

Mobilservice PRAXIS

Information und Beratung für Gemeinden

beco Berner Wirtschaft – Karin Magnollay

Inhalt

➤ Produkte

- Information
- Beratung

➤ Organisation

➤ Ziele

Mit der Unterstützung von:



energieschweiz



Information: Praxis-Beispiele



- Innovativ
- Vielseitig
 - Dienstleistungen
 - Marketing
 - Verkehrsplanung
 - Fahrzeuge
- Erprobt
- Nachhaltig
- Multiplizierbar

Informationen zu ...

Übersicht	-Beispiel(e)
Beschrieb	-Hintergrund -Angebot -Erfahrungen
Profil	-Charakterisierung
Wirkung	-Umwelt -Gesellschaft -Wirtschaft
Werkzeugkasten	-Vorgehen -Finanzierung -Marketing -Weitere Informationen
Bildergalerie	

www.mobilservice.ch

deutsch | français

MOBILSERVICE

Plattform für eine zukunftsorientierte Mobilität

THEMEN

AKTUELL

- 01.07.05 [Mobilservice PRAXIS Fachtagung Mobilität in der Gemeinde](#)
- 20.06.05 [SOLSTICE - Umwelttreffen in Chamonix](#)
- 20.06.05 [Dreijähriger CARLOS - Pilotbetrieb in Burgdorf](#)

Weitere aktuelle Dossiers [im Newsticker](#)

 Registrieren Sie sich hier. Sie erhalten kostenlos Zutritt zu den Dossiers, Praxisbeispielen und den monatlichen Newsletter.

PRAXIS

NEUE BEISPIELE

- 05.07.05 [Ruftaxi](#)
- 07.06.05 [À pied, c'est mieux! Eine Schulwegkampagne](#)
- 09.05.05 [Schweiz rollt - Gratis-Veloverleih](#)

[Liste der Praxis-Beispiele](#)

NETZWERK

Hier finden Sie Ihre Partner sowie Hinweise auf Veranstaltungen

AKTUELL

- 19.08.05 [5. Berner Verkehrstag Weniger Geld und ...](#)
- 07.09.05 [Mobilservice PRAXIS Fachtagung Mobilität ...](#)
- 15.09.05 [Seminar "Der öffentliche Personne ...](#)

HOME

THEMEN

Newsticker
Dossiers

PRAXIS

Beispiele
Beratung

NETZWERK

Agenda
Forum
Adressen & Links

SERVICE

Marktplatz
Politik & Recht
Über uns
Kontakt & Feedback

Mobilservice

Hirschengraben 2
3011 Bern
Tel. 031 311 93 63
[eMail](#)

Suchen a
Mobilservice

Go!

Site Map

BERN MOBIL

 **energie schweiz**

<http://www.energie-schweiz.ch>

 **Aktionsplan
Umwelt und
Gesundheit**
Eine Aktion des Bundesamtes für Gesundheit

aare seeland mobil

RM
Regionalverkehr Mittelland

deutsch | français

MOBILSERVICE

Plattform für eine zukunftsorientierte Mobilität

THEMEN

AKTUELL

- 01.07.05 [Mobilservice PRAXIS Fachtagung Mobilität in der Gemeinde](#)
- 20.06.05 [SOLSTICE - Umwelttreffen in Chamonix](#)
- 20.06.05 [Dreijähriger CARLOS - Pilotbetrieb in Burgdorf](#)

Weitere aktuelle Dossiers [im Newsticker](#)

 Registrieren Sie sich hier. Sie erhalten kostenlos Zutritt zu den Dossiers, Praxisbeispielen und den monatlichen Newsletter.

PRAXIS

NEUE BEISPIELE

- 05.07.05 [Ruftaxi](#)
- 07.06.05 [À pied, c'est mieux! Eine Schulwegkampagne](#)
- 09.05.05 [Schweiz rollt - Gratis-Veloverleih](#)

[Liste der Praxis-Beispiele](#)

NETZWERK

Hier finden Sie Ihre Partner sowie Hinweise auf Veranstaltungen

AKTUELL

- 19.08.05 [5. Berner Verkehrstag Weniger Geld und ...](#)
- 07.09.05 [Mobilservice PRAXIS Fachtagung Mobilität ...](#)
- 15.09.05 [Seminar "Der öffentliche Personene ...](#)

HOME

THEMEN

Newsticker

Dossiers

PRAXIS

Beispiele

Beratung

NETZWERK

Agenda

Forum

Adressen & Links

SERVICE

Marktplatz

Politik & Recht

Über uns

Kontakt & Feedback

Mobilservice

Hirschengraben 2
3011 Bern
Tel. 031 311 93 63
[eMail](#)

Suchen a
Mobilservice

Go!

Site Map

BERN MOBIL

 energie schweiz

<http://www.energie-schweiz.ch>

 Aktionsplan
Umwelt und
Gesundheit

Eine Aktion des Bundesamtes für Gesundheit

 aare seeland mobil

 RM
Regionalverkehr Mittelland

MOBILSERVICE

PRAXIS: Mobilitätslösungen für Gemeinden

Suchen a
Mobilservice

Go!

Site Map

Trägerkantone von
Mobilservice Praxis:



Aargau



Bern



Solothurn



Waadt



energie schweiz



HOME

THEMEN

Newsticker

Dossiers

PRAXIS

Beispiele

Beratung

NETZWERK

Agenda

Forum

Adressen & Links

SERVICE

Marktplatz

Politik & Recht

Über uns

Kontakt & Feedback

Mobilservice Praxis

c/o beco

Berner Wirtschaft

Immissionsschutz

Laupenstrasse 22

3011 Bern

Tel. 031 633 58 61

eMail

Liste aller Beispiele

Fussverkehr

08.07.05 [Der Pedibus - Gemeinsam zu Fuss zur Schule](#)

07.06.05 [À pied, c'est mieux! Eine Schulwegkampagne](#)

19.03.04 [Fussgänger-Leitsystem](#)

Veloverkehr

09.05.05 [Schweiz rollt - Gratis-Veloverleih](#)

11.11.04 [Kernfahrbahn](#)

12.03.04 [Velobörse](#)

Kombinierte Mobilität

01.09.04 [CarSharing mit Öffentlichkeitsarbeit fördern](#)

13.03.04 [Business CarSharing](#)

Öffentlicher Verkehr

05.07.05 [Ruftaxi](#)

14.03.04 [JobTicket](#)

Motorisierter Individualverkehr

11.03.04 [Eco-Drive@ - Gentle Driver](#)

Mobilitätsdienstleistungen

10.08.05 [Mobilitäts-Ortspläne - Geprüfte Informationen zur kombinierten Mobilität](#)

17.03.04 [Velo-Hauslieferdienst](#)

Marketing

04.04.05 [Sportlich & Sport - Der Weg ist der Sport](#)

22.02.05 [Xunderwäldli - Bewegungsförderung](#)

28.09.04 [Mobilitäts-Set](#)

18.03.04 [mobil sein - mobil bleiben](#)

15.03.04 [In die Stadt - kein Auto! Einzigartiges Mobilitäts...](#)

MOBILSERVICE

Plattform für eine zukunftsorientierte Mobilität

Login Memberbereich Mobilservice

Benutzername:

Passwort:

Kostenlos registrieren

[klicken Sie hier](#)

Mit der Registrierung erhalten Sie:

Den Newsletter von Mobilservice mit einer Übersicht über top aktuelle Themen und Informationen aus dem Mobilitätsmarkt (monatlich).

Den Zugriff auf die pdf-Dossiers und die Praxis-Beispielsammlung auf der Datenbank von Mobilservice mit Hintergrundinformationen, Quellenangaben und weiterführenden Links.

Eine Teilnahmeberechtigung am Info-Forum und am Diskussions-Forum.

Und wenn das Thema, welches Sie suchen noch fehlt - geben Sie Ihren Input an die Redaktion von Mobilservice weiter:
redaktion@mobilservice.ch

HOME

THEMEN

Newsticker
Dossiers

PRAXIS

Beispiele
Beratung

NETZWERK

Agenda
Forum
Adressen & Links

SERVICE

Marktplatz
Politik & Recht
Über uns
Kontakt & Feedback

Mobilservice
Hirschengraben 2
3011 Bern
Tel. 031 311 93 63
[eMail](mailto:redaktion@mobilservice.ch)

Suchen a
Mobilservice

Site Map



Verkehrsbetriebe Biel



Transports publics bernois

Ernst Basler + Partner



Rapp | Trans

MOBILSERVICE

PRAXIS: Mobilitätslösungen für Gemeinden

Velo-Hauslieferdienst

In Beispielen
< blättern >
[suchen](#) ; [Liste](#)

- Übersicht**
- Beschrieb
- Profil
- Wirkung
- Werkzeuge
- Bildergalerie



Praktisch, unbeschwert und ohne Kofferraum einkaufen.

Wer einkauft, lässt die Ware im Geschäft stehen - und erhält sie per Elektrowelo mit Anhänger innert Kürze nach Hause geliefert. Der Velo-Hauslieferdienst ist deshalb der "Kofferraum-Ersatz" schlechthin: Wer keine schwere Ware tragen kann oder will, kann unbeschwert zu Fuss oder mit dem Velo einkaufen.

Beispiel Burgdorf

Der Velo-Hauslieferdienst wurde 1997 in Burgdorf aus der Taufe gehoben. Rund 50 Geschäfte sind an die für die KundInnen kostenlose Dienstleistung der bewachten Velostation angeschlossen, 2003 wurden rund 17'500 Einkäufe per Elektrowelo und Anhänger nach Hause geliefert. Aus dem Regionalzentrum mit 15'000 Einwohnerinnen und Einwohnern ist der Lieferdienst deshalb nicht mehr wegzudenken. Eine Evaluation 2002 hat gezeigt, dass der Velo-Hauslieferdienst ein beträchtliches Förderungspotenzial für das Velofahren und Zufussgehen darstellt, sind doch 21% der NutzerInnen im Einkaufsverkehr vom Auto auf den Langsamverkehr umgestiegen. Angesichts der grossen Akzeptanz und logistischen Leistungsgrenzen soll nun eine Kostenpflicht für die Kundinnen und Kunden eingeführt werden.

[Velo-Hauslieferdienst - Druckversion](#)

HOME

THEMEN

- Newsticker
- Dossiers

PRAXIS

- Beispiele
- Beratung

NETZWERK

- Agenda
- Forum
- Adressen & Links

SERVICE

- Marktplatz
- Politik & Recht
- Über uns
- Kontakt & Feedback

Mobilservice Praxis

c/o beco
Berner Wirtschaft
Immissionsschutz
Laupenstrasse 22
3011 Bern
Tel. 031 633 58 61
eMail

Suchen a
Mobilservice

Go!

Site Map

Trägerkantone von
Mobilservice Praxis:



Aargau



Bern



Solothurn



Waadt



MOBILSERVICE

PRAXIS: Mobilitätslösungen für Gemeinden

Suchen a
Mobilservice

Go!

Site Map

Trägerkantone von
Mobilservice Praxis:



Aargau



Bern



Solothurn



Vaud



energieschweiz



Energiestadt

Beratung Trägerkanton Bern

Im Kanton Bern bestehen folgende Beratungsmöglichkeiten:

- **Hotline für Berner Gemeinden:**
031 633 58 61 oder hotline.bern@mobilservice.ch
- **Impuls-Beratung Mobilservice Praxis:**
Die Impuls-Beratung wird vom Kanton Bern und EnergieSchweiz für Gemeinden gemeinsam ganz oder teilweise finanziert. Sie kann entweder aufgrund eines Defizits im Mobilitätsbereich der Gemeinde bzw. Region oder aber im Rahmen von laufenden oder geplanten, übergeordneten Prozessen wie Energiestadt, Lokale Agenda 21, Umweltmanagementsystemen etc. erfolgen. Weitere Details finden Sie in den [Erläuterungen](#).

[Antragsformular](#) für die Impuls-Beratung;
weitere Details via Hotline
- **Fachstellen des Kantons Bern:**
[Information/Beratung](#) sowie Möglichkeiten der [finanziellen Unterstützung](#)

HOME

THEMEN

Newsticker

Dossiers

PRAXIS

Beispiele

Beratung

NETZWERK

Agenda

Forum

Adressen & Links

SERVICE

Marktplatz

Politik & Recht

Über uns

Kontakt & Feedback

Mobilservice Praxis

c/o beco

Berner Wirtschaft

Immissionsschutz

Laupenstrasse 22

3011 Bern

Tel. 031 633 58 61

eMail



Beratung via Mobilservice PRAXIS

	Hotline	Impuls-Beratung
AG	✓	✓
BE	✓	✓
SO	✓	in Abklärung
VD	✓	in Abklärung

Impuls-Beratung



- Beratungsmöglichkeiten:
 - Globale Beratung
 - Beratung zu Einzelmassnahme
- MobilitätsberaterInnen von Energiestadt

Impuls-Beratung



- Wert Fr. 1'000.- bis Fr. 2'000.-
- Nicht-Mitglieder Trägerverein Energiestadt zahlen Fr. 500.-
- Regionen das Doppelte
- Anmeldung: Formular

Was können Sie von Mobilservice PRAXIS erwarten?

- Neue Impulse und Ansätze
- Entscheidungs- und Vorgehenshilfe

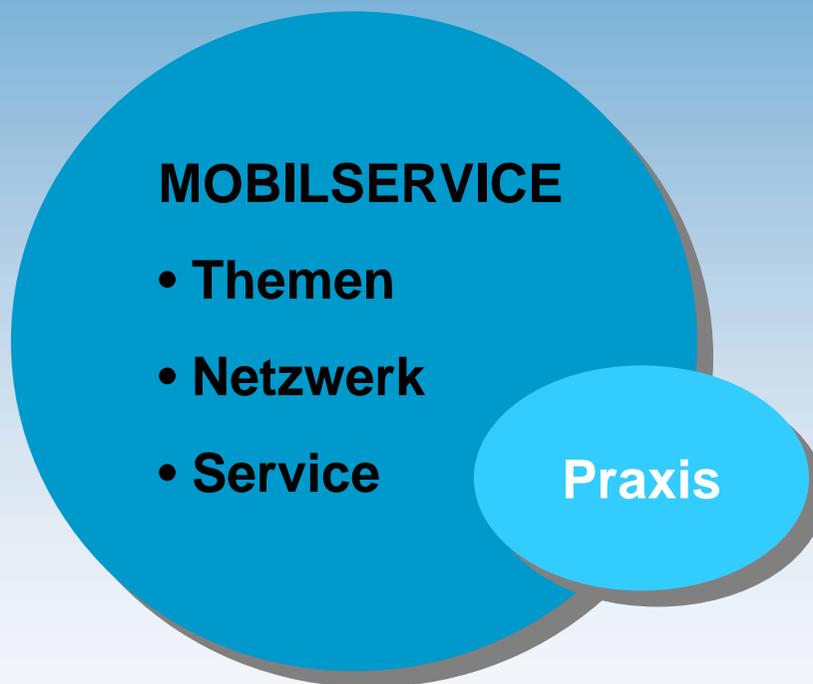
Aber:

- Berücksichtigung lokaler Bedingungen
- Keine schnellen Wunder sondern
langfristige Wirkungen und Synergien

Die Gemeinden können ...

- das Angebot nutzen
- die Entwicklung unterstützen als Mitglied oder Träger
- ihre Bedürfnisse einfließen lassen
- mit Inputs zur Optimierung beitragen

Organisation heute



- Pilotphase März 04 – März 06
- 2 getrennte Organisationen
 - Verein Mobilservice
 - Kantonale Trägerschaft PRAXIS
- Enge Kooperation / Auftragsverhältnis

Organisation morgen

MOBILSERVICE

- Themen
- **Praxis**
- Netzwerk
- Service

- ☛ Resultate Evaluation Ende 2005 abwarten
- ☛ Ziel:
 - Übernahme PRAXIS durch Mobilservice
 - Leistungsaufträge durch Kantone und andere Partner

Ziele bis Ende Pilotphase

➤ Evaluation

- Nutzungszahlen
- Meinung Nutzende

➤ Kosten/Nutzen-Verhältnis optimieren

➤ Inhaltliche/optische Änderungen

➤ Finanzielle Basis stärken

➤ Organisationsmodell

BESTEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT

Fachtagung Mobilität in der Gemeinde

„Marketing – Was verbindet Marketing mit Mobilität?“

Referent

Herr Peter Masciadri, lic. oec HSG, Geschäftsführer MASCIADRI, marketing communications & design AG, Bern

Anlass

Fachtagung Mobilität in der Gemeinde / Bewährte Lösungen kundenorientiert umsetzen

Ort

Kongresszentrum Hotel Arte Olten

Datum

7. September 2005

Es gilt das gesprochene Wort

- Es ist mir eine Ehre, hier als so genannter „Marketingexperte“ ...ein paar Gedanken einzubringen...
- vorausschicken möchte ich aber, dass man nicht Marketing-„Experte“ sein muss, um im Mobilitäts-„Markt“ erfolgreich zu sein. Es geht mehr darum, dass man sich ein paar Grundsätze zu Herzen nimmt und diese immer wieder in die Diskussion einbringt. Sei dies bei kleineren oder grösseren Mobilitätsprojekten, in der Planungs- oder Realisierungsphase. Immerhin – und das ist ja fast schon revolutionär – lassen die Organisatoren dieses Anlasses den Marketing-„Menschen“ direkt nach der „Politik“ und dem praktischen Ratgeber „Mobilservice Praxis“ zu Worte kommen. Das deutet wohl auf den wachsenden Stellenwert von Marketing im Bereich Mobilität hin. Und das ist auch gut so. Denn noch immer ist unsere Wahrnehmung stark verzerrt: „Infrastrukturen bauen ist wichtig, Benutzung Nebensache...“; oder: „Angebot und Versorgung, statt Kundenorientierung...“ usw. Dabei zeigen neuste Mobilitätsstudien ((2005 von Aral)) ganz deutlich, dass auf gesellschaftlicher und politischer Ebene Konzepte gefragt wären, die den individuellen Bedürfnissen nach Mobilität Rechnung tragen....- ((angesichts schwindender Finanzmittel, eine nicht ganz einfach zu lösende Aufgabe!))
- Nun aber: was verbindet Marketing mit Mobilität....?



- Komplizierte Begriffsdefinitionen über „Mobilität“ oder „Marketing“ wollen wir uns ersparen. Verblüffend einfach ist die wesentliche Gemeinsamkeit. Und die hat mit dem Menschen zu tun. Denn „Marketing“ ohne „Menschen“ ist genau so sinnlos wie „Mobilität“ ohne Menschen. Vielmehr noch: je konsequenter wir bei Marketing-Überlegungen – oder eben bei Mobilitätsüberlegungen – den „Menschen“ ins Zentrum rücken, ihn als Ausgangslage und Zielsetzung betrachten, aufmerksam hinhören (!), nach seinen Bedürfnissen und nach seinen Wünschen forschen, desto fruchtbarer und erfolgreicher werden grundsätzlich Marketing- oder Mobilitäts-Projekte. Dies ganz einfach mal die vorweggenommene, simple Hauptbotschaft. Hierzu möchte ich Ihnen eine kleine Geschichte vorlesen, die anfangs August als Kolumne in der BZ publiziert wurde. Die Autorin, eine gewisse Christa Rytz, heute Studentin und Tanzlehrerin (3 Minuten... // Kommentar:) Eine Geschichte, die wohl alles zusammenfasst: von der konkreten Problem- resp. Bedürfnis-Situation eines Menschen, über die unbefriedigende Marktlage - Angebot/Nachfrage - bis zur „traurigen“ Konsequenz, das Umstellen aufs Auto...!!
- Mobilität und Marketing - 2 uralte Themen: Wir dürfen ruhig davon ausgehen, dass sowohl „Mobilität“ als auch „Marketing“ den Menschen und seine Lebens-Bedingungen seit jeher stark geprägt haben. Denn durch Arbeitsteilung konnte die Produktivität ständig erhöht und ein anhaltender Wohlstandszuwachs erreicht werden. Die wirtschaftliche Entwicklung ging immer schon von Standorten aus, an denen die Voraussetzungen für den Austausch - und die Vermarktung - von Waren und Dienstleistungen besonders günstig waren. Früher waren dies beispielsweise Siedlungen und Städte an Flussläufen oder am Schnittpunkt von Karawanenwegen, später dann Orte mit günstigen Voraussetzungen für Hafenanlagen, Eisenbahnknoten usw. und heute sind es Metropolen und leistungsfähige Agglomerationen mit einer guten Einbindung ins nationale und internationale Verkehrsnetz.
- Mobilität und Marketing - 2 relativ junge Fachgebiete: So alt diese Themen „Mobilität“ und „Marketing“ im Grunde sein mögen, so jung sind sie als Gegenstand von Forschung und Lehre. Erst seit etwa 50 Jahren sprechen wir von „Marketing“, hervorgegangen aus der klassischen Betriebswirtschaftslehre. Und soweit mir bekannt ist, existieren für das Thema „Mobilität“ (nicht Verkehr!) erst seit ganz wenigen Jahren erste Lehrstühle und Institute an Universitäten und Fachhochschulen. Im Vergleich zu klassischen Fachgebieten wie etwa Mathematik, Physik, Betriebs- oder Volkswirtschaft, befinden sich daher „Marketing“ im Kleinkind- und „Mobilität“ gar erst im embryonalen Stadium!
- Mobilität und Marketing - 2 Themen, die sich immer mehr annähern: Für Marketing-Leute wird „Mobilität“ ein immer attraktiverer Markt (Markt = Menschen, Menschen = Business). Stetig wachsen die Verkehrsströme aber auch die Anzahl partizipierender Unternehmen im Markt für „Mobilität“. Andersrum: für Fachleute im Bereich Mobilität ist es immer wichtiger, die Erkenntnisse und Methoden des Marketings für sich einzusetzen. Denn Marketing wurde ja genau dazu geschaffen, attraktive Produkte und Dienstleistungen zu kreieren und diese erfolgreich zu vermarkten. Hierzu 1 Beispiel: Marketing hat in den letzten Jahren stark das Thema Marke hervorgebracht. Marke = mehr wert als nur nacktes Produkt/DL = „positives Vorurteil in den Köpfen der Menschen“. Neuste Untersuchungen zeigen, dass starke Marken versus schwache Marken, rund 5% mehr ROI (...) erreichen, also auch für Investoren interessant sind und somit gilt, dass Marketing nachweislich mehr finanziellen Erfolg bringt!
- Kurzdungut: Marketing und Mobilität sind vielseitig verbunden. Beide Sichtweisen sollten (!) den Menschen konsequent ins Zentrum rücken, generieren gegenseitig viel Potenzial und sind relativ komplex.
- Das heutige Programm in der Einladung versprach: „...Marketing als effizientes Instrument in der Planung und Realisation vorzustellen...“. Ein grosses Versprechen! Ihnen werden heute mehrere Praxisbeispiele vorgestellt und jeweils mit 1-2 Fragen aus Sicht Marketing vertieft. Damit soll gleich am konkreten Beispiel klar werden, inwiefern Marketingüberlegungen in Planung und Realisation eingeflossen sind, oder eben nicht... Wir haben es uns heute aber auch zum Ziel gesetzt, Ihnen eine griffige Grundformel mit auf den Weg zu geben....dies sei mit den verbleibenden 5 Minuten hiermit versucht!
- Wichtig: Marketing muss *mehr* sein als Werbung oder Kommunikation. So wie auch Mobilität mehr sein muss, als nur Bauen von Infrastrukturen! Das Marketing ist nicht dazu da, am Schluss, wenn man ein Produkt bereits geschaffen hat zu fragen, wem man es nun wie, etwa mit Flyern, Eventlis oder Medienmitteilungen „schmackhaft“ machen könnte. Das auch, aber nicht nur...Umgekehrt gilt: Mobilitätskonzepte machen vor allem dann Sinn, wenn sie in ein übergeordnetes Leitbild oder Standort-Marketing für einen Ort, eine Region eingebettet sind.

- Etliche unter Ihnen sind Vertreter der öffentlichen Hand: Bauverwalter, Kommissionsmitglieder usw. Damit sind Sie zumindest Beeinflusser von Mobilitätsprojekten. Wie können Sie nun sicherstellen, bei Mobilitätsfragen die wichtigsten 3-4 Marketing-Grundsätze berücksichtigt zu haben? (Selbstorganisation versus Struktur...)
- o „K – K – S – S (4P)
 - K für Kunde - die erste Frage: *Wer* soll die Mobilitätsleistung konsumieren? Wie sehen diese Menschen aus, in Fleisch und Blut, was sind deren „Frustrationen“, Wünsche, Bedürfnisse, Einstellungen, Denkhaltungen...ganz konkret! Es ist eben ein Unterschied, ob Sie eine Velostation machen für „ÖV-orientierte Velofreaks“ oder „ÖV-desinteressierte Noch-Nicht-Velofahrer“! (Ein Beispiel hierzu wäre die Velostation Bern Bollwerk: Geplant war diese Velostation ursprünglich als Ersatz für eine wegfallende bestehende Veloparkierung, mit tiefem Standard. Der Standard der schliesslich realisierten, neuen Anlage war dann aber sehr hoch. Zielgruppe wurden damit die „Noch - Nicht – Velofahrer“. Die Werbung für diese „high-end-Veloparkieranlage“ richtete sich dann aber wiederum an die falsche Zielgruppe, nämlich an die „Verzichtsethiker“, die „Sowieso involvierten und Interessierten“. Entsprechend gestalteten sich dann auch die Werbemittel, Posters und Plakate. Also: wen hat man als Zielgruppe vor Augen? Demzufolge das Produkt-Konzept, später dann auch die Werbung ausgestalten!) (→ Hinweis auf die psychografische Karte der Schweiz / Plakat aufgehängt)
 - K für Konkurrenz - die zweite Frage: *Welche Optionen* haben Ihre potenziellen Zielgruppen – die „Mobilitäts-Bedürftigen“, um auch sonst noch von A nach B zu kommen? Welches sind quasi die „Konkurrenz-Angebote“? Aus Kundensicht muss hier sicher in Kategorien von Mobilitätsketten gedacht werden: Denn fast immer stiftet erst eine bestimmte Kombination von Verkehrsmitteln den gewünschten Nutzen für den Kunden.
 - S für Segment - die dritte Frage: Wie sieht nun das „verbleibende“ Markt-Segment aus? Quasi die „Restmenge an *Bedürfnissen*“, das, was durch bestehende Angebote nicht befriedigend abgedeckt werden kann....? Sie sind Bauverwalter und bauen einen Radweg: Können Sie mit diesem Radweg ein Mobilitätspaket schnüren, welches Ihre Zielgruppe besser als jedes andere Angebot von A nach B bringt...?
 - S für Strategie - die vierte Frage: Sie haben ein Kundenbedürfnis identifiziert, das voraussichtlich durch Ihr Mobilitätsprojekt besser als sonst wie abgedeckt werden kann: *Wie* packen Sie nun diese Chance, ganz konkret an? Und hier kommen dann die berühmten 4 Marketing-Ps zur Anwendung: „Product“: wie soll das Produkt = Radweg, Fussgängerunterführung etc. aussehen, „Promotion“: wie die Werbung resp. die Kommunikation. „Place“: wo machen Sie dieses Produkt/DL örtlich verfügbar oder sichtbar, „Pricing“: wie gestaltet sich die Abgeltung. Die beiden letzten „Ps“ – „Pricing“ und „Place“ - sind in dieser Situation weniger relevant, da kaum beeinflussbar.
- **Ich komme zum Schluss:**
- „Marketing“ hilft, Mobilitäts-Produkte besser auf die Bedürfnisse der Menschen abzustimmen. Damit wird der Infrastruktur-Franken effizienter eingesetzt, Steuergelder geschont und letztlich die Wirtschaft gefördert. Und davon profitiert wiederum das Marketing – womit sich der Kreis schliesst.
- Die 4 wichtigsten Marketing-Fragen merkt man sich am einfachsten mit der Grundformel „KKSS“, wobei im letzten S immer die berühmten 4Ps mitbeantwortet werden müssen.
- Wenn Sie das beherzigen, dann haben Sie Ihre Hausaufgaben aus Sicht des Marketings gemacht. Mehr noch: Sie leisten damit einen wertvollen Beitrag, dass Ihre Massnahmen im Bereich „Mobilität“ mehr Aussicht auf Erfolg haben.
- **Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!**

Mappe Mobilitätsmanagement in Unternehmen

Praxisbeispiel Kanton Aargau

Mobilitätsmanagement = MM

Infoveranstaltung Mobilservice Praxis, 7.9.05, Ruth Furrer



Ausgangslage

- Unternehmen sind stark am Mobilitätsgeschehen beteiligt
- optimiertes Mobilitätsverhalten
 - reduziert Verkehr in der Gemeinde
 - reduziert Kosten für die Unternehmen
 - verbessert Image
 - verringert Belastungen

Anliegen des Kantons

- Kanton möchte Unternehmen für ein partnerschaftliches Vorgehen gewinnen
- Kanton unterstützt Gemeinden, um gemeinsam auf Unternehmen zuzugehen

Anlass

- Parkplatznot, Erschliessungsprobleme
- Verfahren (Baubewilligung, Umweltverträglichkeitsprüfung, etc.)
- Umweltimage / Gesundheitsförderprogramme
- Schlechte / keine Erschliessung mit öffentlichem Verkehr

Kontakte

- Verfahren
- Revision Nutzungsplanungen
- Energie-Apéro
- Mobilitäts-Aktionstag vom 22. September
- weitere Kontakte der öffentlichen Hand mit Unternehmen

10 Handlungsfelder

- Business CarSharing
- CarPooling
- Eco-Drive
- Fahrzeugbeschaffung
- Firmenerreichbarkeit
- Fuss- und Veloverkehr
- Kommunikation
- Parkraummanagement
- öffentlicher Verkehr
- Verkehrsmittelwahl

Zwei mögliche Vorgehensweisen

- Einzelmassnahmenorientiert
- Integriert

Beispiel 1: IKEA

An die Redaktionen

1. Juli 2005



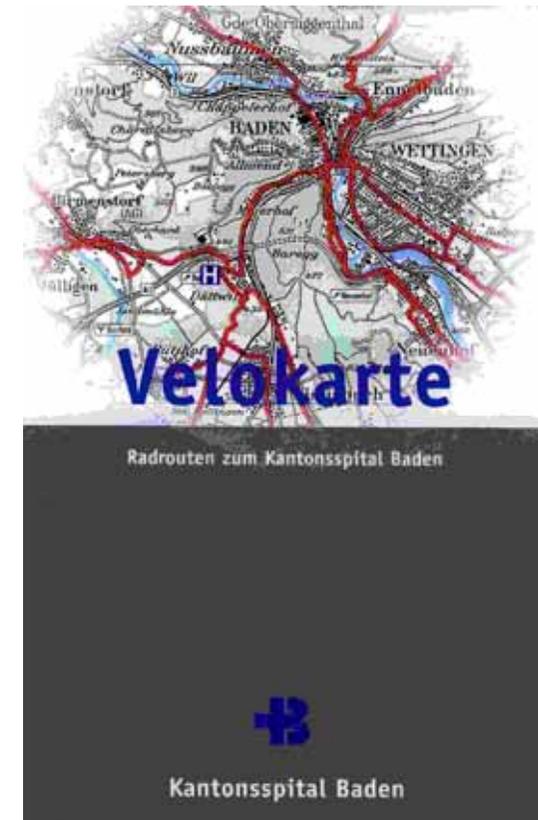
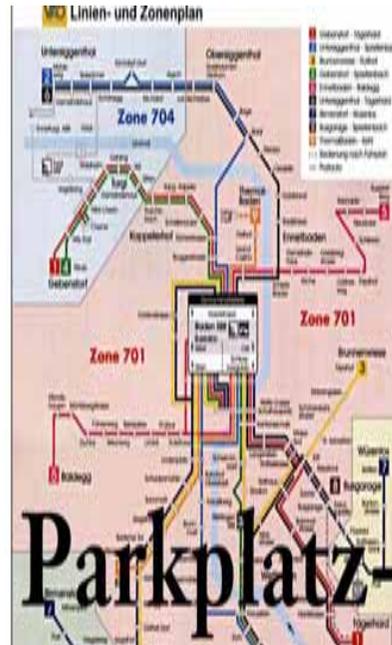
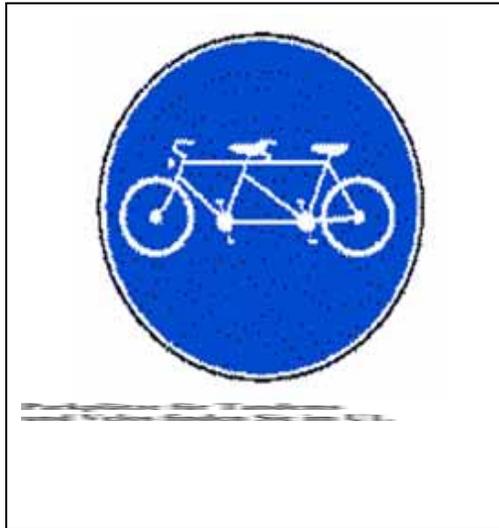
Medienmitteilung

**IKEA nimmt umweltfreundliche erdgasbetriebene Transporter von
Mobility in Betrieb**

→ Mobility

→ Fahrzeugbeschaffung

Beispiel 2: Kantonsspital Baden



- Fuss- und Veloverkehr
- Parkraummanagement
- Verkehrsmittelwahl

Der Kanton Aargau unterstützt ...

... MM-Initialberatungen von Unternehmen fachlich und finanziell

... Impulsberatungen von Gemeinden im Rahmen von Mobilservice PRAXIS (zusammen mit EnergieSchweiz für Gemeinden).

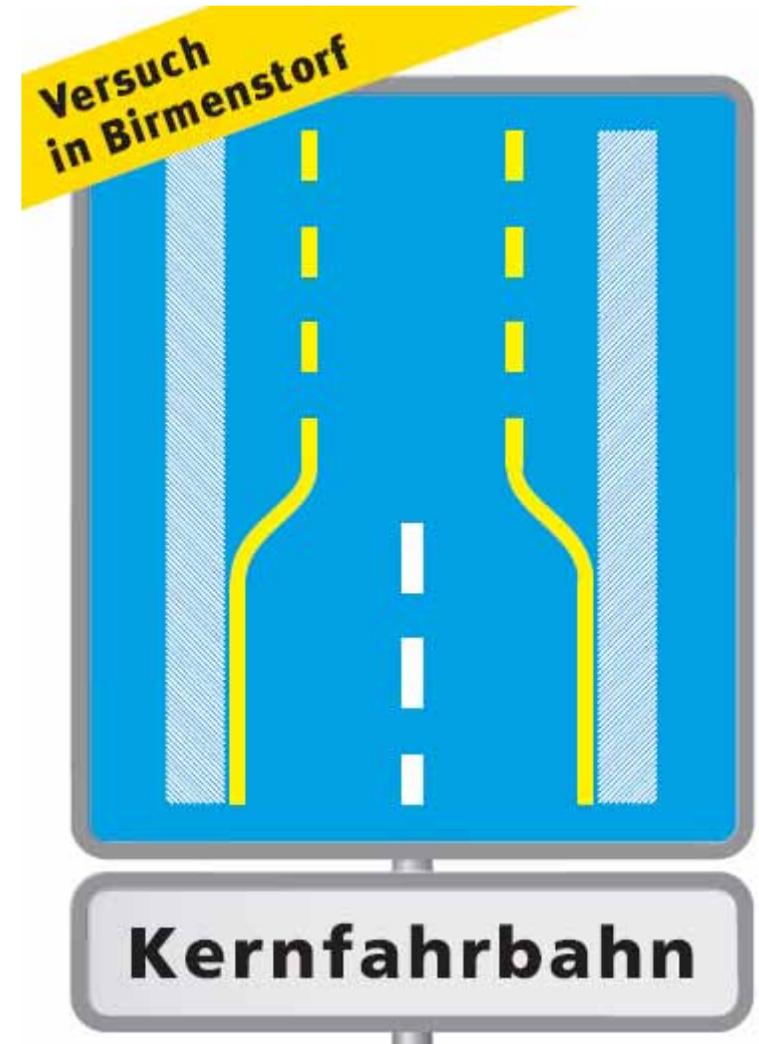
Wir freuen uns über Ihr Interesse!

Infos und Kontakt unter

- www.mobilservice.ch --> Praxis --> Beratung
- aargaumobil@ag.ch oder 062 835 33 49 (Ruth Furrer)

Kernfahrbahnen – die Strasse für alle Räder

Praxisbeispiel Kanton Aargau



Eigenschaften

- Keine weisse Mittellinie
- links und rechts ein gelber Radstreifen
- zwei Personenwagen können im Raum zwischen den Radstreifen kreuzen
- zwei breite Motorfahrzeuge (Busse, Lastwagen) müssen zum Kreuzen auf die Radstreifen ausweichen.

Rahmenbedingungen

- Platzverhältnisse lassen keine Radstreifen zu
- Viel benutzte Radroute ohne Ausweichmöglichkeiten
- Verkehrsaufkommen (DTV, LW-Anteil) nicht zu hoch

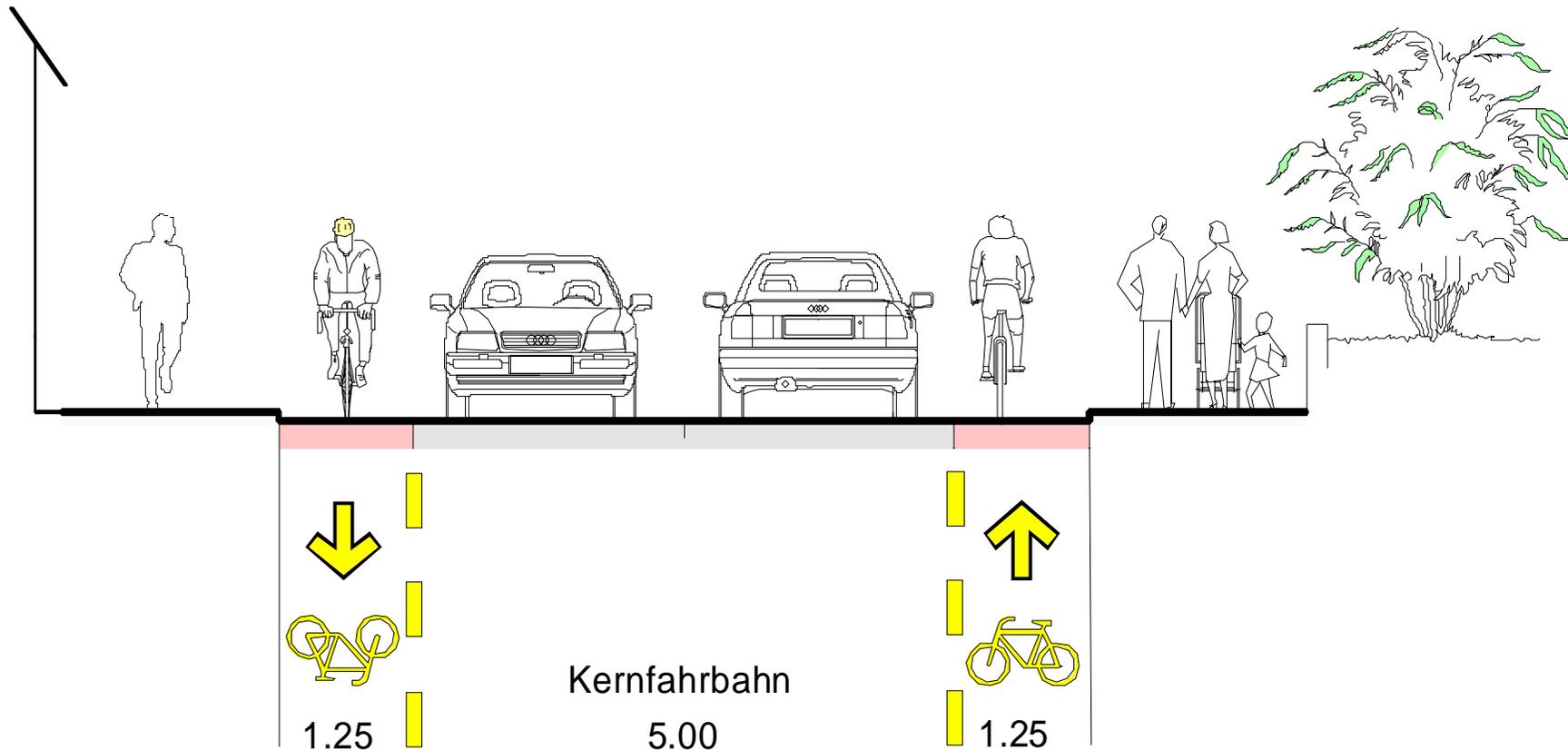
Weshalb?

- Vorsichtiger und vorausschauendere Fahrweise
 - mehr Rücksicht auf Radfahrende
 - Integration des Radverkehrs im Strassenraum
 - Verkehr fliesst ruhig
 - signalisierte Höchstgeschwindigkeit wird eingehalten

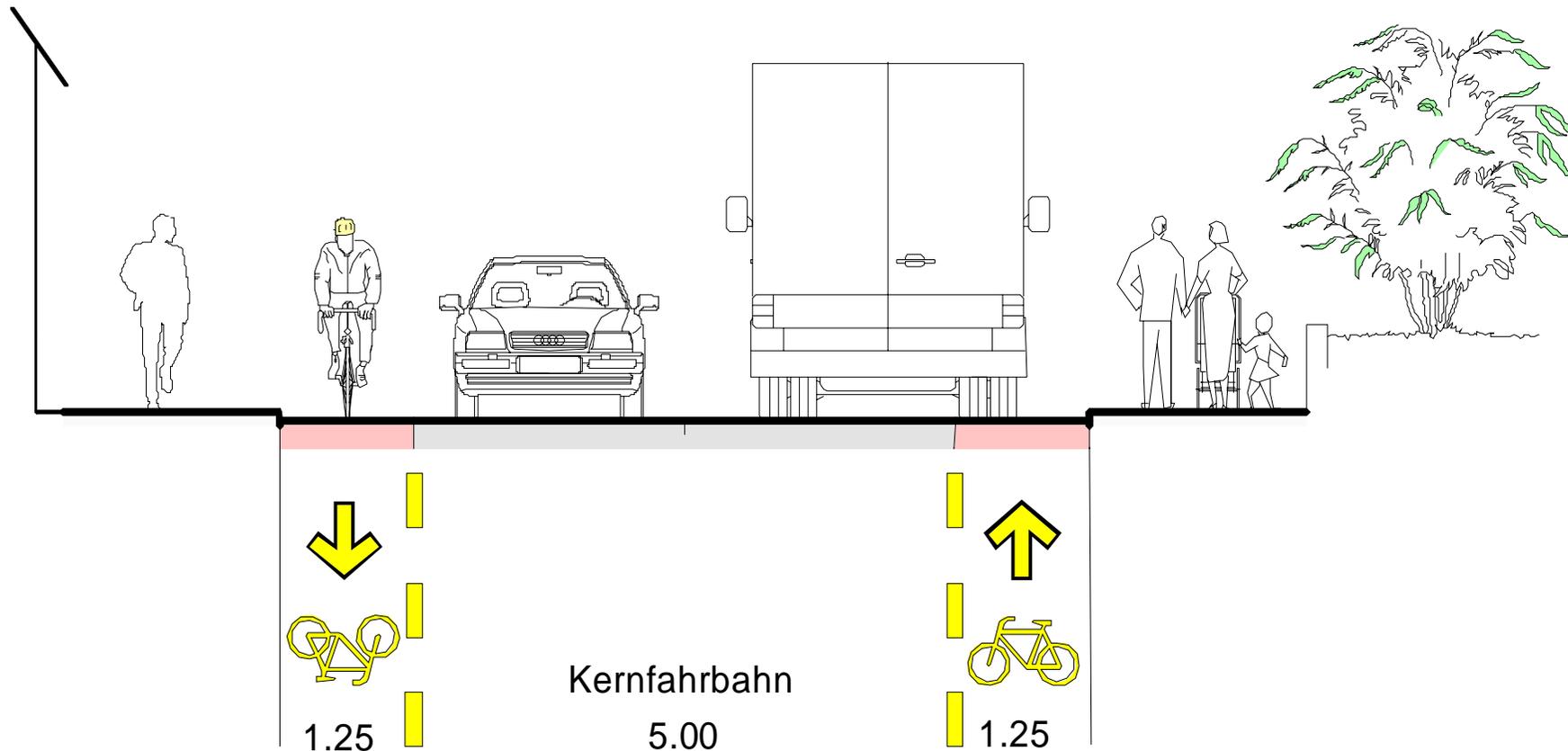
Fazit

- Verkehrssicherheit wird erhöht
- Radfahrende werden geschützt
- Keine aufwändigen Strassenverbreiterungen

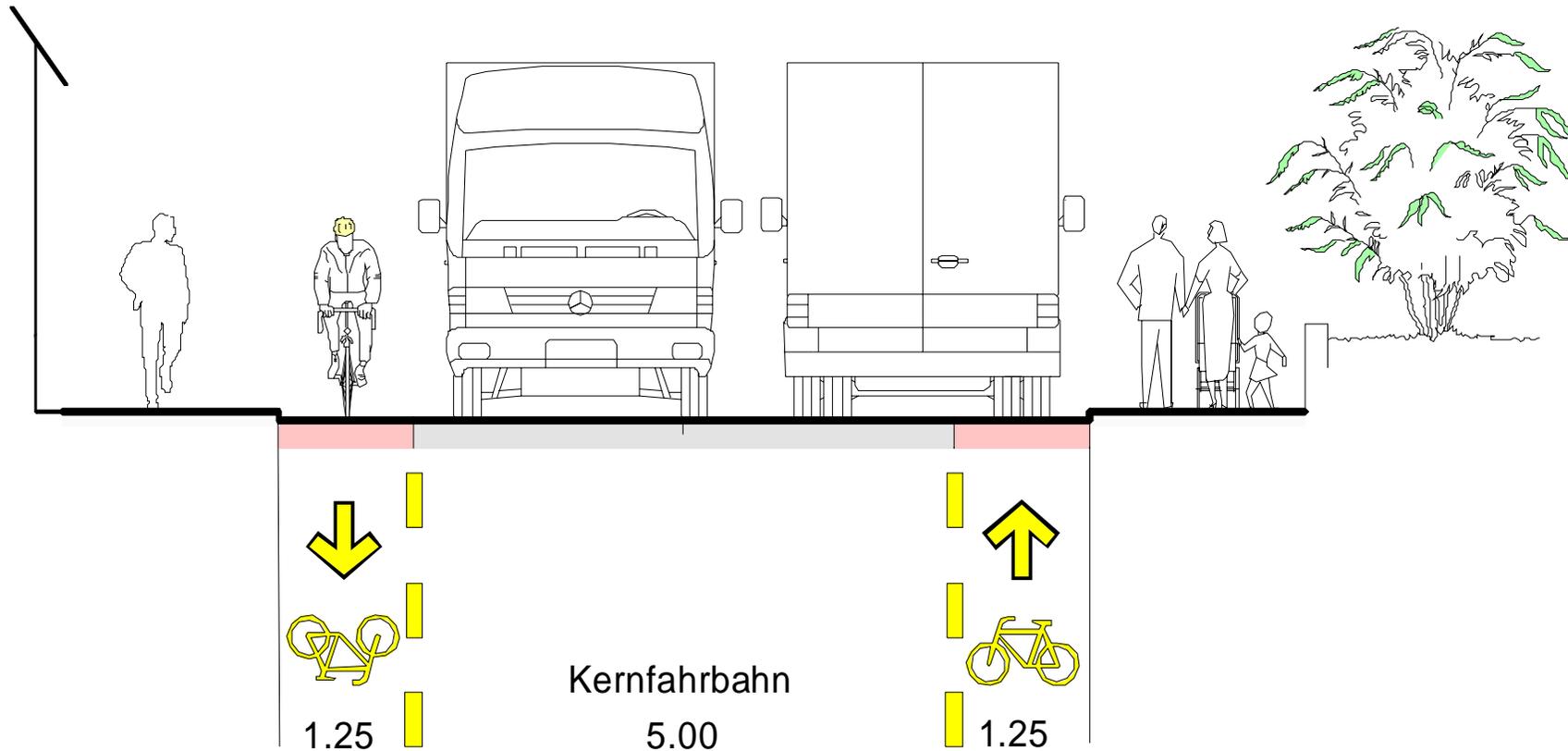
Standardsituation 1: 2 PW, 2 Velos



Standardsituation 2: 1 Velo, 1 PW, 1 LW



Standardsituation 3: 1 Velo, 2 LW



Pilot Birmenstorf

- Information der Bevölkerung und Verkehrsteilnehmenden mit Flyer, Plakaten und Infoveranstaltung
 - Warum?
 - Wie fahren?
 - Wie weiter?
- Positives Ergebnis des Pilotbetriebs
- Definitive Markierung