

MOBILSERVICE 

Vernetzung der Aktiven im Mobilitätsmarkt



Businessplan

Februar 2003

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----|---|----|
| 1. | Zusammenfassung..... | 4 |
| 2. | Unternehmung..... | 5 |
| 3. | Produkte, Dienstleistungen | 8 |
| 4. | Markt, Kunden | 11 |
| 5. | Konkurrenz ⇔ Kooperation..... | 12 |
| 6. | Organisationsstruktur, Führungsstrategien | 14 |
| 7. | Ausblick Finanzen | 16 |

Vision Mobilservice 2010

Mobilservice

ist ein europaweit bekanntes, mehrsprachiges, rege benutztes Vernetzungsinstrument für Profis und Aktive im Mobilitätsmarkt und ist auch auf französisch, italienisch und englisch verfügbar. Mobilservice ist eine Drehscheibe für innovative Mobilitätsangebote und -entwicklungen und eine unentbehrliche Informationsquelle für Städte und Gemeinden. Der angestrebte Marktanteil an Nutzerinnen und Nutzern in der Schweiz liegt bei 15'000 - 20'000 Abonnenten. Mobilservice baut das bestehende Dienstleistungsangebot weiter aus: Es ergänzt die Dossierbeiträge mit eigenen Recherchen, es bietet eine elektronische pdf-Bibliothek für Träger von Mobilservice an.

Mobilservice

ist eine neutrale Non-Profit-Organisation, dessen Finanzierung über Trägerbeiträge, Aufträge und Partnerschaften, Zuwendungen der öffentlichen Hand und Mitgliederbeiträge gesichert ist. Mobilservice tritt nicht selber als Verkäuferin von Produkten auf.

1. Zusammenfassung

Ziel:

Mobilservice fördert die kombinierten Mobilität. Dabei stehen nachhaltige Mobilitätskonzepte und ihre Umsetzung im Vordergrund.

Branche:

www.mobilservice.ch ist eine Internetplattform und ist in der Dienstleistungsbranche angesiedelt.

Markt:

In der Schweiz liegt der potentielle Marktanteil der Nutzer und Nutzerinnen bei 30'000 Personen. Mobilservice strebt an, in den nächsten Jahren, die Zahl der Abonnenten auf 15'000 Personen zu erhöhen.

Produkte:

Mobilservice bietet den Aktiven im Mobilitätsmarkt in konzentrierter Form eine rasche und kompakte Übersicht über Angebote, Produkte und Trends im Mobilitätsmarkt und verfügt über ein breites Dossier-Archiv. Zu den Kernleistungen von Mobilservice gehören Fachbeiträge (Dossiers) mit Hintergrundinformationen, welche auf einer eigenen Datenbank archiviert sind und von allen registrierten Nutzern (Abonnenten) jederzeit abgerufen werden können. Alle vier Wochen geht ein elektronischer Newsletter mit 8 - 10 von der Redaktion ausgewählten Kurzinformationen an die AbonnentInnen.

Dienstleistungen:

Dossiers, Newsletter, Agenda, Diskussionsforum, Infoforum, Marktplatz, Kommunikationspartnerschaft, Adressen und Links, Führen von Dossier-Datenbanken für Kunden

Organisationsstruktur

Generalversammlung der Mitglieder, Vorstand, Fachbeirat, Revisionsstelle, Geschäftsstelle, Redaktion

Schlüsselzahlen in CHF:

| | R 2000 | R 2001 | B 2002 | B 2003 |
|---------------------------|----------|----------|----------|------------|
| Umsatz | 54'450.- | 42'200.- | 80'000.- | 320'300.-* |
| Verlust-/Gewinnvortrag | -2870.- | + 7500.- | - | - |
| Eigenleistungen des Teams | 58'700.- | 31'500.- | 23'500.- | - |
| Abonnentenzahlen | 50 | 120 | 500 | 1300 |

*inkl. Service francophone

Chancen:

Mit einer soliden Trägerschaft und einer breiten Vernetzung der Aktiven aus dem Mobilitätsbereich wird der Mobilitätsmarkt im Interesse der beteiligten Unternehmen und der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien durch den Wissensaustausch gestärkt und die Realisierung von vorbildlichen Massnahmen gefördert.

Risiken:

Falls die Finanzierung von Mobilservice nicht gesichert werden ist, kann das Angebot nur unter erschwerten Bedingungen aufrecht erhalten werden.

2. Unternehmung

Verein: **Mobilservice**
Postfach 47
3115 Gerzensee

Postadresse: **Mobilservice**
Aarberggasse 8
3011 Bern
Tel. 031 311 93 63
info@mobilservice.ch

Gründung:
1999

Rechtsstruktur:
Verein (Non-Profit-Organisation)

Zweckartikel: Der Verein Mobilservice bezweckt die Vernetzung von Profis im Mobilitätsmarkt durch den Austausch und die Bereitstellung von Know How im Bereich der kombinierten Mobilität sowie innovativer Aspekte im Bereich der Mobilität.

Organe:
Vorstand, Fachbeirat, Geschäftsstelle, Buchhaltung, Revisionsstelle (vgl. 6. Organisationsstruktur)

Träger*: Träger von Mobilservice finanzieren die Leistungen von Mobilservice jährlich mit einem namhaften Betrag

- AOE Autoverkehr Oberemmental, Langnau
- asm Aare Seeland mobil AG, Langenthal
- Baumann + Partners GmbH, Luzern
- BERNMOBIL, Bern
- Bill GmbH, Ostermundigen
- BLS Lötschbergbahn AG, Bern
- Büro für Mobilität AG, Bern/Burgdorf
- Infrac, Zürich/Bern
- Mobility Car-Sharing Schweiz, Luzern
- Planungsbüro Jud AG, Zürich
- RM Regionalverkehr Mittelland AG, Burgdorf
- RUNDUM mobil, Thun
- SAQ Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für Qualitätsförderung, Olten
- Sozialforschungsstelle des Psychologischen Instituts der Uni Zürich
- SQS Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- u. Management-Systeme, Zollikofen
- Verkehrsbetriebe Biel - Bienne
- Verkehrsbetriebe Glattal, VBG

Einmalige Beiträge, Zuwendungen der öffentlichen Hand:

- Bundesamt für Energie, Programm EnergieSchweiz, Ittigen
- Bundesamt für Raumentwicklung, Bern
- Regionalkonferenz öffentlicher Verkehr Zentralschweiz, Luzern, Kriens
- KIGA Kt. Bern, Abt. Umweltschutz, Bern

Mitglieder*: Einzelmitglieder bezahlen jährlich Fr. 50.-, Büromitglieder Fr. 200.- für die Leistungen von Mobilservice

- 80 Einzel- und Büromitglieder

Abonnenten*: eine kostenlose Registrierung ist die einzige Voraussetzung für das Abonnement von Mobilservice

- 530 registrierte Abonnentinnen und Abonnenten

*Stand: Feb. 2003

Strategische Eckwerte:

Zeitraum 2003 – 2005:

Feb. 2004: 1500 AbonnentInnen
Ende 2005: 4000 AbonnentInnen

Finanzplan (inkl. W-CH)

2003: Fr. 320'000.-
2004: Fr. 320'000.-
2005: Fr. 340'000.-

Eine Redaktionsstrategie ist vorhanden.

Eine PR-Strategie wird noch erarbeitet.

Schlüsselzahlen in CHF:

| | R 2000 | R 2001 | B 2002 | B 2003 |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Umsatz | 54'450.- | 42'200.- | 80'000.- | 320'300.-* |
| Verlust-/Gewinnvortrag | -2870.- | + 7500.- | - | - |
| Eigenleistungen des Teams | 58'700.- | 31'500.- | 23'500.- | - |
| Abonnentenzahlen | 50 | 120 | 500 | 1300 |

*inkl. Service francophone

| Produkte | |
|---|--|
| Stärken | Schwächen |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aktualität, Schnelligkeit • Inhaltliche Tiefe • Unabhängigkeit • Newsletter: regelmässig mit ausgewählten und gewichteten Themen (alle 4 Wochen 8 - 10 News mit hinterlegten Dossierbeiträgen) • Kostenloses Abonnement gegen Registrierung | <ul style="list-style-type: none"> • Noch unvollständige Abdeckung der Kernthemen (im Aufbau) • Instrumente für Vernetzung (noch zuwenig bekannt) • Medium Internet als Dokumenten-Archiv noch zu wenig breit bekannt |
| Marketing | |
| Stärken | Schwächen |
| <ul style="list-style-type: none"> • Elektronischer Newsletter: gute Qualität, nicht überladen, regelmässig • Persönliche und berufliche Vernetzung im Mobilitätsbereich | <ul style="list-style-type: none"> • Marketingstrategie (in Entwicklung) • Keine echte Werbe- und Marketingmassnahmen (Geldfrage) • Stärkung der Vernetzung mit Printmedien |
| Management | |
| Stärken | Schwächen |
| <ul style="list-style-type: none"> • Redaktionsstrategie vorhanden • Breite Abstützung der Akteure von Mobilservice • Hohe Kontinuität Geschäftsstelle/Redaktion • Hoch motiviertes Team, klein und dynamisch | <ul style="list-style-type: none"> • Vorstand, Fachbeirat, teilweise Geschäftsstelle als „Nebenamt“-Management: Gefahr der zweitrangigen Priorität • Bisher unbezahlte Vorstandsarbeit |
| Finanzen | |
| Stärken | Schwächen |
| <ul style="list-style-type: none"> • Überlebensfähigkeit • Beharrlichkeit • Eigenleistungen | <ul style="list-style-type: none"> • Trägergewinnung braucht grosses Engagement • Grosse Unternehmen/Organisationen fehlen noch (SBB, TCS, VöV, etc.) |

3. Produkte, Dienstleistungen

Produkte:

- Dossiers
- Newsletter
- Agenda
- Diskussionsforum
- Infoforum
- Marktplatz
- Kommunikationspartnerschaft
- Adressen und Links
- Datenbank

Geographische Ausweitung allgemein, Westschweiz im speziellen:

- 530 Abonnenten und Abonnentinnen, davon 45 Personen aus Deutschland, 10 aus Österreich und zwei aus dem Fürstentum Liechtenstein
- geplante Ausweitung in die Westschweiz (Projektphase Dez. 2002 – Feb. 2004)
- Potential im gesamten deutschsprachigen und französischsprachigen europäischen Raum

Produkte-Beschreibungen:

Allgemein gilt: Die einzige Bedingung, um das kostenlose Informationsangebot von Mobilservice nutzen zu können, ist die Registrierung der NutzerInnen. Weitere Informationen zu Finanzierungsfragen sind im Kapitel 10 zusammengestellt.

Newsletter:

regelmässige (1x Monat), ausgewählte (8 –10 Dossiers), sachliche, elektronische Informations-sendung an die AbonnentInnen

Dossiers:

Gut recherchierte, fundierte Fachbeiträge mit Hintergrundinformationen. Volltextsuche im Dossiertext in allen Jahrgängen mit Möglichkeit zum Download von pdf-Dokumenten. Elektronische Fachzeitschrift und virtueller Fachverband

Kommunikationspartnerschaft/Weiterbildung:

Aktuelle und umfassende Ausschreibungen von Weiterbildungsangeboten. Mit einer Kommunikationspartnerschaft zwischen Anbietern und Mobilservice können die qualifizierten Abo-Adressen von Mobilservice direkt informiert werden.

Agenda:

Aktuelle und umfassende Ausschreibungen von Tagungen und Events aus dem Mobilitätsbereich.

Diskussionsforum:

Das Diskussionsforum von Mobilservice ermöglicht einen Meinungsaustausch über das Internet. Das Diskussionsforum ist so strukturiert, dass die Beiträge chronologisch aufgeführt und Antworten auf bestimmte Beiträge dazwischengeschoben werden.

Infoforum:

Das Infoforum ermöglicht den interaktiven Dialog unter Profis und PolitikerInnen. Es können Fragen oder Tipps in die Runde geben und umgekehrt Nachrichten von Fachkolleginnen und -kollegen erhalten.

Marktplatz:

In der Rubrik Marktplatz können auf der Stellenbörse offene Stellen ausgeschrieben oder ein Stellensuche-Inserat aufgegeben werden. Bei der Marktrundschau sind neue Produkte und Portraits über Firmen in der Mobilitätsbranche zu finden. Die beliebten Gratis-Inserate beherbergen nach Rubriken geordnet spannende Angebote und Nachfragen beruflicher und privater Art.

Adressen und Links:

Vernetzung pur. Links und Angebote zu den Bereichen: Pressedienste, Presseschau, Fachzeitschriften, OeV-Unternehmungen, Mobilitätsanbieter, Güterverkehr, Büros, Organisationen, Öffentliche Verwaltung, Lieferanten, Personenverzeichnis, Politik Aktuell, Bildung, Wissenschaft, Forschung, sind in dieser Rubrik aufgelistet.

Weitere Dienstleistungen:

Erstellung von Dossiers:

- PR-Dossiers: für Firmen, klare Deklaration (Kosten für Recherche plus Versand), einzeln oder periodisch
- Themen-Dossiers nach Aufwand für öffentliche Hand, Verbände

Erweiterung Datenbankstruktur:

- Angebot an Interessierte: Ergänzung/Verbindung der Datenbankstruktur von Mobilservice mit Dossierstrukturen interessierten Trägern/Partnern

Kundenbetreuung:

Anfragen elektronischer, telefonischer, brieflicher Art etc. werden prompt und fachkundig beantwortet. Mobilservice legt Wert auf eine gute Kundenbetreuung und Kundenbindung.

Überweisende Seiten:

Über die folgenden Suchmaschinen oder Herkunftsseiten wird www.mobilservice.ch am häufigsten angewählt: google, search, mobiltour, yahoo, energieschweiz, green, berrmobil. Diese Verlinkung muss noch ausgebaut werden.

Mobilitätsmanagement in Unternehmen

Zielpublikum sind Mobilitätsbeauftragte in Unternehmungen und Verwaltungen. Mobilservice macht in Dossiers beispielhafte Lösungen bekannt, zeigt den Nutzen auf und postuliert ein Mobilitätsmanagement in Betrieben.

Kundennutzen:

| | AbonnentInnen | Einzelmitglied | Büromitglied | Träger |
|--|----------------------|-----------------------|---------------------|---------------|
| Nutzen des Angebots zum Gratis-Tarif | | | | |
| Gezielte Weiterbildung am Arbeitsplatz (elektronische Fachzeitschrift, virtueller Fachverband) | | | | |
| e-Newsletter und Zugriff auf Dossiers | | | | |
| Mitbestimmung, Teilnahme an Veranstaltungen | | | | |
| Erhalt von Leistungen: PR-Dossiers, Werbebanner, Kommunikationspartnerschaften, Stelleninserate | | | | |
| Imagegewinn durch Engagement für übergeordnete Ziele (Förderung nachhaltige Mobilität und Vernetzung von Akteuren) | | | | |
| Akquisitionsplattform | | | | |
| Beitrag zur Stärkung der Branche | | | | |

4. Markt, Kunden

Zielgruppen / Zielgruppengrösse

| | |
|---|----------------|
| Zielgruppe | |
| Städte und Gemeinden Verwaltungen Bund und Kantone | |
| Bildung: Hoch- und Fachhochschulen, Forschung, Institute, Berufsschulen, Erwachsenenbildung (Lehrkräfte und Studierende) | |
| Fachkommissionen (Kantone und Bund) | |
| Büro für Verkehrs- und Raumplanung, Ingenieurbüros, etc. | |
| Transportunternehmungen und Mobi- litätsanbieter | |
| Unternehmen | |
| Fachorganisationen | |
| Medienschaffende | |
| Interessierte Einzelpersonen | |
| Lieferanten, Produkteanbieter | |
| Total geschätztes Potenzial | 15'000* |

Wert der Leistungen von Mobilservice:

Positionierung von www.mobilservice.ch zwischen Fachzeitschrift und Weiterbildung

Fachzeitschrift

Fr. 120.- bis 200.- p.a

Mobilservice

Fr. 200.- p.a

Weiterbildung

Fr. 300.- bis 5'000.- p.a.

Fazit: Wert eines Mobilservice-Abonnementes Fr. 200.- p.a.

5. Konkurrenz ↔ Kooperation

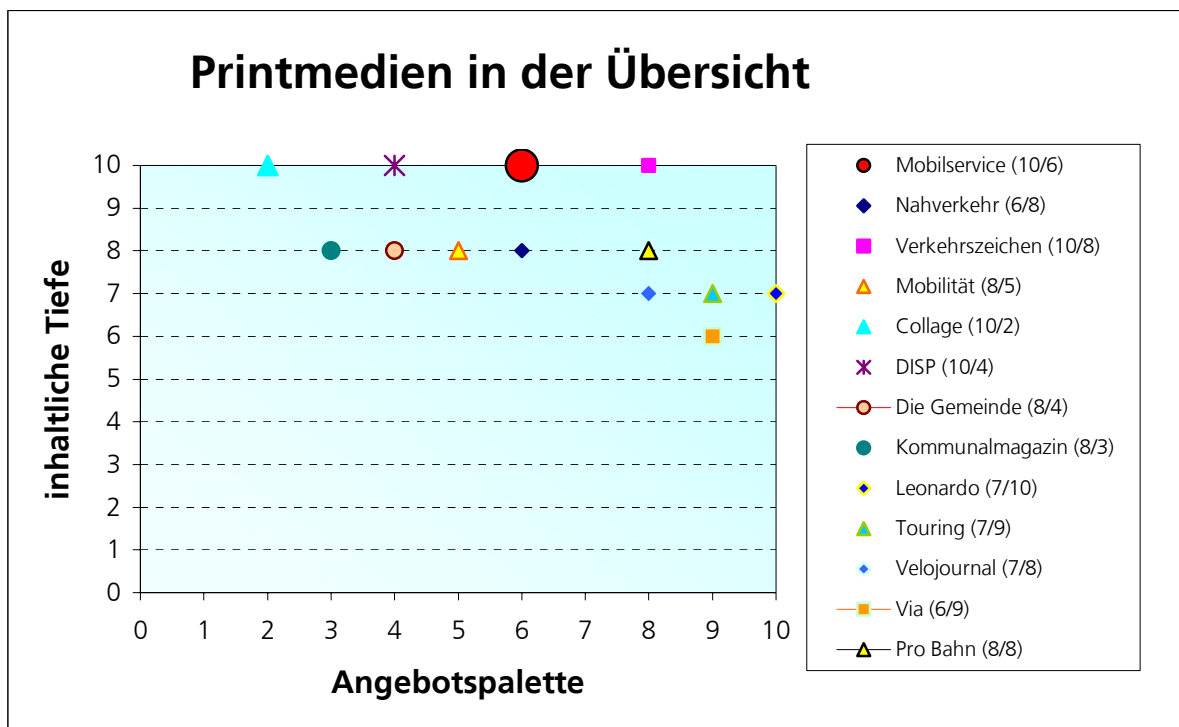
Produkte, die nah bei Mobilservice positioniert sind, haben grundsätzlich das Potenzial als gegenseitig befruchtender Partner (Austausch, Informationsquelle, potentielle Träger) oder als gesunde Konkurrenz (ähnliches Dienstleistungsangebot) zu Mobilservice zu stehen. Partnerschaften mit inhaltlich nahestehenden Printmedien sind gewünscht. Zu einzelnen Produkten von Unternehmen, Körperschaften, Büros muss das Verhältnis noch geklärt werden.

Konkurrenz: Transportunternehmen binden hohe finanzielle Mittel für ihre Öffentlichkeitsarbeit, die dann für Mobilservice als übergreifendes Angebot nicht zur Verfügung stehen.

Durch Vernetzung und Kooperation mit Partner gewinnt Mobilservice weiter an Breite und Tiefe.

Print

Vorteil von Mobilservice bezüglich Printmedien: Das gesamte, nach Themenschwerpunkten geordnete Dossierarchiv ist als Datenbank im Gegensatz zu Printmedien online vorhanden und kann ohne Aufwand durch die AbonnentInnen benutzt werden.



Grafik: Bewertung der einzelnen Produkte im Bereich Mobilität bezüglich
 - inhaltlicher Tiefe (1 – 10)
 - Angebotspalette (1 – 10)

(1: tief) – (10: hoch)

Websites

- **www.fgm-amor.at (Forschungsgesellschaft Mobilität)**
Forschung, Beratung, Ausbildung und Projektumsetzung in Bereich Mobilitätsmanagement (Graz, Österreich)
- **www.epomm.org (European Platform on Mobility Management)**
EPOMM is an international partnership aiming to promote and further develop Mobility Man-

agement in Europe fine tune the implementation between the Member States of the EU and other countries in Europe.

- **www.eltis.org (European Local Transport Information Service)**
Europäische Portal für Nachrichten und Ereignisse im Nahverkehr, Verkehrsmaßnahmen, Politik und Vorgehensweisen in den europäischen Städten und Regionen.
- **www.itdp.org (Institute for Transportation & Development Policy)**
ITDP was set up in 1985, to promote environmentally sustainable and equitable transportation policies and projects worldwide. ITDP was organized by leading advocates for sustainable transport in the US who realized that the US was exporting its model of automobile dependence to developing countries and, most recently, Central and Eastern Europe. ITDP chose to focus on counteracting this development.
- **www.mobilitymanagement.be**
Die Toolbox für Mobilitätsmanagement in Firmen ist ein Werkzeug, das es Firmen erleichtern soll, ihren eigenen Mobilitätsplan zu entwerfen. Darüber hinaus soll erfolgreich gefördert werden, dass für den Weg zur Arbeit öffentliche Verkehrsdienste, Betriebsbusse, Fahrgemeinschaften oder Fahrräder genutzt werden oder die Strecke zu Fuß zurückgelegt wird. Die Toolbox wurde von einem Konsortium von europäischen Experten im Bereich Mobilitätsmanagement entwickelt.

Mail-Newsletter

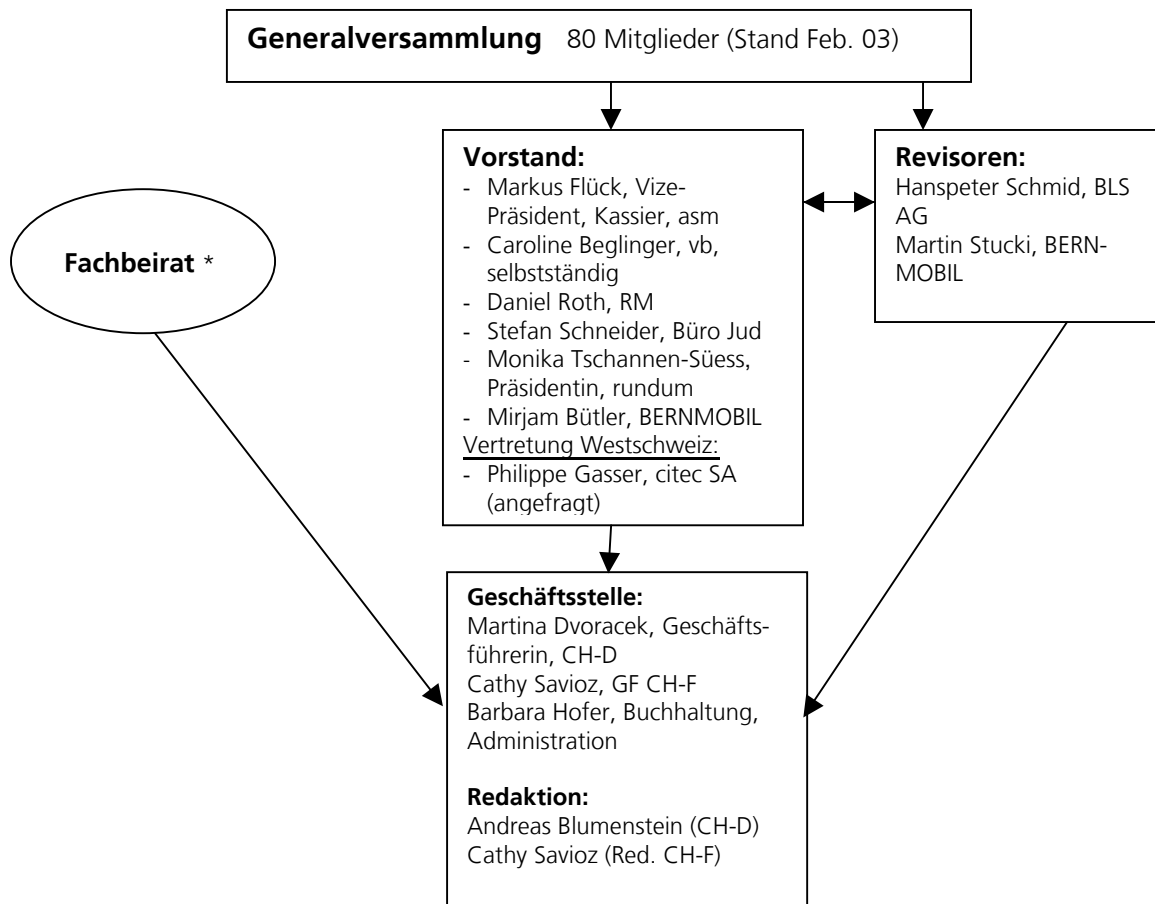
- **banana1.de:**
wöchentliche Informationen aus dem öV-Bereich
- **öV-Newsletter:**
Scannen der CH-Tages-/Wochenpresse zu öV-Artikel, unkommentierter Versand
- **Newsletter Fussverkehr Schweiz:**
mehrmals pro Jahr werden Informationen aus dem Bereich des Fussverkehrs versand
- **Ökomeidia:**
Datenbank mit Informationen zu allgemeinen Ökologie-Themen. Breite Palette, Angebot kostet, Dossiers kommen mit einer zeitlichen Verzögerung per Post zum Kunden

Körperschaften

- Litra
- VöV
- SVI
- SGAG
- FSU
- WWF Bildungsstelle
- Veloland Schweiz
- SchweizMobil
- FFU

6. Organisationsstruktur, Führungsstrategien

Organisationsstruktur



* Mitglieder des Fachbeirates:

- Hans Kaspar Schiesser (VöV)
- Kurt Erni (VCS)
- Felix Walter (NFP41/Forschung)
- Peter Jaggi (AOE, Kompetenzzentrum Bus)
- Rudolf Baumann-Hauser (Baumann & Partners GmbH, Unternehmensberatung)
- Stefan Brändli (ogs)
- div. Persönlichkeiten aus der Suisse romande werden angefragt

Redaktionsstrategie

a) Organisation/Vernetzung

Zur Verbesserung des Informationstransfers vernetzt sich die Redaktion gezielt mit Bundesämtern, kantonalen Stellen, Verbänden, Büros und anderen Redaktionen.

b) Redaktionelle Inhalte

Themenspektrum: Mobilservice bietet ein breites Themenspektrum an. Innerhalb dieses Spektrums findet eine Priorisierung statt:

| Priorität | Themen |
|---------------|---|
| 1. Priorität | Angebote/Angebotskonzepte öV, kombinierte Mobilität, Langsamverkehr, Marketing/Kommunikation, Kampagnen/Sensibilisierung, Mobilitätsmanagement, Mobilitätskonzepte, Agglomerationsverkehr |
| 2. Priorität | Gesundheit, Kooperationsmodelle, Unternehmensmodelle, Gesamtmobilitätskonzepte, internationale News |
| 3. Priorität | Technik/Fahrzeuge, Nachhaltigkeit, Schweiz-EU, Gesellschaft, Sicherheit |
| 4. Randthemen | Güterverkehr, MIV, Flugverkehr |

Inhaltliche Tiefe: Der inhaltlich vertieften Darstellung eines Themas, eines Projektbeispiels, etc. wird hohe Priorität eingeräumt. In Dossiers werden in erster Linie Konzepte, Berichte, Publikationen, Tagungsunterlagen, Fachpublikationen und allenfalls Medienmitteilungen veröffentlicht. Artikel in Zeitungen und Zeitschriften werden nur dann übernommen, wenn sie a) ein Thema fundiert behandeln und b) keine anderen verwendbaren Quellen zur Verfügung stehen. Die Liste der Quellen wird fortlaufend ergänzt und ausgebaut.

c) Ausblick

Mittelfristig wird eine weitere Qualitätssteigerung der redaktionellen Leistungen angestrebt. Für die kontinuierliche Verbesserung dient u.a. die Umfrage zur Redaktionsstrategie bei Fachbeirat und Vorstand. Zur breiteren Vernetzung, der inhaltlichen Vielfalt, einer besseren Themenauswahl und Themengewichtung wird die Redaktion mittelfristig von mehreren Personen be- resp. mitbetreut. Der Aufbau von „Best-in-practice“-Beispielen und einer Ideenbörse wird zusammen mit EnergieSchweiz geprüft.

PR-Strategie (in Bearbeitung)

Lohnpolitik

Entschädigung nach Aufwand bei Redaktion, Geschäftsleitung und Buchhaltung
Hohe Eigenleistung durch die Vorstandsmitglieder. Ziel ist, den Vorstandsmitgliedern und dem Fachbeirat eine angemessene Aufwandsentschädigung zu ermöglichen.

7. Ausblick Finanzen

Grundsätzliche Einschätzung:

- Projektphase III (12/02 – 02/04): Eingabe bei EnergieSchweiz. Die Chancen stehen gut, weil der Raum Westschweiz integrierender Bestandteil ist.
- Situation Einnahmen – Ausgaben (controlling erfolgt durch Buchhaltung/Präsidentin)
- Mitgliederbeiträge und Trägerbeiträge werden monatlich eingefordert: 8'000.-/Jahr, weiterer Ausbau ist erforderlich
- ARE, BAV haben Interesse an einem Auftrag („Bestandteil der Prozesse“)