Artikel und muss dazu ein Interview im Weiler Sunnegg etwas oberhalb von Seestadt führen. Frau Exempel hat mit ihrer Interviewpartnerin den Termin auf halb zehn Uhr vereinbart. Weil sich Frau Exempel zu Hause im Stress schlecht vorbereitet hat, muss sie jetzt, kurz nach neun Uhr, schnell und unkompliziert wissen, ob sie einen Bus nach Sunnegg hat oder sich ein Taxi, ein RailLink-Auto oder ein Mietvelo organisieren muss.
<b>Vorgehen</b>	Am Bahnhof Seestadt findet Frau Exempel die MobilCenter-Konsole schnell, ärgert sich aber ein bisschen, dass der Ort keine Mobilitätszentrale hat, an der sie jetzt mündlich in wenigen Sekunden Auskunft über die Verbindung nach Sunnegg bekäme. Eine der zwei Konsolen ist aber frei. Auf der Eingangsseite sucht die Journalistin mit „Ctrl F“ Sunnegg und sieht, dass ihr Bus um 9.40 Uhr in den 3 km entfernten Weiler fahren würde. Weil sie nicht unpünktlich sein will, entscheidet sie sich fürs Taxi, da sie hofft, nach dem Interview noch einen gemütlichen Spaziergang runter nach Seestadt machen zu können. Um 9.25 Uhr hält das Taxi vor dem Haus ihrer Interviewpartnerin.

## 6.2 Fall 2: Familie Mustermann auf Velotour

<b>Ort</b>	Heiriswil, 4'000 Einwohner, Lokalbahnhof an der Thurtallinie
<b>Kunde</b>	Familie Mustermann, Mutter, Vater, zwei schulpflichtige Kinder, mit dem Fahrrad vom Bodensee her angekommen; Autofahrerfamilie mit wenig ÖV- und Veloausflugs-Erfahrung
<b>Zeit</b>	Dienstagabend kurz vor 17.00 Uhr
<b>Infobedürfnis</b>	Familie Mustermann sucht eine Unterkunft, da sie sich wegen einer Velo-Panne verspätet hat und die vorgeplante Unterkunft nicht erreicht. Ausserdem sucht sie für den nächsten Tag eine Reparaturwerkstätte, um die Reparatur an einem der Kindervelos ausführen zu lassen. Während das Velo repariert wird, würde sie sich gerne etwas Ortstypisches ansehen.
<b>Vorgehen</b>	Im übersichtlichen, kleinen Lokalbahnhof hat Familie Mustermann die MobilCenter-Konsole ohne Probleme gefunden. Auf dem Bildschirm leuchtet (anders als beim Zugriff über den PC zuhause) bereits die lokale Seite auf. Auf einen Blick ist das Bahnhofsequipment sichtbar (keine Velostation, aber Schliessfächer, lokales Taxi vorhanden, Rail-Link-Angebot in der 6 km entfernten Kleinstadt). Die Einstiegsseite weist ausserdem auf die Lage von Heiriswil zwischen Velolandroute 2 (Rhein) und 5 (Mittelland) samt Wegführung hin. Mit einem Klick bekommt Mutter Mustermann die kleine Liste der Hotels. Die Familie entscheidet sich für die Pension, die noch ein grosses Viererzimmer frei hat. Sohn Mustermann klickt sich zu den lokalen Sehenswürdigkeiten weiter und erfährt, dass es ein attraktives Schloss mit Lokalmuseum (am Mittwochmorgen nicht geöffnet) und in der Nähe auf einer lauschigen Anhöhe eine eindruckliche Sammlung erratischer Blöcke der letzten Eiszeit gibt. Die Familie wird am Mittwochmorgen mit einem Mietvelo des Händlers für die Tochter zu den erratischen Blöcken fahren und gegen Mittag wieder auf die ursprüngliche Veloroute 5 einschwenken.