

Zusammenfassung Workshop 1.1 *Internationaler Städtevergleich*

Datum	17.04.2012
Ort	Technopark, Zürich
Dokument	Zusammenfassung Workshop 1.1
Version	1.0
Autor	Dor
Vorgabe	Maximal 1 Seite DIN A4

Erfahrungen und Erfolgsfaktoren

Das Mobilitätsmanagement (MM) ist in den städtischen Verwaltung unterschiedlich fest verankert: In **St. Gallen** stehen diesbezüglich keine Ressourcen zur Verfügung, sodass lediglich kleinere Massnahmen umgesetzt und in der Presse kommuniziert werden. In **Basel** werden unter dem Label "*Basel unterwegs*" beispielsweise Velostadtpläne zugänglich gemacht oder gezielt Kinder und Jugendliche angesprochen. Die Städte haben auch unterschiedliche Ausgangslagen: In Basel und **Graz**, aber auch in **Winterthur** ist der Anteil des Velos bereits heute relativ hoch. Spezifische Randbedingungen und Grenzen des MM sind beispielsweise die Lage einer Stadt (Basel im Dreiländereck), die lokalen Pendlerbeziehungen (in Basel teils international) sowie die Topographie. **Allgemein** wird aber festgestellt, dass es eine breite Zustimmung und Akzeptanz der Bevölkerung für Massnahmen zur öV-Förderung (Bevorzugung und Priorisierung) sowie des Fuss- und Veloverkehrs gibt. **Erfolgsfaktoren** für erfolgreiches MM sind z.B. eine gesamtheitliche Betrachtung von Regionen, eine gute Vernetzung und enge Zusammenarbeit, ein hoher Grad an Expertenwissen in Fachgremien kombiniert mit Grundlagenkenntnissen bei den Entscheidungsträgern, die Konzentration von Verantwortlichkeiten in einzelnen Verwaltungseinheiten sowie innovative MM-Ideen.

Städte und ihr Umland

Insbesondere mit Blick auf die Umsetzung der Städteinitiative wird festgestellt, dass die Möglichkeiten der Städte zur Beeinflussung vom Verkehrsaufkommen, -bewusstsein und -nutzung beschränkt sind und das Augenmerk zusätzlich auf die Agglomerationen zu richten ist, welche oftmals kritischer gegenüber öV-Förderungsmaßnahmen sind. **Graz** wird beispielsweise in das Gesamtverkehrskonzept der Region Steiermark eingebunden, wodurch Massnahmen zur Erreichung verkehrspolitischer Ziele und Vorgaben in Abstimmung mit dem Umland angestrebt werden. In **München** findet eine Regionalplanung im Sinne von Agglomerationsprogrammen nicht statt. Es werden vielmehr Expertenkreise geschaffen und somit Kontakte aufgebaut, die eine Kooperations- und Konsenskultur ermöglichen.

In der **Schweiz** sind Agglomerationsprogramme wichtige Instrumente zur koordinierten Verkehrs- und Siedlungsentwicklung, die auch MM-Massnahmen enthalten. Auch wenn eher grosse Leuchtturmprojekte im Vordergrund stehen, so wird eine Zusammenarbeit von Regionen gefördert und Signale für gemeinsame, koordinierte Strategien gesetzt.

Verwaltung und Politik

Die Planungshorizonte zur Planung und Umsetzung verkehrspolitischer Massnahmen verlaufen nicht immer synchron zwischen der Politik und der städtischen Verwaltung. Dies kann mitunter zu Änderungen der strategischen Ausrichtung führen.

In der **Schweiz** sind die Verfassung und vom Stadtrat beschlossene Strategien die Grundlagen der städtischen Verkehrspolitik. **Zürich** hat bereits vor über 10 Jahren eine Mobilitätsstrategie erarbeitet, die auch über mehrere Legislaturperioden konsequent weiterverfolgt und teilweise umgesetzt wurde. In der **Steiermark** (Österreich) wurde die Erfahrung gemacht, dass die Politik (im Rahmen der jeweiligen Kompetenzen und Wirkungsbereiche) Ausrichtungen und Entscheide umstösst.

Mobilität in Unternehmungen

In **München** wurden durchschnittlich mässige Erfahrungen mit dem Förderprogramm zur Mobilitätsberatung von Unternehmungen gemacht. Eine hohe Wirtschaftlichkeit (Ressourceneinsatz und Erfolge) war nicht flächendeckend gegeben, wenn auch in Einzelfällen sehr gute Resultate erzielt wurden. Diese sind jedoch nicht prognostizierbar und Masseneffekte wurden im Gegensatz zum Programm "*Gscheid mobil*" nicht erzielt. Letzteres wird daher als wesentlich vorteilhafter angesehen. Mobilitätsmassnahmen in Unternehmen sind aber ein Standbein des MM.

In der **Schweiz** sind die Erfahrungen in den grossen Städten gut (z.B. Forum Urbane Mobilität) und umfassen im Wesentlichen sowohl Push- als auch Pull-Massnahmen. Gerade grosse Unternehmungen sind oft innovativ und auch initiativ bei der Umsetzung von MM-Massnahmen. Im Rahmen des Programms „Mobilitätsmanagement in Unternehmen“ werden die geplanten und erzielten Wirkungen gemessen.



Mobilitätssalon Zürich, Workshop 1.2 Einbettung von Mobilitätsstrategien in Gemeinden

Bericht des Moderators (Michael Bützer) zum Ablauf und den Diskussionen

Fabienne Perret und Lorenz Raymann haben im Rahmen eines Treffens zur Vorbereitung dieses Workshops das Thema mit ausgewählten Gemeinden vorbesprochen und sechs Thesen formuliert, die den roten Faden für die Diskussionen zur Einbettung von Mobilitätsstrategien in Gemeinden unter den rund 20-25 Teilnehmern bildeten (Präsentationen und Teilnehmerliste im Anhang). Nach einer kurzen Einführung durch den Moderator wurden die Begrifflichkeiten und die Thesen durch ein Inputreferat von Fabienne Perret eingeführt. Zur Illustration der Bedeutung der Thesen folgten die Herren Bösch aus der Stadt Dietikon und Tonascia aus der Gemeinde Freienbach mit zwei kurzen Praxisbeispielen aus ihren Gemeinden. Provokativ wurde die Frage in den Raum gestellt, ob Mobilitätsstrategien notwendig oder überflüssig sind.

Die Diskussionen verliefen zunächst recht zögerlich, waren aber insgesamt doch interessant. Zu den vorgestellten Thesen gab es keine grundlegenden Einwände oder gegenteilige Bemerkungen. Eine Schwierigkeit beim Festlegen von Mobilitätsstrategien bezieht sich sicherlich auf die nötige Überzeugungsarbeit bei den Politikern, sich auf konkrete Ziele festzulegen. Allerdings ist es für Gemeinden mangels eindeutiger Datengrundlagen und Definitionen auch schwierig, beispielsweise einen gewünschten Ziel-Modalsplit festzulegen und diesen regelmässig zu überprüfen.

Die Grösse und Organisationsform einer Gemeinde beeinflussen die Ausarbeitung und Form von Mobilitätsstrategien. In Parlamentsgemeinden können und sollen Politiker eine wichtige strategische Rolle für koordinierte Mobilitätsstrategien ausüben (z.B. Dietikon). Kleinere Gemeinden haben oftmals einen Beratungsbedarf für die Erarbeitung von Strategien. Ebenso wichtig scheint in dieser Beziehung jedoch die (geografische) Lage einer Gemeinde zu sein: liegt eine Gemeinde in der Nähe eines Zentrums oder in einer Agglomeration, werden Mobilitätsfragen viel eher aufs politische Tapet gebracht als in ländlichen Gemeinden.

Das Thema Mobilität in Gemeinden wird von den Kantonen sehr unterschiedlich angegangen. In Bern werden Mobilitätsfragen in Gemeinden im Rahmen der kantonalen Energiestrategie diskutiert und gefördert, während beispielsweise im Kanton Schwyz der Druck insbesondere von den Ausserschwyzer Gemeinden ausgeht. Im Kanton Aargau werden Gemeinden (und Unternehmen) bei der Umsetzung der kantonalen Verkehrspolitik bei Mobilitätsfragen gezielt unterstützt, während in der Region St. Gallen der Impuls für eine aktive Mobilitätspolitik durch das Agglomerationsprogramm des Bundes kam.

Generell sind die Auslöser für kommunale Aktivitäten im Mobilitätsbereich oft extern und sehr vielfältig (z.B. EnergieSchweiz, Grossprojekte, Aggloprogramme, Wachstumsprobleme) und hängen nicht zuletzt auch in entscheidender Weise von Personen ab: ein motivierter Gemeinderat oder -präsident liefert oftmals die entscheidenden Impulse. Eine dauerhafte politische Unterstützung ist für die Beständigkeit kommunaler Mobilitätspolitiken entscheidend, allerdings dürfte einzig die rechtliche Verankerung von Mobilitätsvorgaben in der Ortsplanung eine nachhaltige Verbindlichkeit garantieren.

Die politisch angestrebte Energie- und Klimawende verlangt schliesslich nach einem Bewusstseinswandel bei allen Beteiligten. Gerade die Öffentlichkeitsarbeit kann erheblich erleichtert werden, indem aufgezeigt wird, welche Mobilitätsziele mit welchen Massnahmen erreicht werden sollen. Denn am Schluss muss die Bevölkerung diese Strategien mittragen und die Massnahmen konkret umsetzen. Einig waren sich grundsätzlich alle Anwesenden, dass ein früher und umfassender Einbezug der Einwohnerinnen und Einwohner schon zu Beginn einer Mobilitätsstrategie unabdingbar ist.

Mobilsalon 2012, WS 1.3 "Umgang mit e-Mobilität in Mobilitätsstrategien"

Elektroverkehr ist nicht neu: Genannt seien Bahn, Tram, Trolleybus, Magnetschwebebahn, Lift, Nutzfahrzeuge mit Elektroantrieb, Segway, Pedelecs, E-Scooter u.a.m. Im Workshop wurden aber primär die neuen Elektroautos und deren Beitrag zur Mobilitätsstrategie diskutiert. Anna Elofsson, Projektleiterin Elektromobilität im ewz, stellte die Aktivitäten und Herausforderungen der Elektrizitätswerke als "Treibstoff"-Anbieter und somit neue Akteure im Mobilitätsbereich vor. Hauptpunkte waren die mit Renault, m-way u.a. gemeinsam entwickelte Ökostrom-Vignette sowie die Studie zum Bedarf von Ladeinfrastrukturen in der Stadt Zürich. Franco Sigillo, BDM bei m-way, gab einen Überblick über die vielfältigen Aktivitäten von m-way als Vermittler von Produkten (E-Autos wie E-Bikes), von Service-Angeboten im Software-Bereich wie z.B. eine Carsharing-Plattform, oder Beratungsdienste für eine vernetzte Mobilität. Jörg Sigrist, Brand Manager für Zero Emission Fahrzeuge bei Renault Suisse SA, zeigte Beispiele der immer grösser werdenden Palette an Elektroautos, welche 2012 auf den Markt kommen. Interessant der Kangoo, ein kleiner Lieferwagen, der das Angebot an Nutzfahrzeugen erweitert, in einem Verkehrsbereich also, wo es auch zukünftig kaum Alternativen zum MIV geben wird. J. Sigrist erläuterte die Anschaffungskosten, die beim E-Auto noch rund 3-4000 Fr. höher als beim herkömmlichen Auto liegen, dafür sind die Betriebskosten niedriger. Renault vermietet die Batterien und übernimmt damit die Verantwortung und das Risiko.

In der Diskussion kamen die Chancen und Risiken zur Sprache, u.a. die positiven Auswirkungen auf Klima, Umwelt und Lebensqualität - und auf ein möglicherweise sich änderndes Verkehrsverhalten (multimodales Verhalten, Carsharing statt Besitz, E-Autos und E-Velos als "Feeder" zum ÖV etc). Die Elektromobilität löst aber die klassische Aufgabe der Verkehrsplanung im urbanen Umfeld nicht, nämlich die (Strassen-)Raumverteilung aufgrund der knappen Platzverhältnisse. Der Zürcher Stadtrat hat in seiner 2010 beschlossenen Teilstrategie "Elektromobilität" (www.stadt-zuerich.ch/mobilitaet) explizit darauf hingewiesen, dass die Förderung von E-Autos der Substitution von herkömmlichen Autos, resp Fahrten mit solchen, dienen soll und den ÖV, Fuss- und Veloverkehr nicht konkurrenzieren darf. Auch der Vermeidung oder zumindest der Verminderung des Rebound-Effektes ist die nötige Aufmerksamkeit zu schenken.

Die Elektromobilität wird kommen, die Frage ist: wie rasch. In diesem Zusammenhang wurden auch die Ladestationen ausführlicher diskutiert. Der Bedarf an Lademöglichkeiten soll primär privat gedeckt werden: zu Hause und am Arbeitsplatz. Daneben braucht es aber auch öffentlich zugängliche Ladestationen: in Parkhäusern, beim Einkauf/Restaurant - und im öffentlichen Grund. Das Verhältnis privat/öffentlich liegt in der Grössenordnung von 10:1, je nach Szenario mehr oder weniger. Das bedeutet z.B. für die Stadt Zürich ein prognostizierter Bedarf von 300-2000 Steckdosen im öffentlichen Grund (Parkfelder, Strassen), eine Herausforderung, die politisch noch nicht entschieden ist. Ergänzend braucht es auch einige Schnellladestationen.

Diskutiert wurden weiter die Chancen, die sich für Mobility (und SBB) als Anbieter von kombinierter Mobilität ergeben. Mobility hat bereits einige E-Autos im Einsatz: im Test, um Erfahrungen zu sammeln. So wollen sie nebst der heutigen Tagesmiete auch kürzere Mietzeiten anbieten. Im Workshop wurden zur Förderung der Elektromobilität auch Zufahrts- und Parkierungserleichterungen genannt. Z.B., dass E-Carsharingautos in der Blauen Zone länger parkieren dürfen, damit der nachfolgende Benützer nicht sofort vor Ort sein müsse. Insgesamt ein Workshop mit einer regen und anregenden Diskussion.

Mobilitätsmanagement in Unternehmen (MMU)

- ❖ Allgemeine Informationen zum Programm MMU
- ❖ Resultate aus Zwischenberichte 2011
- ❖ Arbeit mit dem Tool
- ❖ Fazit aus Erfahrungen
- ❖ Ausblick auf Schlussphase bis März 2012

EnergieSchweiz für Gemeinden

Monika Tschannen



Informationen zum Programm « Mobilitätsmanagement in Unternehmen »:

Das Thema wurde im Rahmen einer Pilotdurchführung 2003 vom Bundesamt für Energie lanciert und ab 2005 zusammen mit EnergieSchweiz für Gemeinden als Programm angeboten und durchgeführt.

Ziel ist, die betriebliche Mobilität zu optimieren und damit den effizienten Einsatz der Energie zu verbessern sowie den CO₂-Ausstoss zu reduzieren.

Je nach Art des Betriebes ist der Energieanteil der Mobilität hoch und damit ein relevantes Thema. Diese Relevanz kann auf einfache Weise mit dem Tool mobicheck evaluiert werden: www.mobitool.ch



Mobilitätssalon 2012

3

WS 1.4 ERFA MMU

Organisation und Einstieg in das Programm « Mobilitätsmanagement in Unternehmen »:

EnergieSchweiz für Gemeinden leitet das Programm des Bundesamtes für Energie und arbeitet in der operativen Umsetzung direkt mit Gemeinden bzw. Organisationen zusammen. Gemeinden sind die « natürlichen » Partner der Unternehmen und sie sollen über einen Dialog mit den Unternehmen die durch sie induzierte Mobilität optimieren.

Ziel dabei ist, die Erreichbarkeit und damit die Standortattraktivität zu verbessern, Energie und damit CO₂-Emissionen einzusparen sowie ein bewusster Umgang mit Mobilität zu fördern.

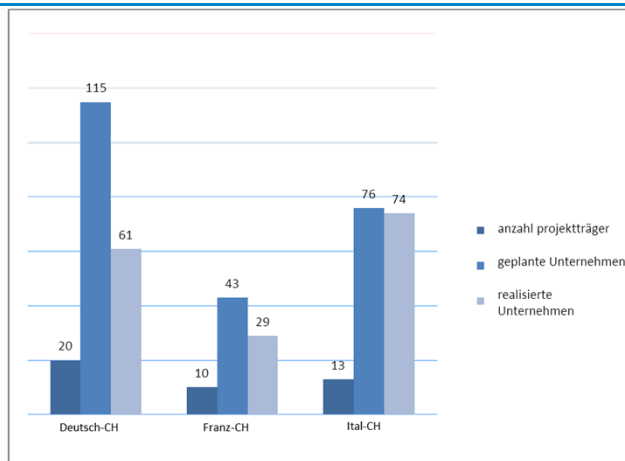
Kontakt für interessierte Partner s.



Mobilitätssalon 2012

4

WS 1.4 ERFA MMU – aktuell mit 43 Partner



Total Projektträger: 43
234 geplante Unternehmen, 164 Unternehmen mit insgesamt 74'000 MA haben eine Analyse gemacht

74'000 Mitarbeitende
aus den Bereichen:
48% aus Privatwirtschaft
19% aus Verwaltungen
33% aus öffentlichen Organisationen

12 Spitäler/Heime machen mit!



Mobilitätssalon 2012

5

WS 1.4 ERFA MMU

Instrument: Analyse- und Evaluationstool

Das Programm MMU stellt allen Programmteilnehmenden und weiteren Interessierten ein Tool zur Analyse, Massnahmenplanung und Evaluation kostenlos zur Verfügung.

Das Tool wird heute in Form eines excel-Tools angeboten und kann direkt heruntergeladen werden unter:

www.mobitool.ch siehe unter Tools

Dr. Gabriel Caduff führt im Workshop durch dieses Tool und gibt nützliche Hinweise für die Benutzung. Siehe dazu auch **Referat von G. Caduff**.



Mobilitätssalon 2012

6

WS 1.4 ERFA MMU

Diskussion und Fazit aus dem Workshop:

- Das Programm ist grundsätzlich erfolgreich unterwegs und eine Verlängerung wird von vielen Seiten begrüsst.
- Für Projektträger ist es nicht immer einfach, Unternehmen zu motivieren und die gewählten Vorgehen und Massnahmen mit dem Tool abzubilden. (s. dazu auch **Referat von Ivo Nanzer**)
- Das Instrument für den Wirkungsnachweis soll deshalb neu als webbasiertes, aus der Perspektive und zum Nutzen der Unternehmen ausgestaltet werden.



7

Mobilitätssalon 2012

WS 1.4 ERFA MMU: nächste Meilensteine im Programm

17.4.12	ERFA MMU Deutschschweiz im Rahmen Mobilitätssalon in Zürich
Mai 2012	1. Rundbrief 2012: Termin- und Aufgabenplan bis Programmende März 2013; Auswertung Zwischenberichte per Oktober 2011
Juli 2012	2. Rundbrief 2012: Anforderungen und Unterlagen für Zwischenbericht per 30.9.2012; Ausblick über Weiterführung Programm MMU
30.9.12	Zwischenbericht 2012: letzter Eingabetermin (Datum Poststempel) für Dokumente, die zum Bezug des Aufbaubeitrags und der 2. Tranche von Fr. 3'000.-- pro Unternehmen berechtigen. Zwischenbericht 2012 und Einreichen Mobilitätsplan je Unternehmen inkl. Information, welche qualifizierten Massnahmen per 30.9.2012 umgesetzt sind sowie Bestätigung, dass Mobilitätsmanagement in Managementsystem integriert wurde.




8

Mobilitätssalon 2012

31.10.12	Alle Projektträger, mit Anspruch auf die zweite Tranche von CHF 3'000.- je Unternehmen, haben diese bis spätestens 31.12.2012 in Rechnung gestellt.
Januar 2013	Programmrundbrief mit Feedback zum Zwischenbericht; Fahrplan für Abschlussarbeiten; Versand der Formulare für Unternehmen (Bestätigung Evaluation und Integration des Mobilitätsmanagements in das Managementsystem des Unternehmens) sowie für Schlussbericht Projektträger
31.3.2013	Letzter Eingabetermin (Datum Poststempel) für Dokumente, die zum Bezug des Aufbaubeitrages und der letzten Tranche von Fr. 1'000.-- pro Unternehmen berechtigen.




Mobilitätssalon 2012

WS 1.4 ERFA MMU: Tipp

Beispiele von qualifizierten Massnahmen

- PP-Bewirtschaftung gekoppelt mit der Auszahlung eines Öko-Bonus
- PP-Bewirtschaftung gekoppelt mit CarPooling Förderung
- PP-Bewirtschaftung
- Verbesserung des öV-Angebots (Haltestelle und Taktfrequenz)
- Einführung und Förderung von work@home und Teleconferencing
- Jobticket
- Velo-Infrastrukturen kombiniert mit Anreizprogramm
- Flottenmanagement / gekoppelt mit CarSharing / ecodrive
- Spesenreglement Förderung öV/LV und kombinierte Mobilität
- Kundenverkehr: Hauslieferdienst / PP-Bewirtschaftung



Mobilitätssalon 2012

WS 1.4 ERFA MMU - FRAGEN

Infos und Anmeldung für Interessierte

EnergieSchweiz für Gemeinden

Monika Tschannen, Leitung Bereich Mobilität
 c/o Rundum) mobil GmbH
 Schulhausstrasse 2
 3600 Thun



Mail: m.tschannen@rundum-mobil.ch
 Phone: 033 334 00 26 mobile: 079 50 90 460



Moderation: Willy Germann, Lehrer, Spielmoderator, a. Kantonsrat

Ziel des Workshops

Die Jugend ist der Schlüssel zu einer menschen- und umweltverträglichen Mobilität von heute und morgen: die Jugend also als heutige und künftige Verkehrsteilnehmer. Zwangsläufig müsste dabei auch die Frage nach der Gesellschaft und der Wirtschaft von morgen gestellt werden, so u.a. nach dem Raumbedarf pro Kopf, der unterschiedliche Mobilität generieren kann. Solche Zusammenhänge auch an in der Bildung aufzuzeigen, müsste Thema eines künftigen Workshops sein.

1. Referat: Karin Wasem

Schule Mobil: - Mobilitätsbildung ist mehr als Verkehrssicherheit, fächerübergreifend. Wissen nur praxisnah. Einführung durch Experten – Arbeit in Gruppen.

2. Referat: Andreas Blumenstein

Clevermobil: Intelligente Mobilität: interdisziplinär, moderierte Lektionen, spannende Arbeitsaufträge

Erfahrungen mit beiden Projekten

Sehr gute Ansätze. Sehr gutes Unterrichtsmaterial, didaktisch geschickt aufgebaut. Aber: Geringe Nachfrage bei Lehrpersonen (LP) und Schulen, geringe Breitenwirkung, Kosten – Nutzenverhältnis stimmt nicht. Controlling fehlt.

Analyse

- a) Lehrpersonen und Schulen werden überflutet mit Angeboten durch Fachpersonen und Fachstellen: von Karies-Prophylaxe bis Abfallunterricht. LP leiden unter Stoffdruck.
- b) Die Mobilitätsbildung darf keinen stofflichen und zeitlichen Zusatzaufwand darstellen, sondern sollte „pfannenfertig“ in den Unterricht und in Schulprojekte integriert werden können. Die Lehrerbildung ist diesbezüglich mangelhaft und praxisfern!
- c) Viele Lehrpersonen sind schlechte Vorbilder als Verkehrsteilnehmer und machen einen Bogen um heisse Themen.
- d) Mainstream ist stärker als Bildung: Die Mobilitätsbildung an den Schulen müsste medial begleitet werden (Marketing der Gemeinden)
Schlechte Gewohnheiten müssten gebrochen werden (Kinder mit Auto zur Schule chauffiert!)
- e) Die Voraussetzungen für eine nachhaltige Mobilität müssten flankierend verbessert werden (Velo)

Schlussfolgerungen, Vorschläge, Resultate des Workshops:

► Mobilitätsbildung zusammen mit Eltern: Frühzeitige Gewöhnung und Sensibilisierung durch Schule.

- Sensibilisierung durch Information und Beratung bei Eintritt in Spielgruppe, Kindergarten und Primarschule sowie bei Ortswechsel.
- Information von Zuwanderern: günstiger Velokauf, Velowege, nahe Freizeitstätten usw.
- Workshops der Klassen zusammen mit Eltern: Fakten, Vorbilder, Sensibilisierung

- ▶ Elternabende u.a. mit einem Mobilitätsthema: Verkehrsinstruktor für Sicherheit und Langsamverkehr auf dem Schulweg, LP mit vorgesehenen Unterrichtseinheiten
- ▶ Kinder als Multiplikatoren. Verkehrsgewohnheiten der Familien vergleichen, hinterfragen (oft delikant)
- ▶ „Mobilitätsportfolio“ mit vielen Tipps (Kalenderform). Anonyme Vergleiche in der Klasse: Sonntagsausflug wohin, womit?
- ▶ Viele Kinder haben kein Velo: dezentrale Velobörsen, Subvention von einfachen Velos über Zweckbindung von Parkgebühren
- ▶ Senioren (Grosseltern) für Fuss- und Velomobilität zusammen mit Kindern gewinnen

- ▶ Mobilitätsbildung in andere Fächer integriert
- ▶ Bewegungsportfolio für jedes Kind, von klein auf auch als Teil des Sportunterrichts
- ▶ Umweltfreundlicheres Verkehrsverhalten im Sprachunterricht: Verkehrsgeschichten
- ▶ Interviews mit Verkehrsteilnehmern: Warum nicht mit dem Velo?
- ▶ Gesundheitsunterricht: nicht bloss gesunde Ernährung, sondern Fuss- und Veloverkehr
- ▶ Geographie: nahe Ausflugsziele mit dem Velo: Entdeckungsaufträge in Arbeitsplänen
- ▶ Mathe, M+U: Energiebedarf verschiedener Verkehrsmittel errechnen: Reiseziele A , B, C
- ▶ Ticket im Internet, am Automat, Umweltrechner SBB u.a.: Gruppenarbeit

- ▶ Ganze Schule, ganze Gemeinde in Verantwortung nehmen, nicht bloss einzelne LP.
- ▶ Umweltfreundliche Mobilität im Leitbild der Schulen.
- ▶ Lehrpersonen als Vorbilder. Anreize: gedeckte, sichere Veloabstellplätze für LP, teure PP ABOs verbilligen statt PP bauen.
- ▶ Kriterium bei Schulevaluation: Wie viele LP, wie viele Kinder kommen mit dem Auto?
- ▶ Benchmark zwischen Schulen bis Matur: welche Gymi-Klassen fliegen am wenigsten?
- ▶ Respektkampagne: Respekt vor andern Menschen = respektvoll fahren (auch mit Velo)
- ▶ „Lehrertourismus“ mit Auto reduzieren (zu kleine Fachlehrerpensen)

- ▶ Nachhaltige Mobilität muss cool sein, PR
- ▶ Opinion Leaders beeinflussen: mit Velo an die Freizeitstätten, Freizeit in der Nähe
- ▶ Umweltfreundliche Mobilität als Erlebnis, Event, Spass.
- ▶ Mobilitätsbildung praxisbezogen, lustvoll (z.B. als Szenen in „Bausteintheater“ einbauen)
- ▶ Guerilla-Marketing der Gemeinden
- ▶ Anreize, Belohnung für „Bewegung ist cool“
- ▶ „Langsamkultur“ ist cool
- ▶ lebenslanges Lernen auch bei der Mobilitätsbildung (Chancen bei Pensionierung)

WG/ 21.4.12

Marken (engl. *brand*) haben die Funktion, dass die relevanten Zielgruppen die Produkte und Angebote des Markeninhabers von denjenigen der Konkurrenz unterscheiden können. Im Falle des Mobilitätsmarketings geht es darum, die nachhaltige Mobilität gegenüber dem motorisierten Individualverkehr zu stärken. Branding ist ein sehr breit angelegtes Konzept. Dabei gilt es auch ethische Richtlinien zu definieren um damit Werthaltungen zu übermitteln.

Eine **Mobilitätsmarke** zu schaffen, bedeutet der Mobilität in einer Gemeinde oder Stadt ein Gesicht zu geben, eine (emotionale) Markenidentität und damit Zugehörigkeit zu schaffen und letztlich den KundInnen ein Nutzenversprechen abzugeben. Mit der entwickelten Marke wird auch ein gewünschtes Verhalten (brandbehaviour) angestrebt.

Frau Susanne Stolz Egger, Verantwortliche für das Energiestadt-Label in der Gemeinde Nidau, erläuterte in ihrem Referat das **regionale Mobilitätsprogramm mobiclick**. www.mobicklick.ch ist die Anlaufstelle für Mobilitätsfragen und –angebote in der Region Biel. Sechs Gemeinden tragen das Programm, nutzen die Synergien der Kooperation und setzen Massnahmen z.B. im Bereich Mobilitätsmanagement in Unternehmen um. Weitere Zielgruppen sind SeniorInnen sowie Kinder und Schulen.

Herr Gerhard Fehr, CEO und Managing Partner von FairAdvice & Partner AG, referierte über unser – auch – irrrationales Verhalten bei Entscheidungen. Die soziale Norm (tun, weil es die anderen tun), stereotypes Verhalten (limitierte kognitive Leistungsfähigkeit) und Fairness (Nutzen für die Gesellschaft) sind weitere Faktoren, welche zu einer Handlung führen. Rein eigennützige und rationale Entscheide sind nicht die Regel. Ein bisher unterschätztes Element ist **die Änderung der Standardeinstellung (Default Option)** in Bezug auf das Verhalten. Wenn z.B. allen Mitarbeitenden (MA) ein öV-Jahresabonnement zur Verfügung gestellt wird und sich der MA aktiv um einen Parkplatz bemühen müsste (statt umgekehrt), werden mehr MA mit dem öV zur Arbeit gelangen. Die Freiwilligkeit ist damit aber dennoch gegeben.

Die anschliessende Gruppendiskussion kam u.a. zu **folgenden Erkenntnissen**:

- Dass die öffentliche Hand (ausserhalb des Standortmarketings) auch Mobilitätsmarketing betreibt, ist heute noch ungewöhnlich. Dafür genügend finanzielle Mittel zu erhalten ist schwierig. Hinweise auf vorbildliche Mobilitätskampagnen und ihre Wirkung in München, Graz oder Zürich, aber auch Baden oder Biel können hilfreiche Argumente liefern. Das Rad muss nicht neu erfunden werden. Eine Adaption auf Kleinstädte ist möglich.
- Die Nutzung einer bereits vorhandenen attraktiven Infrastruktur für öV und Langsamverkehr sowie Mobilitätsangebote kann durch eine Mobilitätsmarke verstärkt werden. Ansonsten kann es kontraproduktiv sein (Nichteinhalten des Markenversprechens).
- Es gibt keine subito-Lösungen: Auch mit einer Mobilitätsmarke brauchen Verhaltensänderungen hin zur nachhaltigen Mobilität Herzblut, Vorbilder, politischen Willen, Ausdauer, Bewusstsein und Geduld. Die Vernetzung mit Akteuren (z.B. Transportunternehmen) ist unerlässlich.

Workshop 1.7

„Wirksamkeit von Massnahmen: Nachweis erbringen zuhanden Politik und Wirtschaft“

Moderation: Roberto De Tommasi, synergo Mobilität – Politik – Raum, Zürich

Anzahl Teilnehmende: rund 20

Einleitung

In einer kurzen Einleitung umschrieb der Moderator die Bedeutung der Messung bzw. Abschätzung der Wirksamkeit von Massnahmen im Verkehrsbereich. Zielsetzungen, wie z. B. die „2'000-Watt-Gesellschaft“ und knappe (finanzielle) Ressourcen bei der öffentlichen Hand, implizieren bei den Akteuren die Notwendigkeit „das Richtige zu tun“. Demzufolge muss der Wirksamkeit von Massnahmen im Verkehrsbereich, inkl. Mobilitätsmanagement die entsprechende Bedeutung zugemessen werden. Das Ziel des Workshops war es, die Teilnehmenden für die Bedeutung des Themas zu sensibilisieren und ihnen eine Auswahl von methodischen Hilfsmitteln zur Wirkungsabschätzung / Wirkungsmessung vorzustellen.

Inputreferate

Reto Lorenzi, Leiter der Abteilung Verkehrspolitik beim ARE, präsentierte die vom Bund angewandten Kriterien, das Vorgehen bei der Beurteilung und Überprüfung der Wirksamkeit der Agglomerationsprogramme und welche Schwierigkeiten bzw. was es zu beachten gilt. Auch das Mobilitätsmanagement, obwohl nicht durch den Bund finanziert, wird inhaltlich in die Prüfung miteinbezogen.

Gerry Schuster, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Rundum mobil GmbH, stellte das im Auftrag von EnergieSchweiz für Gemeinden entwickelte Instrument „Mobilitätsbuchhaltung“ vor. Das Hilfsmittel ist eine Berechnungshilfe für Gemeinden, das bei der Beurteilung der Wirkung von Mobilitätsmassnahmen im Rahmen des „Auditing“ eingesetzt wird.

Till Berger, Senior Consultant bei sustainserv GmbH, Zürich, zeigte das methodische Vorgehen zur Berechnung des „Absenkpades 2000-Watt-Gesellschaft“ am Beispiel des Kantons Basel-Stadt auf.

Alain Bützberger, Verwaltungspräsident bei SwissTraffic AG, Bern, stellte das Zählsystem „Intelligent Traffic Counting“ vor, welches Städten und Gemeinden erlaubt, das Mobilitätsverhalten der Verkehrsteilnehmenden aufgeteilt nach Verkehrsmittelnutzung in Echtzeit zu erfassen und zu analysieren.

Diskussion

Die Bedeutung der Messung bzw. Abschätzung der Wirksamkeit von Massnahmen war in der anschliessenden Diskussion unbestritten. Die Ergebnisse können anhand der nachfolgenden Punkte zusammengefasst werden:

Ziele und Indikatoren: Der Festsetzung von quantitativen und qualitativen Zielen und daraus abgeleiteten Indikatoren kommt eine wesentliche Bedeutung zu. Beides muss bereits in der Planung von Massnahmen miteinbezogen werden, auch beim Mobilitätsmanagement.

Methoden: In Bezug auf das Mobilitätsmanagement ist methodisch die Wirkungsmessung / -abschätzung bei Standorten (z.B. Unternehmen, Areale) bekannt bzw. einfacher handhabbar als bei Programmen, die sich über eine ganze Gemeinde erstrecken. Dort müssen methodische Ansätze gefunden werden, die eine Subsumierung der Wirkung von Einzelmassnahmen bzw. ganzen Programmen zulassen.

Workshop 1.7

„Wirksamkeit von Massnahmen: Nachweis erbringen zuhanden Politik und Wirtschaft“

Wirkungsdimensionen: In Anlehnung an die drei Säulen der Nachhaltigkeit werden die Wirkungsdimensionen primär auf die Aspekte „Umwelt“ und „Wirtschaft“ (Kosten) gelegt. Der Aspekt „Gesellschaft“ wird vernachlässigt. Er ist jedoch aufzuwerten, da gerade quantitative oder qualitative Einschätzungen seitens der von Massnahmen (-paketen) tangierten Zielgruppen bedeutsam sind, nicht zuletzt im Hinblick auf den stufenartig ablaufenden Prozess der Verhaltensänderung im Verkehr. Resultate zur z. B. Bedeutung, Qualität und Wichtigkeit von Massnahmen aus der Sicht der tangierten Zielgruppen sind nicht nur aber auch für das Mobilitätsmanagement von zentraler Bedeutung.

Finanzielle Mittel: Eine saubere, fundierte Wirkungsabschätzung/-messung hat ihren Preis. Dies wird bei der „klassischen Verkehrsplanung“ bzw. bei ordnungs- oder finanzpolitischen Massnahmen im Verkehrsbereich von den Akteuren der öffentlichen Hand als unbestritten angesehen. Beim Mobilitätsmanagement hingegen, ist diese Einschätzung noch nicht verbreitet. Das Plenumsreferat von Martin Schneider, München zum Thema „Evaluation Neubürgerpaket“ hat gezeigt, dass der Einsatz von entsprechenden finanziellen Mitteln für die Wirkungsmessung sich schlussendlich lohnt: Mobilitätsmanagement bringt Wirkung!

Kommunikation: Gerade weil Mobilitätsmanagement immer noch den Legitimationsnachweis bringen muss, ist es umso wichtiger, dass die durch die Wirkungsabschätzung/-messung erzielten Resultate so aufbereitet werden, dass sie für die Entscheidungsträger verständlich und nachvollziehbar sind. Dazu kann z. B. die Gegenüberstellung von Kosten/Nutzen von Ansätzen des Mobilitätsmanagements versus z. B. Infrastrukturmassnahmen durchaus hilfreich sein.

Fazit: *Mobilitätsmanagement ist und muss Bestandteil einer modernen und auf mehreren Säulen basierenden Verkehrspolitik sein. Städte wie z.B. Zürich, Graz oder München zeigen dies vor.*

Dessen Bedeutung, Nutzen und Wirksamkeit ist als Bringschuld von den „Playern“ gegenüber den Entscheidungsträgern aus Wirtschaft und Politik noch mehr zu leisten. Die Wirkungsabschätzung/-messung auf allen Wirkungsdimensionen der Nachhaltigkeit ist dafür ein wesentlicher „Motor“. Damit dieser „zum Laufen“ gebracht wird, müssen die nötigen finanziellen Ressourcen bereitgestellt sowie die Resultate den Entscheidungsträgern einfach und nachvollziehbar kommuniziert werden.



Workshop 1.8 „Mobilitätsmanagement in Wohnbauten Wie kann die Mobilität beeinflusst werden?“

Einleitung

In einer kurzen Einleitung umschrieb der Moderator Stefan Schneider vom Planungsbüro Jud die Bedeutung der Wohnnutzung im schweizerischen Gebäudepark und die Tatsache, dass rund die Hälfte der Mobilität in der Schweiz in Bezug zur Wohnnutzung steht. Mit den Themen der 2000-Watt-Gesellschaft und den ersten bestehenden bzw. entstehenden Beispielen in der Schweiz ist das Thema hoch aktuell und birgt ein grosses Potenzial.

Inputreferate

Thomas Schweizer von Fussverkehr Schweiz präsentierte die Ergebnisse des Projektes „Verkehrssparen in Siedlung und Quartier“. Diese zeigen auf, dass die Wohnbaugenossenschaften in der Stadt Zürich die Ziele der 2000-Watt-Gesellschaft bereits weitgehend erreichen.

Ueli Keller vom Schweizerischen Verband für Wohnungswesen zeigte auf, wie Baugenossenschaften – aufgrund der Kosten von Parkplatzleerständen, aber auch aufgrund ökologischer Zielsetzungen – Siedlungen projektieren, die weniger MIV verursachen. Die damit verbundenen Aufwände werden als Hemmnisse beurteilt, die zu verkleinern und zu vereinfachen sind.

Diskussion

Die Diskussion kann anhand der nachstehenden Leitgedanken zusammengefasst werden:

Das **Interesse am Thema und dessen hohe Bedeutung** sind unstrittig. Neben den Baugenossenschaften sind auch entsprechende Überlegungen traditioneller Akteure der Wohnwirtschaft bekannt.

Mit den kantonalen bzw. kommunalen **Parkplatzvorschriften** setzt die öffentliche Hand massgebende Rahmenbedingungen zu den bei Wohnbauten vorgeschriebenen Parkplatzzahlen. Ebenfalls relevant sind Umfang und Konditionen von im öffentlichen Raum angebotenen Parkierungsangeboten. Beide Elemente zusammen bestimmen die Voraussetzungen für die Bedeutung der automobilen Mobilität von Siedlungen massgebend.

Werden zuviele P erstellt, resultieren **Leerstände**, die zu erheblichen Kosten führen, die i.d.R. durch die Mieter gedeckt werden müssen. Mit den durch die Vermeidung eines solchen P-Angebots-Überschusses eingesparten Mitteln können unter günstigen Bedingungen **Mobilitätsservices** (z.B. öV-Abbeiträge, CarSharing-Angebote) und hervorragende **Infrastrukturen für den Langsamverkehr** finanziert werden.

Neu aufgetauchte, aktuelle **Zielsetzungen** (z.B. 2000-Watt-Gesellschaft) können im Rahmen von **Güterabwägungen** (Wie ist das Ziel einer glaubhaften Positionierung als 2000-Watt-kompatible Wohnsiedlung gegenüber dem Ziel zu gewichten, eine konventionelle Parkplatzzahl anbieten zu können). Im Bereich des **Mietrechts** bestehen noch ungeklärte Hürden – die Genossenschaften haben mit den **Genossenschaftsstatuten** zusätzliche Regulierungsmöglichkeiten, die es vereinfachen dürften, die angestrebten Ziele zu erreichen.

Gutes tun und reden darüber – dies ermöglicht, dass die Potenziale der städtischen Genossenschaftsbeispiele zunehmend auch ausserhalb der Grossstädte und der Genossenschaftsszene wahrgenommen und ausgeschöpft werden können.

Stefan Schneider, Planungsbüro Jud AG, 18.4.2012