

Projet de recherche sur la mobilité combinée Evaluation de la demande pour des solutions innovantes

Evaluer la demande des personnes vivant dans la périphérie des agglomérations pour des solutions innovantes en matière de transports publics, tel était l'objectif du projet de recherche mené par le Centre de Transport (TraCE) de l'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) pour CarPostal Suisse. Dans le cadre du projet OPTIMA, une première enquête avait été effectuée auprès de la clientèle en 2010. Les résultats de la deuxième enquête tiennent compte de ceux de la première (cf. Dossier Mobilservice Optima 2011) et approfondissent les nouveaux besoins spécifiques de la clientèle. Parmi les principaux résultats issus de cette étude, on observe, d'une part, un besoin explicite d'informations en temps réel et, d'autre part, le souhait de voir améliorer l'offre existante, notamment pour «le premier et le dernier kilomètre». De manière générale, les résultats obtenus montrent que la clientèle souhaite disposer d'une offre de mobilité plus flexible. Ces services permettraient de capter une nouvelle clientèle, principalement des automobilistes. Par ailleurs, CarPostal démontre sa volonté d'agir avec le lancement du réseau de vélos en libre-service (VLS) PubliBike en 2011 et par l'acquisition très récente de la société velopass, devenant ainsi leader sur le marché suisse des VLS.
(Langues: français, allemand)

Pour plus d'informations

EPFL Transportation Center TRACE, Projet OPTIMA

<http://transport.epfl.ch/optima>

Dossier Mobilservice «Etude sur le potentiel de développement des bus périurbains»

www.mobilservice.ch/mobilservice/akten/mobilitaet/news-datenbank.html?&fa_view_generalfolder_module_1990

EPFL-Forschungsprojekt zur kombinierten Mobilität Neue ÖV-Kunden durch Flexibilität und innovative Lösungen

Ziel des Forschungsprojekts des Transportation Center der EPFL war es, neue Kundenwünsche der Bewohner von Randgebieten der Agglomerationen bezüglich innovativer Lösungen im öffentlichen Nahverkehr zu erfassen. Im Rahmen des Projektes OPTIMA wurde im Auftrag von PostAuto Schweiz bereits 2010 eine erste Kundenumfrage durchgeführt (vgl. untenstehendes Mobilservice-Dossier). Aufbauend auf den Resultaten der ersten Befragung liefert nun diese zweite Befragung einen vertieften Einblick in die spezifischen Kundenbedürfnisse. Die Untersuchungen zeigen neben einem starken Bedürfnis nach Echtzeitinformationen auch den Wunsch nach einer Verbesserung des bestehenden Angebots und dies speziell für die „erste und letzte Meile“ auf. Entsprechende neue Dienstleistungen könnten den Wunsch nach mehr Flexibilität im Mobilitätsangebot erfüllen, womit neue Kunden, insbesondere Autofahrer, gewonnen werden könnten. PostAuto lässt den Worten bereits Taten folgen: mit der Lancierung des BikeSharing-Netzes PubliBike 2011 sowie der kürzlich erfolgten Übernahme des BikeSharing-Anbieters velopass, wird sie zur grössten Schweizer BikeSharing-Betreiberin. (Sprache: fr, de)

Weitere Informationen:

EPFL Transportation Center TRACE, Projekt OPTIMA

<http://transport.epfl.ch/optima>

Dossier Mobilservice „EPFL-Studie zum Potenzial der kombinierten Mobilität in Agglomerationen“:

www.mobilservice.ch/mobilservice/dossiers/mobilite/tous-dossiers-mobilites.html?&fa_view_generalfolder_module_1990

01.05.2012



Forschungsprojekt EPFL

Ergebnisse zweite Befragungsrunde: neue Kundenwünsche

Im Rahmen eines dreieinhalb jährigen Forschungsprojektes (2009-2012) klärt das Transportation Center der Ecole Polytechnique Fédéral de Lausanne (EPFL) im Auftrag der Schweizerischen Post, ab, wie die PostAuto Schweiz AG ihr Angebot noch stärker im Sinne der kombinierten Mobilität weiterentwickeln kann. Nach einer ersten breiten Kundenbefragung von 2010 liegen nun die Ergebnisse der zweiten Befragung vor, welche aufbauend auf den Resultaten der ersten Befragung die neuen spezifischen Kundenbedürfnisse untersucht. Dabei haben sich einerseits das klare Bedürfnis nach Echtzeitinformationen und andererseits der Wunsch nach einer Verbesserung des bestehenden Angebots, insbesondere für die «erste und letzte Meile» gezeigt. Insgesamt unterstreichen die Resultate das Kundenbedürfnis nach mehr Flexibilität im Mobilitätsangebot.

1. Resultate der zweiten Befragungsrunde

1a. Resultate zu neuen Informationsangeboten

In der ersten Befragung wurde festgestellt, dass das Wissen um Netz und Fahrplan in den von PostAuto bedienten Regionen lückenhaft ist. Deshalb sind bei der zweiten Befragung die folgenden personalisierbaren Informationsangebote abgefragt worden:

1. Schlüsselanhänger: Ein kleiner portabler Anhänger mit aktuellen Fahrplaninformationen
2. Widget: Aktuelle Fahrplaninformationen auf dem Computer-Desktop
3. SMS-Alarm: Informationen über Verspätungen auf ausgewählten Linien
4. Heimgerät: Zusammen mit anderen Anbietern wird ein Heimgerät mit öV-spezifischen und weiteren Informationen angeboten.
5. Fahrplanapplikation für Smartphones

Insgesamt zeigt die Umfrage ein grosses Interesse der Bevölkerung in den von PostAuto bedienten Gebieten an neuen Fahrplaninformationsangeboten über das Mobiltelefon. Das sind insbesondere jüngere Leute, die über kein öV-Abo verfügen, den öffentlichen Verkehr bisher nur punktuell benutzen und den Fahrplan kaum kennen. Die «Fahrplanapplikation für das Smartphone» interessiert vor allem Leute mit höherem Einkommen.

Ein «Widget für den Computer» mit aktuellen Fahrplaninformationen kommt besonders bei kinderlosen Paaren, Gelegenheitsnutzenden des öV sowie Studierenden gut an. Sehr viel weniger der Befragten zeigen dagegen an einem Heimgerät Interesse.

Insgesamt zeigt die Befragung zu den neuen Informationsangeboten zwei Dinge: Erstens hat PostAuto mit dem Fokus auf die Entwicklung eines neuen Angebots für nationale Echtzeitinformationen für Smartphones (NEZI) richtig entschieden. Zweitens wird PostAuto auch in der nahen Zukunft noch verschiedene Informationskanäle für Fahrplaninfos benötigen, um möglichst viele Fahrgäste zu erreichen.

1b. Resultate zu neuen Mobilitätsangeboten für den Alltag

Die erste Befragung hat gezeigt, dass es ein Bedürfnis für neue Angebote der «ersten bzw. der letzten Meile» gibt. Welchen Nutzen die Befragten sich von derartigen neuen Angeboten versprechen und was für einen Einfluss diese auf das individuelle Mobilitätsverhalten haben, wurde nun bei der zweiten Befragung konkret untersucht. Dazu sind die folgenden neuen Mobilitätsangebote abgefragt worden:



1. Verbessertes Grundangebot: PostAuto-Angebot mit erhöhten Frequenzen sowie längeren Betriebszeiten
2. Rufbus: Ergänzend zum Grundangebot von PostAuto kann zu Randzeiten bis 18 Uhr am Vortag ein Kurs gebucht werden, der die regulären Haltestellen nach persönlicher Zeitvorgabe bedient.
3. Nachbarschaftsservice: Ein Transportservice von der Haustüre bis zur nächsten Haltestelle und umgekehrt kann bis eine Stunde vor Abfahrt reserviert werden.
4. Transportgarantieversicherung: Im Falle von Verspätungen oder Unterbrüchen kann auf Abruf ein Transportservice nach Hause bestellt werden.
5. Nachttaxi: Es handelt sich um ein Sammeltaxiangebot für den Abend und die Nacht nebst dem regulären PostAuto-Angebot.
6. E-Bike im Selbstverleih: Produkt analog PubliBike

Die Auswertung der Befragung zeigt drei Handlungsfelder auf:

Vorhandenes Marktpotenzial: Die Befragten bewältigen heute ihre Mobilität zu rund 70% mit dem Auto und zu rund 30% mit dem öV. Mit einem «verbesserten Grundangebot» kann der öV gegenüber dem MIV bis zu 14% gewinnen. Ein das heutige Grundangebot ergänzender «Nachbarschaftsservice» kann mit einem fixen Abopreis sogar zwischen 13-15% Marktanteile gewinnen. Der «Nachbarschaftsservice» schliesst das bisher fehlende Glied in der Mobilitätskette und kommt dem eigenen Auto am nächsten. Beide Angebote reduzieren die Marktanteile des MIV markant. Während die Befragten auf Preiserhöhungen für ein «verbessertes Grundangebot» wenig preissensitiv reagieren, ist der Erfolg eines «Nachbarschaftsservices» dagegen stark abhängig vom Preis. Allerdings fehlt zur Zeit ein aussichtsreiches Geschäftsmodell für einen Nachbarschaftsservice, welches substanziell durch die Fahrgäste getragen würde.

Unterschiedliche Kundentypen haben unterschiedliche Bedürfnisse: Auf die neuen Mobilitätsangebote reagierten die verschiedenen Kundentypen in den untersuchten PostAuto-Regionen unterschiedlich.

- «Nachbarschaftsservice»: 17% der Befragten äussern die Absicht mit einem solchen Service auf das Zweitauto zu verzichten. Dieser Service bietet die attraktivste Alternative zum Zweitauto. Angesprochen fühlen sich besonders die Kundentypen der so genannten «nicht integrierten Autofahrenden». Das ist ein Kundentyp, der noch kein passendes öV-Angebot gefunden hat. Auch dem Kundentyp der eher «nachbarschaftlich Orientierten», die nur gelegentlich den öV nutzen, gefällt dieser Service. Dagegen spricht der Kundentyp der «überzeugten Autofahrenden» kaum auf diesen Service an. Die räumliche Auswertung der Befragung zeigt, dass ein «Nachbarschaftsservice» in der Westschweiz, speziell im Kanton Waadt am erfolgversprechendsten ist.
- «Verbessertes Grundangebot»: Der Kundentyp der «überzeugten öV-Nutzenden» begrüsst einen weiteren Ausbau des öV-Angebots überall dort am meisten, wo es bereits ein gutes öV-Angebot gibt. Allerdings sieht dieser Typ in der Region Aarau-Basel-Olten, wo das öV-Angebot bereits sehr gut ist, darin keinen zusätzlichen nutzen. Bei diesem Kundentyp kommt ein «verbessertes Grundangebot» besser an, als ein Nachbarschaftsservice.
- «Rufbus-Angebot»: Über alle Kundentypen hinweg zeigt sich, dass ein Ausbau dieses Angebots in der Westschweiz und besonders im Kanton Waadt gut ankommen würde. Analog den Ergebnissen für ein «verbessertes Grundangebots» sehen die Kunden an Orten, wo der öV aber schon sehr gut ausgebaut ist, darin keinen zusätzlichen Nutzen.

Abos treiben die Nachfrage: Die geäusserten relativ hohen Zahlungsbereitschaften für Jahres-Abos der abgefragten neuen Mobilitätsangebote zeigen, dass diese ein Mittel zur Steigerung der Nachfrage sind.

- *E-Bike im Selbstverleih:* Hochgerechnet sind 20% der Bevölkerung bereit, einen substanziellen Jahresbeitrag für den Zugang zu einem «E-Bike-im Selbstverleih» zu bezahlen. Das grösste Interesse zeigen dabei unverheiratete Eltern in bereits gut mit öV erschlossenen Agglomerationen und Befragte, die bereits als Kind mit dem Fahrrad zur Schule gefahren sind.



- *Nachbarschaftsservice*: Ein Potenzial für Abos zeigt sich auch beim «Nachbarschaftsservice». In einem Feldversuch müsste im folgenden die tatsächliche Zahlungsbereitschaft abgeklärt werden.
- *Nachttaxi*: Ein zusätzliches «Nachttaxi-Abo» kommt besonders im Wallis bei «überzeugten öV-Nutzenden», jungen Leuten sowie gut ausgebildeten Kaderleuten gut an.
- *Rufbus*: Ein ergänzendes «Rufbus-Abo» mit individuellen Fahrzeiten ist besonders für Familien mit Kindern in Regionen mit geringer öV-Erschliessung attraktiv. Das neue «Rufbus-Angebot» erscheint 11% der Befragten als Option, um auf das Zweitauto zu verzichten, während dies 17% beim «Nachbarschaftsservice» angaben.
- *Transportgarantieversicherung*: Dieses Angebot kommt vor allem bei «überzeugten Autofahrenden» gut an, die in den äusseren Agglomerationen leben.

1c. Untersuchungsrahmen

Insgesamt sind aus den gewonnen Erkenntnissen der ersten Umfrage (s. Pt. 3) zwei wesentliche Handlungsfelder hervorgegangen. Erstens sind dies neue Informationsservices und zweitens ergänzende Mobilitätsangebote, speziell für die „erste Meile“. In einer zweiten Befragung sind nun Akzeptanz und Mehrwert von solchen neuen Angeboten befragt worden. Alle befragten neuen Informationsservices und Mobilitätsangebote sind von der EPFL in direktem Austausch mit PostAuto entwickelt worden. Dabei sind auch Ideen für Services und Angebote eingeflossen, die bereits von PostAuto entwickelt worden waren.

Von den rund 2000 Antwortenden auf die erste Umfrage haben sich 642 Personen bereit erklärt, an der zweiten Befragung teilzunehmen. Letztlich haben 504 Personen den Fragebogen der zweiten Befragung ausgefüllt, was einer Rücklaufquote von 78% entspricht. Damit die Befragten auf möglichst reale Alternativen antworten konnten, sind sämtliche Fragen zu neuen Mobilitätsangeboten an die individuellen Streckenangaben und Mobilitätsgewohnheiten aus der ersten Befragung angepasst worden. Die Befragten haben dementsprechend bei der zweiten Befragung individuell zugeschnittene Fragebögen erhalten. Im Vordergrund standen Fragen zu Akzeptanz und der geschätzten Zahlungsbereitschaft für neue Abonnemente sowie (erste und letzte Meile-)Angebote des öffentlichen Verkehrs. Dabei wurde auch das jeweilige Potenzial als Ersatz für das Zweitauto abgefragt.

Die Antworten wurden nach sozioökonomischen Merkmalen wie Alter, Bildung, Einkommen sowie den in der ersten Befragung identifizierten Mobilitätstypen modelliert. Die im Bericht ausgewiesenen Zahlungsbereitschaften sind explizit als Tendenzen zu betrachten. Diese ergeben sich aus den von den Befragten geäusserten Kaufabsichten. Allfällige Käufe werden erfahrungsgemäss tiefer ausfallen. Insgesamt hat die regionale Verteilung der Antwortenden nahezu der ersten Befragung entsprochen. Allerdings hat sich eine Überrepräsentation von Personen mit höherer Ausbildung und ein tendenziell höherer Anteil von «überzeugten öV-Nutzenden» gezeigt. Dies weist auf eine höhere Sensibilität dieser Gruppen für öV- und Transportbelange hin.

2. Schlussfolgerungen und Massnahmen

Die vorliegenden Resultate bekräftigen die Resultate der ersten Befragung. Von PostAuto ist in Zukunft noch mehr Flexibilität bei den Angeboten gefragt. Die zunehmend individualisierte Lebensgestaltung manifestieren sich in einem sehr individuellen Mobilitätsverhalten. Der Wunsch nach spontanen Reismöglichkeiten ist hoch.

Einerseits äussern dies die Befragten mit dem Wunsch nach rasch und mobil verfügbaren Echtzeitinformationen für und während der Fahrt. Andererseits besteht das Bedürfnis nach Angeboten mit höherer zeitlicher Abdeckung und Kadenz sowie für die «erste und letzte Meile». Dadurch werden in den Augen der Befragten sowohl relevante Alternativen zum Zweitauto geschaffen, als auch Angebote, die ein spontanes Reisen ermöglichen.

Nebst der weiteren Optimierung der bestehenden Kerndienstleistungen gilt es in Zukunft die ergänzenden Informationsangebote auszubauen und auch zusätzlich kostendeckende Transportservices für die «erste Meile» weiter zu prüfen.



3. Bisherige Resultate aus dem Forschungsprojekt

Im Fokus des 2009 gestarteten Forschungsprojekts stehen die Fragen, wie Kunden und Nichtkunden in den von PostAuto bedienten nahen und weiteren Agglomerationen unterwegs sind und welche Verbesserungen gewünscht werden. Ziel ist es, das Angebot mit neuen Lösungen kundenorientiert im Sinne der kombinierten Mobilität weiter zu entwickeln. Das Transportation Center der EPFL ist diese komplexe Fragestellung unter Mitarbeit von drei Lehrstühlen aus soziologischer, räumlicher und mathematischer (Modellierung) Sicht angegangen. Der Start ist mit einer Literaturrecherche zur kombinierten Mobilität erfolgt. Wie individuell das Mobilitätsverhalten ist, hat darauf eine qualitative Untersuchung mit 20 ausgewählten Personen gezeigt. Diese waren mehr als eine Woche mit einem GPS unterwegs, das jede Wegstrecke erfasst hat. Zusammen mit nachträglich geführten Interviews ist es dadurch gelungen, die sehr unterschiedlichen Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl heraus zu schälen. Diese Erkenntnisse haben es ermöglicht, eine breit angelegte Umfrage in 57 Ortschaften mit über 20'000 Haushalten zu starten, die quantitativ ausgewertet worden ist. Im Zentrum der Untersuchung ist dabei im wesentlichen das Mobilitätsverhalten und der individuelle Kontext der Mobilität gestanden. Nebst den Eckwerten für die Weiterentwicklung von PostAuto liegt nun auch eine repräsentative und differenzierte Segmentierung der Bevölkerung nach Mobilitätstypen in den von PostAuto bedienten näheren und weiteren Agglomerationen vor. Aus Kundensicht wird die Kerndienstleistung von PostAuto noch kundenfreundlicher, wenn die folgenden Einzelelemente des Angebots weiter verbessert sowie deren Zusammenspiel noch weiter verfeinert werden:

- Eine Linie muss über 13 Kurspaare verfügen, um Pendlerbedürfnisse zu genügen;
- Direktverbindungen in die Zentren stehen zur Verfügung;
- Eine Haltestelle ist in max. 10-12 Minuten zu Fuss erreichbar;
- Der Fahrplan ist noch besser bekannt;
- Die Anschlüsse sind im Sinne von durchgängigen Mobilitätsketten gewährleistet.

Ausser diesen Schlüsselementen des Angebots ist u.a. auch klar geworden, was für einen Stellenwert die Kerndienstleistung von PostAuto innerhalb der Mobilitätsketten bei den verschiedenen Mobilitätstypen hat und wie unterschiedlich die Zahlungsbereitschaft für öV und MIV ist. Dabei hat sich gezeigt, dass das fehlende Glied einer nachhaltigen Mobilitätskette die «erste bzw. letzte Meile» ist. Die «erste Meile» wird dabei in den von PostAuto bedienten Ortschaften in den näheren oder weiteren Agglomerationen als erste oder als letzte Wegstrecke zur oder von der öV-Station verstanden. Demgegenüber bezeichnet die «letzte Meile» die letzte Wegstrecke zumeist in den Agglomerationen von der öV-Station beispielsweise zu Arbeit, Einkauf oder Freizeit. Im Unterschied zu den Städten verfügen die von PostAuto bedienten Ortschaften in der Regel über keinen Zubringer bzw. kein «erste Meile» -Angebot zu den Haltestellen. Umgekehrt zeigte sich, dass das neue Ergänzungsangebot PubliBike für die «letzte Meile» insbesondere in den Agglomerationen einem regen Kundenbedürfnis entspricht.

Herausgeberin und Auskunftsstelle

PostAuto Schweiz AG
Entwicklung und Mobilitätslösungen
Belpstrasse 37
3030 Bern
Telefon: 058-3387354
E-Mail: gregor.ochsenbein@postauto.ch



PubliBike
Belpstrasse 37
3030 Bern

PostAuto kauft velopass

26.4.2012

Die PostAuto Schweiz AG hat die velopass GmbH mit Sitz in Lausanne gekauft. Damit wird PostAuto zur neuen Nummer eins im Schweizer Bikesharing-Markt und festigt seine starke Position als Anbieter von kombinierten Mobilitätsdienstleistungen. Mit der Übernahme entsteht ein nationales Netz zur Selbstausleihe von Velos, das mit ein und derselben Abokarte genutzt werden kann.

PostAuto kauft 100 Prozent der velopass GmbH. Die Lausanner Firma ist derzeit die grösste Bikesharing-Anbieterin in der Schweiz und unterhält elf Netze zur Selbstausleihe in über 20 Städten in der Westschweiz und im Tessin. Die neun Angestellten von velopass, darunter der Geschäftsführer, behalten ihre Stelle und Funktion. Die bestehende Infrastruktur bietet eine verlässliche Basis, um das Netz weiter auszubauen. Die Partnerschaft ist die logische Folge der engen Zusammenarbeit, die beide Unternehmen seit November 2010 im Zentralwalliser Netz (Sitten) erfolgreich pflegen.

Schweizweite Lösung

PostAuto freut sich über den Kauf eines erfahrenen und in der Schweizer Velowelt gut verankerten Unternehmens. Mit dem Kauf übernimmt PostAuto zusammen mit PubliBike die nationale Marktführerschaft im (E-)Bike-Sharing. Nach der Eröffnung der ersten PubliBike-Stationen in Luzern, Brig, Solothurn, Basel, Frauenfeld, Winterthur und Kreuzlingen ist diese Akquisition ein weiterer Schritt hin zur Integration der «letzten Meile» in die Mobilitätskette. Der Kauf schafft zudem einen Mehrwert im Vergleich zum aktuellen Angebot für den öffentlichen Verkehr in der Schweiz: Nutzerinnen und Nutzer der velopass- und PubliBike-Netze können fortan in der ganzen Schweiz Velos mit ein und derselben Abokarte ausleihen. Dank dieser Annäherung und Vereinbarkeit der beiden Systeme profitieren die Kunden von einem erweiterten Angebot.

velopass

Die Firma velopass wurde im Dezember 2009 gegründet. Sie verfügt über ein erweiterbares Netz an Verleihstationen und ist in den Westschweizer und Tessiner Agglomerationen gut etabliert. Mit ihrem Angebot richtet sie sich gleichermaßen an Pendler, Städtebewohner sowie an Touristen. Dank der sehr guten Vernetzung in der Schweizer Velowelt bietet sie ihr System Gemeinden ebenso wie Privatunternehmen an. Velopass betreibt 80 Stationen in über 20 Städten und besitzt mehr als 800 Velos. Seit der Einführung der ersten Stationen registrierte das Unternehmen über 254 000 Ausleihen und zählt heute mehr als 11 000 Abonnenten.

Weitere Informationen unter www.velopass.ch

PubliBike

Mitte August 2011 eröffnete PostAuto gemeinsam mit der SBB und Rent a Bike die erste PubliBike-Station in Luzern. Seither konnten weitere Stationen in Brig, Solothurn, Basel, Frauenfeld, Winterthur und Kreuzlingen in Betrieb genommen werden. Weitere Stationen sind im Laufe des Jahres in Delsberg, Rapperswil und Zürich geplant. PubliBike hat zum Ziel, ein landesweites System einzuführen, das eine grosse Anzahl an Stadtnetzen vereint (mit mehreren Stationen pro Ort). Kundinnen und Kunden sollen mit einer elektronischen, schweizweit gültigen Karte ein Velo oder E-Bike ausleihen können. Diese Karte kann einfach und sicher an allen PubliBike-Stationen in der Schweiz eingesetzt werden und ist kompatibel mit anderen nationalen Veloselbstausleihsystemen.

Eine Dienstleistung von

