

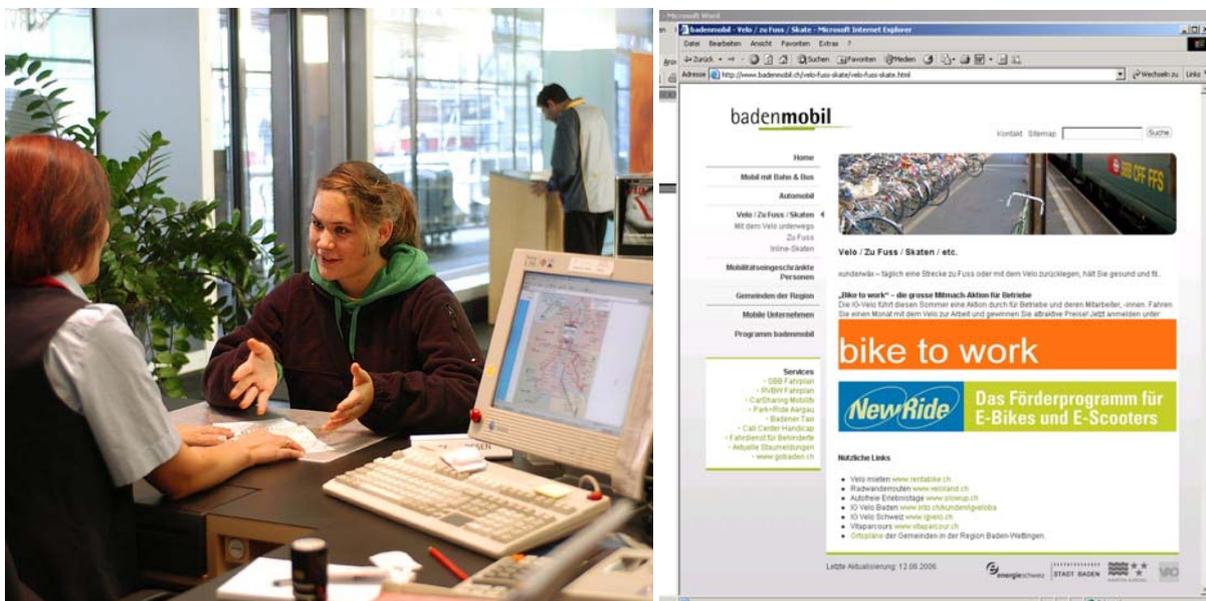
Praxis-Beispiel
MOBILITÄTSZENTRALE –
Information und Beratung
zur Mobilität



Erstellt am: 17.08.2006
Aktualisiert am: 04.08.2008

Unterstützt von:  **suisse énergie**

Übersicht



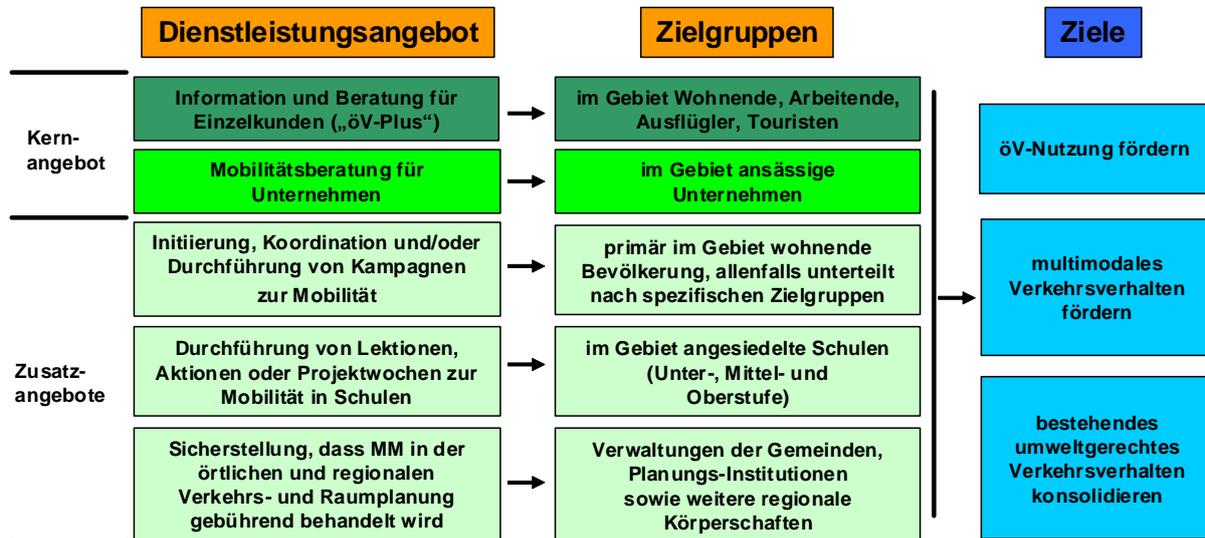
Mobilitätszentralen – Beratung persönlich und via Internet

Unsere Mobilitätsbedürfnisse werden zunehmend anspruchsvoller und komplexer. Sei es auf dem Weg zur Arbeit, zum Einkaufen oder während der Freizeit. Kaum jemand ist ausschliesslich mit dem Auto, dem Bus oder der Bahn, dem Velo oder zu Fuss unterwegs. Meistens werden diverse Arten der Fortbewegung kombiniert. Mobilitätszentralen informieren und beraten Privatpersonen und Institutionen im persönlichen Kontakt und über das Internet, damit diese ihre Ziele schnell, bequem und umweltfreundlich erreichen.

Beispiel Mobilitätszentrale in Baden

Die Mobilitätszentrale (MZ) badenmobil bietet an ihrer Auskunftsstelle am Bahnhofplatz 1 in Baden (AG) und auf der Website <http://www.badenmobil.ch> umfassende Informationen und Beratung zur Mobilität in der Region Baden-Wettingen. Die Dienstleistungen der MZ badenmobil werden partnerschaftlich durch die Regionalen Verkehrsbetriebe Baden-Wettingen (RVBW) und durch die Stadt Baden (Tourismusbüro Info Baden) erbracht. Die Mobilitätszentrale badenmobil wird gemeinsam durch den Kanton Aargau (Departement Bau, Verkehr und Umwelt, Abteilung Verkehr) und eine regionale Trägerschaft (Gemeinden BadenRegio) finanziert. Wesentliche Aufbauleistungen wurden zudem durch die Stadt Baden, den Verkehrsverband Aargau Ost (VAO), den Kanton Aargau, durch EnergieSchweiz und durch die RVBW erbracht. Weitere Mobilitätszentralen bestehen oder sind im Aufbau beispielsweise in Bern, Biel, Burgdorf, Thun und Zug.

Beschrieb



Die Dienstleistungsangebote der Mobilitätszentrale badenmobil, ihre Zielgruppen und Ziele (Erläuterungen dazu im Abschnitt „Angebot“)

Hintergrund

Die Stadt Baden zählt rund 16'000 Einwohner und 24'000 Beschäftigte. Baden ist gut in das Netz des öffentlichen Verkehrs eingebunden und mit den Autobahnanschlüssen an die A1 in Baden Dättwil und Neuenhof auch mit dem Individualverkehr sehr gut erschlossen. Geprägt von den Problemen am Baregg Tunnel der A1 in den 80er- und 90er Jahren hat die Stadt im Planungsleitbild 1998 das Mobilitätsmanagement verankert. Daraus entstand das Programm badenmobil und in einem seiner Teilprojekte die Grundlagen für die Mobilitätszentrale. Im Leitbild Verkehr 2005 von Baden Regio (<http://www.baden-regio.ch>) ist die etablierte Verkehrspolitik nachlesbar. Aufgrund der vielfältigen und komplexen Angebote im Bereich des öffentlichen Verkehrs und der kombinierten Mobilität ist es für die VerkehrsteilnehmerInnen heute nicht einfach, die für sie optimalen Angebote, Verbindungen und Tickets ausfindig zu machen und die Übersicht über die Kombinationsmöglichkeiten der Angebote zu wahren. Ausserdem sind vor allem innovative Konzepte wie beispielsweise das der kombinierten Mobilität oder CarSharing-Angebote noch zu wenig bekannt. Den Betreibern entgehen dadurch Einnahmen und Potenziale zur Mobilitätsoptimierung bleiben ungenutzt. Die MZ trägt mit ihren Dienstleistungen dazu bei, dass die vorhandenen Mobilitätsangebote (Tickets, Verbindungen) und Infrastrukturen bei den VerkehrsteilnehmerInnen besser bekannt werden und insbesondere die Verkehrsmittel des Umweltverbundes (Bahn, Bus, Velo, zu Fuss Gehen) und ihre Kombinationen – auch mit

dem Privatauto – vermehrt und effizienter genutzt werden. Sie hilft den Zielgruppen, ihr Mobilitätsverhalten zu optimieren und die Übersicht über die Kombinationsmöglichkeiten der Angebote zu wahren.

Angebot

Die MZ badenmobil besteht aus einem physischen und einem virtuellen Teil, die eng miteinander verknüpft sind und sich gegenseitig ergänzen. Neben der Zentrumsgemeinde Baden, wo sich auch die physische MZ befindet, beteiligen sich die Umlandgemeinden aus dem Gebiet von Baden Regio.

Die **physische MZ** soll an einem zentral gelegenen, gut frequentierten und mobilitätsrelevanten Ort (z.B. Bahnhof oder Fussgängerzone) errichtet werden. Sie informiert und berät die Bevölkerung über sämtliche Aspekte der Mobilität bzw. des Verkehrs in der Region Baden-Wettingen. Sie soll folgende Infrastruktur aufweisen:

- Wartezone mit Sitzgelegenheiten
- Computerterminals mit Zugriff auf die virtuelle MZ
- Schalter für Information, Beratung und Billettverkauf
- Präsentationsmöglichkeiten für Prospekte, Fahrpläne, etc.
- Back – Office
- Materiallager

Die MZ ist auch per Telefon, Fax und E-Mail erreichbar. Wünschenswert ist zudem die räumliche Nähe zu weiteren mobilitätsrelevanten Einrichtungen (z.B. Gepäckaufbewahrung, Touristinformation, Reisebüro, Check-In für Flugreisende, Velovermietung, CarSharing, Taxi-Standort). Ebenfalls sind dezentrale „Aussenstellen“ denkbar.

Der **virtuelle Teil der MZ** besteht aus einer Internetplattform, auf der alle mobilitätsrelevanten Informationen abrufbar sind und die auch als Portal zu anderen mobilitätsbezogenen Webseiten dient. Auch das Personal der physischen MZ kann die Internetplattform als Arbeitshilfsmittel nutzen.

Ein wesentliches Element der virtuellen MZ – bei badenmobil erst in Ansätzen vorhanden – bildet interaktives Kartenmaterial, welches alle mobilitätsrelevanten Informationen im Raum darstellt.

Die Internetplattform der MZ ist ein wichtiges Element für die Gemeinden der Region. Die BewohnerInnen holen sich die Mobilitätsinformationen eher über die virtuelle MZ. Die Gemeinden können selber dazu beitragen, dass gute Informationen über ihre Gemeinde auf der MZ-Internetseite abfragbar sind. Damit können sie für die Mitarbeit bei der MZ gewonnen und eine Mitfinanzierung erreicht werden.

In Baden sind die Voraussetzungen für eine Mobilitätszentrale ideal, da die Stadt und Region über ein gutes Mobilitätsangebot und gute Infrastrukturen verfügt. Die Aktivitäten einer Mobilitätszentrale können auch die

Verbesserung der Angebote vorantreiben. Das **Kernangebot der MZ** richtet sich an die Bevölkerung der Stadt und Region. In der physischen MZ liegen Informationsmaterialien zur Mobilität wie z.B. Broschüren, Flyer, Plakate und Fahrpläne auf. Bei Bedarf können die Kunden zudem eine persönliche spezifische Beratung in Anspruch nehmen. Den Kunden wird dabei geholfen, die optimale Route und Verkehrsmittelwahl für eine Reise zu gestalten, zu der auch – bei Wahl der öffentlichen Verkehrsmittel – gleich die benötigten Billets verkauft werden. Die MZ kann der Kundschaft auch Informationen zur kombinierten Mobilität oder zur Nutzung des Autos, wie z.B. Routenplanung, Strassenzustandsberichte oder Parkplatzverfügbarkeit liefern.

Das **ergänzende Angebot** der MZ badenmobil richtet sich gezielt an institutionelle Zielgruppen, die in ihrem Wirkungsbereich Einfluss auf das Mobilitätsverhalten von VerkehrsteilnehmerInnen ausüben können. In Baden werden insbesondere in der Region ansässige Unternehmen, Schulen oder Veranstalter angesprochen. Die MZ initiiert oder führt aber auch Projekte durch, die darauf ausgerichtet sind, ein verstärktes Bewusstsein zu Fragen der Mobilität zu generieren (z.B. Kampagnen jeglicher Art oder Aktionswochen in Schulen). Die Beratung von Unternehmen und die Aktivitäten der Mobilitätszentrale bieten auch Synergien. So können durch Mobilitätsberatung für Mobilitätsanliegen sensibilisierte Arbeitnehmer und Arbeitgeber Arbeiten für die Mobilitätszentrale auslösen.

Erfahrungen

Im Juni 2005 hat die gemeinsam von den RVBW und Info Baden geführte Mobilitätszentrale badenmobil am Bahnhofplatz 1 ihren Betrieb aufgenommen. Die Mitarbeitenden bearbeiten im Kernangebot einerseits persönliche Anfragen von Besuchenden, nehmen aber auch die per Telefon, Fax und E-Mail eingehenden Fragen entgegen. Pro Tag gelangen heute gut 120 Personen an die Mobilitätszentrale am Bahnhofplatz. Rund zwei Drittel dieser Kontakte betreffen Billetverkäufe zu den öffentlichen Verkehrsmitteln, ein Drittel umfasst Auskünfte und Beratungen zum Fahrplan, zu Ortsinformationen (Wo ist ...? Wie erreiche ich ...?), zu anderen Verkehrsmitteln sowie zu Möglichkeiten zu deren Verknüpfung. Die Kontaktnahme über Fax und Mail wird wenig benutzt.

Das ständig aktualisierte, umfangreiche Informationsangebot zur Mobilität auf <http://www.badenmobil.ch> steht seit anfangs 2005 zur Verfügung. Nach einer eher zaghaften Nutzung in der Startphase – vor der Eröffnung des Standorts am Bahnhofplatz im Juni 2005 lagen die Frequenzen bei 300-400 Besuchenden – stiegen die Besucherfrequenzen nach der Eröffnung zuerst auf 700-900 und dank Marketingaktivitäten auch danach stetig. Im Mai 2006 wurden auf der Website rund 1'700 Besucher registriert. Zu dieser Entwicklung dürfte auch eine steigende Anzahl Dritter beigetragen haben, deren Websites einen Link zu badenmobil anbieten. Das Potenzial des Internet basierten Angebots ist hoch. Dies ist in Baden noch nicht ausgeschöpft.

Die erzielten Erfolge bei der Mobilitätsberatung von Unternehmen (ergänzendes Angebot) haben viel zur heutigen Akzeptanz der Mobilitätszentrale beigetragen.

Profil

Verkehrsmittel

- ✓ Fussverkehr
- ✓ Veloverkehr
- ✓ Kombinierte Mobilität
- ✓ Öffentlicher Verkehr
- ✓ Motorisierter Individualverkehr
- ✓ Güterverkehr

Verkehrszweck

- ✓ Arbeitsverkehr
- ✓ Einkaufsverkehr
- ✓ Freizeitverkehr
- ✓ Geschäftsverkehr
- ✓ Serviceverkehr
- ✓ Schulverkehr

Wirkungsbereich

- ✓ Mobilitätsdienstleistungen
- ✓ Marketing
- ✓ Mobilitätsmanagement
- Verkehrs- und Siedlungsplanung
- Fahrzeuge und Ausrüstung

Geeignete Gemeindegrösse

- < 5'000 EinwohnerInnen
- 5'000 – 10'000 EinwohnerInnen
- ✓ 10'000 – 20'000 EinwohnerInnen
- ✓ > 20'000 EinwohnerInnen

Geeigneter Gemeindetyp

- ✓ Stadt / Agglomeration
- Wohngemeinde ausserhalb von Agglomerationen
- ✓ Arbeitsplatzintensive Gemeinde
- Ländliche Gemeinde
- ✓ Touristische Gemeinde

Realisierungszeit

- ✓ 6 Monate
- ✓ 1 Jahr
- 2 Jahre
- 5 Jahre

Investitionskosten

- ✓ gering (< Fr. 10'000.--)
- ✓ mittel (Fr. 10'000.-- - Fr. 50'000.--)
- ✓ hoch (> Fr. 50'000.--)

Jährliche Betriebskosten

- ✓ gering (< Fr. 5'000.--)
- ✓ mittel (Fr. 5'000.-- - Fr. 20'000.--)
- ✓ hoch (> Fr. 20'000.--)

Bemerkungen

Bei den Investitions- und Betriebskosten sind die einzusetzenden Beträge bei einer rein internet-gestützten Mobilitätszentrale gering bis mittel, bei einer zusätzlich physisch betriebenen Mobilitätszentrale mittel bis hoch.

Wirkung

Umwelt

Durch die bessere Ausnutzung der Mobilitätsangebote des Umweltverbunds resultiert eine Verringerung der verkehrsbedingten Umweltbelastungen wie Lärm und Luftschadstoffe. Angebote zur Steigerung der Effizienz auch bei der Nutzung privater Motorfahrzeuge (z.B. die Propagierung von Eco-Drive-Kursen) tragen zur Senkung des Energieverbrauchs und des CO₂-Ausstosses bei.

Gesellschaft

Durch die effizientere Nutzung und Kombination der Mobilitätsangebote erreichen die VerkehrsteilnehmerInnen sinkende Reisezeiten und steigenden Reisekomfort. Die Nutzung von Alternativen zum Auto führt i.d.R. zu sinkenden Unfallrisiken und deren Folgekosten (v. a. bei der Nutzung des öffentlichen Verkehrs) sowie zu einer Verbesserung der Gesundheit, v. a. bei der Nutzung des Velos und des Fussverkehrs.

Wirtschaft

Wird die Nutzung von Alternativen zum Auto gesteigert, ergibt sich eine Reduktion von Verkehrsüberlastungen und Staus. Dank dieser Verbesserung kann zur Sicherung der für die Wirtschaft zentralen Erreichbarkeit und Mobilität beigetragen werden. Informationen, die zu einer effizienteren Nutzung des Autos führen, senken die Mobilitätskosten bei Privaten und Unternehmen.

Werkzeugkasten

Vorgehen

Der Aufbau einer Mobilitätszentrale kann von potenziellen Bestellern (z.B. Verbund mehrerer Gemeinden, Zentrumsgemeinde) oder von Mobilitätsanbietern – speziell aus dem Bereich des öffentlichen Verkehrs – initiiert werden. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bildet der Aufbau der Mobilitätszentrale auf bereits bestehenden Angeboten und Strukturen (vgl. auch Abschnitt „Finanzierung“).

Je nach Ausgangssituation, finanziellen Möglichkeiten und Bedürfnissen kann der Aufbau etappiert erfolgen. Als erster Schritt empfiehlt sich die Bereitstellung einer virtuellen Plattform zur Mobilität auf dem Internet, die in einer zweiten Phase durch ein physisches Angebot ergänzt werden kann. Im Rahmen der Etappierung können auch Kooperationen mit potenziellen Finanzierungs-Partnern (z.B. Gemeinden, regionale Organisationen, Kanton, Bestellerorganisation des öffentlichen Verkehrs) und Betriebs-Partnern (Transportunternehmen Regionalverkehr, SBB, Postauto, Tourismus-Information) aufgebaut werden. Die Gewinnung von verschiedensten Partnern, die Zusammenführung der verschiedenen bestehenden Angebote und Firmenkulturen sowie ihre Einbindung in einen einheitlichen Auftritt mit regionaler Identifikationskraft bildet hier die grosse Herausforderung.

Die nachstehenden Kontakte und Arbeitsschritte sind für die Initianten und/oder Betreiber von Mobilitätszentralen neben dem zeitlich parallel laufenden Umsetzungsprozess von besonderer Bedeutung:

1. Erarbeiten Konzept
2. Budgetieren (Investitionen und Betriebskosten)
3. Einbinden von Partnern (Finanzierung und Betrieb)
4. Planen und vorbereiten Marketing
5. Planen, erarbeiten und aufbereiten konkreter Angebote
6. Schulen Personal
7. Eröffnung

Finanzierung

Die Trägerschaft bzw. der Besteller der MZ badenmobil besteht aus dem Kanton Aargau (Departement Bau, Verkehr und Umwelt, Abteilung Verkehr) und einer regionalen Trägerschaft (Gemeinden von BadenRegio). Die Trägerschaft genehmigt das Pflichtenheft, bestellt die darin umschriebenen Leistungen, ist für das politische Lobbying zuständig und finanziert die jährlichen Aufwendungen der MZ in etwa zu gleichen Teilen. Die Zusammenarbeit der Betreiber der MZ und die Zuteilung der im Rahmen der Bestellung erhaltenen finanziellen Mittel werden in einem Zusammenarbeitsvertrag geregelt.

Einer der für die Finanzierbarkeit wesentlichsten Aspekte bildet die Nutzung bereits bestehender Angebote und Strukturen. Wird die MZ z.B. von einer Organisation aus dem Mobilitätsbereich betrieben, die schon über einen bestehenden Schalterbetrieb mit ausgebildetem Schalterpersonal verfügt, so können die für die ergänzenden Angebote der MZ zu bestellenden Mehraufwendungen auf ein Minimum reduziert werden.

Marketing

Die Mobilitätszentrale ist ein bedeutendes Element zur Förderung einer effizienten Mobilität. Dank ihrer regionalen Verankerung knüpft sie erfolgreich Kontakte zu den in der Region verankerten Akteuren und Zielgruppen und trägt damit zur Bekanntheit und Nutzung der Mobilitätsangebote bei. Der Internet-Auftritt der MZ und dessen Verlinkung zu Partnern bei der öffentlichen Hand (Gemeinden) und in der Privatwirtschaft (Mobilitätsanbieter, Unternehmen) spielt dabei eine wesentliche Rolle.

Basis für eine erfolgreiche Tätigkeit ist aber auch ein Marketing in eigener Sache. Nur durch regelmässige Marketinganstrengungen in Form beispielsweise von Medienmitteilungen, Inseraten, aber auch durch das aktive Mitwirken an Veranstaltungen (z.B. Aktionstag „in die Stadt ohne mein Auto“ vom 22. September, Betreuung eines Mobilitätsstands an Gewerbeschau mit Testmöglichkeiten von Elektrofahrzeugen) kann sie einen genügend grossen Kreis von Nutzerinnen und Nutzern aufbauen.

Weitere Informationen

Weiterführende Links:

- Badenmobil <http://www.badenmobil.ch>
- Aargaumobil <http://www.aargaumobil.ch>

Weitere Downloads:

- Diverse Berichte zur Mobilitätszentrale badenmobil auf: <http://www.badenmobil.ch> → Rubrik „Programm badenmobil“ → Mobilitätszentrale
- Für vertiefte Informationen: G. Müller et. al.: „Standards für Mobilitätszentralen“, Hrsg.: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Dortmund 2003. <http://www.ils-shop.nrw.de/cqi-bin/ilsos/070131.html>

Kontaktadressen und Bezugsquellen:

badenmobil
Bahnhofplatz 1
5401 Baden
Telefon: 056 – 222 19 19
E-Mail: info@badenmobil.ch

Fragen Sie auch die Vertreter von Mobilservice PRAXIS Ihres Kantons um Rat:

<http://www.mobilservice.ch/de/praxis/beratung/kanton.asp>

Verantwortlich für die Ausarbeitung dieses Praxis-Beispiels:

Departement Bau, Verkehr und Umwelt
Kanton Aargau, Abteilung Verkehr
Entfelderstrasse 22
5001 Aarau
Tel. 062 835 33 30
aargaumobil@ag.ch

Bildergalerie

