

Stadt Zürich: Mobilitätsberatung als wichtiger Teil der Gesamtstrategie

Im Rahmen der Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich, die die Zielsetzung der neuen, zukunftsweisenden Verkehrspolitik gemäss Verkehrsrichtplan definiert, werden die Handlungsschwerpunkte in sechs Teilstrategien konkretisiert. Diese umfassen die Bereiche Entwicklungsgebiete, Umfahrungsstrassen, Parkierung, kombinierte Mobilität, Mobilitätsmanagement und Verkehrstelematik sowie Mobilitätsberatung. Die Teilstrategie Mobilitätsberatung nimmt sich der Beratung im Bereich Verkehr an. Im Vordergrund stehen Consulting grösserer Unternehmen im Verkehrsmanagementbereich, Internet-Informationenplattform über Verkehr und Mobilitätskampagnen.

Weitere Informationen:

Mobilitätskultur der Stadt Zürich

www.mobilitaetskultur.ch

12.02.2003

Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich

Teilstrategie Mobilitätsberatung



Beschlossen vom Stab Verkehr am 18. November 2002

Impressum

Arbeitsgruppe Teilstrategie Mobilitätsberatung

Annette Spoerri, Tiefbauamt der Stadt Zürich, Verkehrsplanung (Projektleitung)
Mirjam Schlup Villaverde, Gesundheits- und Umweltdepartement der Stadt Zürich
Nicolas Adolph, Verkehrsbetriebe der Stadt Zürich
Roberto De Tommasi, synergo, Planung und Projektmanagement, Zürich

Arbeitsgruppe Mobilitätsstrategie

Ruedi Ott, Tiefbauamt der Stadt Zürich, Verkehrsplanung (Vorsitz)
Karin Schulte, Fachstelle für Stadtentwicklung
Ruedi Schildknecht, Stadtpolizei, Abteilung für Verkehr
Karl Tschanz, Umwelt- und Gesundheitsschutz, Umweltschutzfachstelle
Andy Fellmann, Tiefbauamt, Verkehrsplanung
Nica Pola, Amt für Städtebau
Ernst Berger, Verkehrsbetriebe der Stadt Zürich
Pascal Regli, MOVE RAUM, Fachsekretariat Mobilitätsstrategie

1 Einleitung

Die Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich definiert die Zielsetzung der neuen, zukunftsweisenden Verkehrspolitik, wie sie mit dem kommunalen Verkehrsrichtplan vorgezeichnet ist. Den aktuellen Entwicklungen wird durch eine umfassende, ganzheitliche Betrachtungsweise der Verkehrsträger, unter ausgewogener Berücksichtigung der Bedürfnisse sämtlicher Verkehrsteilnehmerinnen und -teilnehmer, Rechnung getragen. Die zukunftsfähige Entwicklung der Wohn-, Wirtschafts-, Einkaufs-, Kultur-, Sport- und Tourismus-Stadt Zürich soll ermöglicht und gleichzeitig die Stadt- und Wohnqualität erhalten und wo nötig verbessert werden. Die neue Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich besteht aus drei aufeinander abgestimmten Elementen: Nachhaltige Entwicklung als grundsätzlicher Rahmen, Teilstrategien mit Handlungsschwerpunkten sowie konkreten Umsetzungsregeln. Das Konzept der Nachhaltigkeit umfasst die drei Dimensionen Ökonomie (wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, effizienter Ressourceneinsatz), Soziales (Wohlbefinden, soziale Gerechtigkeit, gerechte Ressourcenverteilung) und Ökologie (minimale Umweltbelastung, minimaler Ressourcenverbrauch). Die Mobilitätsstrategie der Stadt Zürich besteht aus 17 Teilstrategien zu spezifischen Themenkreisen.

Die vorliegende Teilstrategie konkretisiert die in der Mobilitätsstrategie definierten Ziele und Handlungsschwerpunkte für den Bereich Mobilitätsberatung. Dieser wird im übergeordneten Mobilitätsstrategiepapier wie folgt beschrieben: «Mobilitätsberatung über Angebote wie Mobility CarSharing, die Benutzung verschiedener Verkehrsmittel, Wohnmöglichkeiten in autoarmen Siedlungen und Möglichkeiten für ein sozial- und umweltverträgliches Mobilitätsverhalten ist eine wichtige und notwendige Aufgabe. Sie muss in Zusammenarbeit mit Verkehrsanbietern, Betrieben, Ausbildungsstätten und der Bevölkerung gelöst werden.»

1.1 Was ist Mobilitätsberatung?

Mobilitätsberatung ist ein Teilbereich des Mobilitätsmanagements. Im Gegensatz zu ordnungspolitischen, verkehrs- und raumplanerischen Instrumenten und Handlungsansätzen wird unter dem Begriff «Mobilitätsmanagement» eine Fülle von Massnahmen verstanden, die in ihrer Ausprägung mehrheitlich den Charakter einer Dienstleistung gegenüber den Verkehrsteilnehmenden hat. Mit der Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Mobilitätsmanagements sollen die Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmer animiert werden, Bus, Tram, Bahn, Velo, CarSharing etc. (Umweltverbund) vermehrt zu benutzen beziehungsweise die Verkehrsmittel situationsgerecht einzusetzen.

Die der Mobilitätsberatung zugeordneten *Servicebereiche* können wie folgt zusammenfassend beschrieben werden:

- *«Information und Auskunft»*

Das Wissen um die Existenz und die Möglichkeiten der Nutzung von verschiedenen Verkehrsmitteln ist eine wichtige, wenn auch nicht alleinige Voraussetzung für ein effizientes Mobilitätsverhalten. Die Bereitstellung von konzentriert aufbereiteten und einfach zugänglichen Informationen und Auskünften zu allen Verkehrsmittelangeboten (z. B. öV-Linien, Fahrpläne, Nachtbusangebot, Bike & Ride, Park & Ride, CarSharing) hilft mit, den Zugang zu diesen zu verbessern und eine situationsgerechte Verkehrsmittelwahl zu fördern. Dazu sollen möglichst verschiedene Kommunikationsmittel verwendet werden wie elektronische Medien, Telefon, Fax beziehungsweise das persönliche Gespräch.

- *«Consulting»*
Das Consulting beinhaltet die umfassende Beratung (bezüglich aller Verkehrsmittel) der sogenannten Verkehrserzeuger (z. B. Betriebe, Veranstaltungen, Freizeiteinrichtungen, Bildungsinstitutionen, Einkaufszentren). Mit dem Consulting soll eine effiziente und nachhaltige Verkehrsabwicklung des durch den jeweiligen Verkehrserzeuger generierten Arbeits-, Geschäfts-, Kunden- und Besucherverkehrs sichergestellt werden.
- *«Bewusstseinsbildung und Mobilitätskunde»*
«Bewusstseinsbildung» ist darauf ausgerichtet, den Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmern das Thema Mobilität mit all seinen Aspekten und Facetten näher zu bringen. Dadurch soll die Auseinandersetzung mit dem eigenen Mobilitätsverhalten gefördert werden. Bei der Bewusstseinsbildung ist die Durchführung von Kampagnen, Aktionstagen (z. B. autofreier Tag 22. September), etc. zu bestimmten Verkehrsmitteln, für bestimmte Zielgruppen respektive Wegzwecke sowie weiteren Mobilitätsthemen (z. B. Mobilitätsverhalten und Gesundheit) eine wichtige Dienstleistung.

«Mobilitätskunde» zielt darauf ab, die Auseinandersetzung mit der Mobilität bei Kindern und Jugendlichen zu fördern. Ein geeigneter Ort dafür ist die Schule. Bei Kindern und Jugendlichen eine ganzheitliche Betrachtungsweise zur Mobilität zu fördern, heisst, die Chance zu erhöhen, dass diese im Erwachsenenalter die Verkehrsmittel situationsgerecht benutzen.

1.2 Was bewirkt Mobilitätsberatung?

Mobilitätsberatung birgt ein grosses Potenzial für Verhaltensänderungen, wie die folgenden zwei Beispiele zeigen.

Mit der Kampagne «Umdenken – Umsteigen – Neue Mobilität NRW» wurden Autofahrerinnen und Autofahrer in Nordrhein-Westfalen 1998 aufgerufen, ihr Auto für 100 Tage, 10 Tage oder 10 Wochenenden stehen zu lassen und die autofreie Mobilität auszuprobieren. Als Anreiz stellten die Verkehrsverbände, Zweckverbände und die Deutsche Bahn stark preisreduzierte «Kampagnen-Tickets» zur Verfügung, und CarSharing konnte vergünstigt getestet werden. Rund 1700 Personen aller Altersstufen beteiligten sich an der Aktion. Für mehr als 90 Prozent der Teilnehmenden war sie ein persönlicher Gewinn. Die Benutzung des Verkehrsverbundes hatte sich für sie als machbar erwiesen. Fast zwei Drittel der Befragten äusserten die Absicht, sich ein Abonnement des Verkehrsverbundes anzuschaffen. 45 Beteiligte schafften im Kampagnenzeitraum das Auto ab, weitere 74 bestätigten die Absicht, dies im Nachgang ebenfalls zu tun.

In den Niederlanden, welche beim Mobilitätsmanagement für Arbeitswege zehn Jahre Erfahrung aufweisen, setzen Arbeitgeber und Staat auf ein Bündel von stützenden Massnahmen. Darunter befinden sich finanzielle Anreize für Arbeitnehmer und Arbeitgeber durch Zuschüsse im Bereich Fahrgemeinschaften, Fahrradnutzung und öV, der Aufbau von regionalen Beratungszentren zur Unterstützung der Unternehmen bei der Erstellung und Umsetzung von Mobilitätskonzepten sowie eine rigidere Standort- und Parkraumpolitik. Damit wurde erreicht, dass mehr als 15 Prozent der Arbeitgeber mit mehr als 50 Beschäftigten in der Randstad im Mobilitätsmanagement engagiert sind. Im Durchschnitt konnten die Personenwagenfahrten so um 15 bis 20 Prozent reduziert werden.

2 Heutiger Stand im Bereich der Mobilitätsberatung in der Stadt Zürich und deren Umland

2.1 Servicebereich «Information und Auskunft»

Die Informations- und Auskunftstätigkeiten zu den einzelnen Verkehrsträgern beziehungsweise Verkehrsmittelangeboten in der Stadt Zürich und deren Umland sind sehr vielfältig (Tabelle 1).

Tabelle 1: Beispiele bestehender Dienstleistungen im Handlungsfeld «Information und Auskunft»

Verkehrsträger / Verkehrsangebot	Inhalte	Anbieter	Wichtigste Informationskanäle
Öffentlicher Verkehr in der Stadt Zürich	Fahrplan, Tarife, Ticketsortiment, Aktionen, etc.	VBZ	Telefonischer Kundenservice, Web-Site der VBZ, in den Bussen und Trams sowie an den Haltestellen, Drucksachen, bei verschiedenen «Points of Interest» (Restaurants, Freizeiteinrichtungen), etc.
Öffentlicher Verkehr im ZVV-Gebiet	Fahrplan, Tarife, Ticketsortiment, Aktionen, Freizeittips etc.	ZVV und darin vereinigte Verkehrsbetriebe	Telefonischer Kundenservice, Web-Site des ZVV und von weiteren lokalen Verkehrsbetrieben, Drucksachen, etc.
Bahnverkehr regional, national und international	Fahrplan, Tarife, Ticketsortiment, Aktionen, Freizeittips («Railaway»), etc.	SBB	Telefonisch via «RailService», SBB-Kundenzentren und Schalter in den Bahnhöfen der Stadt und im Kanton, Web-Site SBB, etc.
Velofahren in der Stadt Zürich	Velopläne der Stadt Zürich, Bike & Ride	Tiefbauamt der Stadt Zürich	Tiefbauamt der Stadt Zürich/Verkehrsplanung (persönlich oder telefonisch via «Velofoon»), Web-Site des Tiefbauamtes, bei den Quartierbüros, im Info-Booklet «Mobil in Zürich», etc.
	«Zürich rollt» Gratisveloverleih	Workfare, Asylorganisation des Kantons Zürich	Inserate in den öffentlichen Verkehrsmitteln und Zeitungen, bei den Verleihorten, Tiefbauamt der Stadt Zürich (Web-Site, Velofoon, persönliche Auskunft), Tourismuswebsite, etc.
Auto	Parkieren in der Stadt Zürich, Tarife, Blaue-Zone-Parkkarten, Parkleitsystem in der Stadt Zürich	Stadtpolizei Zürich, Abteilung für Verkehr	Persönliche oder telefonische Auskunft, Web-Site der Abteilung für Verkehr, Website Parkleitsystem, etc.
	Energieeffiziente Autos (E-Bikes)	Toptest Gmbh in Zusammenarbeit mit anderen Partnern wie ACS, TCS, VCS, EWZ, EnergieSchweiz, etc.	Web-Site www.topten.ch, ACS, TCS, Geschäftsstellen (persönlich und mündlich) sowie Web-Sites
	Eco-Drive Kurse	Quality Alliance Eco-Drive® (Verkehrssicherheitszentrum Veltheim, ACS, TCS, ASTAG, Die Post) in Zusammenarbeit mit EnergieSchweiz	Persönlich und telefonisch bei der Geschäftsstelle der Quality Alliance Eco-Drive® sowie bei den einzelnen Partnern, Web-Site www.eco-drive.ch
CarSharing	CarSharing allgemein (Betrieb, Tarife, Standorte, Fahrzeuge, Verfügbarkeit, etc.)	Mobility CarSharing Schweiz	Call-Center oder Web-Site von Mobility
	RailLink	SBB	Website SBB, SBB-Bahnhöfe
	CarSharing-Standorte in der Stadt Zürich	Mobility, VBZ, Tiefbauamt der Stadt Zürich	Auf den Situationsplänen bei den öV-Haltestellen bei den Ticketerias und auf der Web-Site der VBZ, im Info-Booklet «Mobil in Zürich»

Wenn auch in unterschiedlichem Ausmass, ist die Informations- und Auskunftstätigkeit zu den spezifischen Verkehrsmittelangeboten beziehungsweise Möglichkeiten zur Transportabwicklung in Zürich bereits sehr gut ausgebaut. Bei allen Anbietern sind die Informations- und Auskunftsaktivitäten schwerpunktmässig auf das «eigene Produkt» ausgerichtet. Handlungsbedarf besteht vor allem in der Bündelung und Verbesserung der Zugangsmöglichkeiten, so dass sich die Verkehrsteilnehmenden rasch und möglichst «aus einer Hand» über alle Verkehrsmittel hinweg einen Überblick verschaffen können und dabei auf neue Möglichkeiten aufmerksam werden.

2.2 Servicebereich «Consulting»

Im Servicebereich «Consulting» sind verschiedene Anbieter mit Produkten für Verkehrserzeuger wie Betriebe oder Veranstalter etc. aktiv (Tabelle 2).

Tabelle 2: Beispiele existierender Dienstleistungen im Servicefeld «Consulting»

Anbieter	Angebotene Dienstleistungen	Kundensegmente	Bemerkungen
VBZ	«ZVV-Bonuskarte», spezielle öV-Verbindungen für Verkehrserzeuger, Kombi-Tickets, Informationen zur öV-Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes in Werbemitteln	Betriebe (private und öffentliche) Einkaufszentren Veranstalter	Die sogenannte «Grosskundenberatung» ist ein integrierter Bestandteil der Verkaufstätigkeiten der VBZ. Zurzeit sind rund 70 Firmen im ZVV-Gebiet Bonuskarten-Vertragspartner der VBZ.
SBB	Massgeschneiderte Lösungen für Grosskunden im Bereich des Ticketing (regional, national), «RailLink»	Betriebe (private und öffentliche) Veranstalter	Die SBB betreiben ein KeyAccount Marketing. Ab Anfang 2002 wird dieses ausgebaut, indem schweizweit vier sogenannte Centre of Competence (CoC) aufgebaut werden. Ein CoC wird das Marktgebiet Zürich/Ostschweiz betreuen.
Mobility CarSharing Schweiz	Business CarSharing	Betriebe (private und öffentliche)	Im Rahmen von Business CarSharing bietet Mobility den Firmen spezielle Lösungen für den Zugriff auf die CarSharing-Flotte an.
Quality Alliance Eco-Drive® (Verkehrssicherheitszentrum Veltheim, TCS, ASTAG, Die Post)	Kurse zur energieeffizienten Fahrweise	Betriebe mit Fahrzeugflotten (aber auch Einzelpersonen)	
Beratungsbüros	Erstellung von betrieblichen Mobilitätsplänen	Betriebe (private und öffentliche)	Mobilitätspläne umfassen: Analyse der Ausgangssituation, Entwicklung von Massnahmen, Umsetzung, Evaluation, etc.
IG Velo Schweiz	Informationstage, Aktionen vor Ort	Betriebe (private und öffentliche)	Auf Anfrage von Betrieben führt die IG Velo Schweiz firmeninterne Veranstaltungen zur Förderung der Velonutzung bei den Mitarbeitenden durch.

Zurzeit manifestiert sich das auf Verkehrserzeuger ausgerichtete «Consulting» in Form von anbieterspezifischen Dienstleistungen. Der Markt wird von den einzelnen Anbietern (z. B. VBZ, SBB oder Mobility CarSharing) vorwiegend selbstständig bearbeitet.

Währenddem grössere Veranstalter und Betriebe zu den Kundensegmenten der erwähnten Anbieter gehören, werden weitere Verkehrserzeuger wie Einkaufszentren, Freizeiteinrichtungen, Krankenhäuser, kleinere Veranstaltungen oder auch Vereine (z. B. generieren Fussballvereine Autoverkehr, wenn Eltern Jugendliche zu Trainings oder Matches bringen oder von dort abholen) weniger oder gar nicht aktiv bearbeitet. Gerade bei Einkaufszentren, aber auch bei

anderen Verkehrserzeugern mit einem hohen Besucherverkehrsvolumen bestehen noch keine griffige Lösungen, den Verkehr umweltverträglicher abzuwickeln.

Ein koordiniertes Vorgehen zwischen den Anbietern und der öffentlichen Hand, um die Potenziale für eine möglichst umweltschonende Abwicklung aller von einem Verkehrserzeuger generierten Verkehrsarten (Pendler-, Geschäfts- und Kunden-/Besucherverkehr) auszuschöpfen, besteht zurzeit nicht. Eine Ausnahme bildet die Kooperation bei grösseren Veranstaltungen. Im Dreieck Veranstalter – Transportanbieter (VBZ, SBB) – Polizei werden massgeschneiderte Lösungen zu einer nachhaltigen Verkehrsabwicklung entwickelt (mittels Parkplatzbewirtschaftung, zusätzlichen öV-Verbindungen, Ticketing oder Werbung).

Potenziale für eine institutionalisierte Beratung sind besonders bei Betrieben vorhanden, die zum Beispiel von Gebietsentwicklungsplanungen¹ betroffen sind, oder bei solchen, die für ihre Begriffe «zu wenige» Belegschafts- oder Kundenparkplätze haben, die zum Beispiel Firmensitzerweiterungen planen. Eine institutionalisierte Beratung hilft auch denjenigen Unternehmen, die sich neu in Zürich niederlassen wollen und auf Mobilitätslösungen für ihre Belegschaft, unter Berücksichtigung der vorherrschenden Rahmenbedingungen (meistens beschränkte Zahl an Parkplätzen), angewiesen sind.

Bei alteingesessenen Firmen, die über keine akuten Mobilitätsprobleme verfügen, ist der Zugang hingegen schwieriger. Eine institutionalisierte Beratung muss hier vor allem Überzeugungsarbeit leisten und Produkte anbieten, die der Firma nützen.

Ein weiterer Ansatzpunkt für «institutionelles Consulting» bietet sich bei neuen Grossüberbauungen (z. B. neue Wohnsiedlungen). Neben Auflagen zur Parkplatzzahl und der Erschliessung mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und Velo-/Fusswegen tragen im Sinne der Mobilitätsberatung punktuelle Massnahmen am Standort selbst bei, Wege einzusparen (z. B. die Sicherstellung von CarSharing-Standplätzen). Die unterstützende Beurteilung von solchen Grossüberbauungen aus der Sicht des Mobilitätsmanagements fehlt respektive ist nicht institutionalisiert.

¹ vgl. Teilstrategie Entwicklungsgebiete

2.3 Servicebereich «Bewusstseinsbildung und Mobilitätskunde»

Im Servicebereich «Bewusstseinsbildung und Mobilitätskunde» sind verschiedene Institutionen in unterschiedlicher Art und Weise aktiv (Tabelle 3).

Tabelle 3: Beispiele existierender Dienstleistungen im Servicefeld «Bewusstseinsbildung und Mobilitätskunde»

Anbieter	Angebotene Dienstleistungen	Kundensegmente	Bemerkungen
Stadtverwaltung (GUD etc.) und weitere Partner	«Zürich multimobil – die bewegte Stadt» (22.9.)	Bevölkerung in der Stadt Zürich	Zürich nimmt seit dem Jahr 2000 am europäischen «Car-free-day» teil.
Tiefbauamt der Stadt Zürich	Kampagne «Züri faahrt Velo»	Bevölkerung der Stadt Zürich	Die Kampagne fürs Velofahren hat einmalig in den 90er stattgefunden.
Tiefbauamt der Stadt Zürich, Stadtpolizei, Abteilung für Verkehr	PR-Arbeit bei Baustellen, Einführung des Parkleitsystems und Tempo 30-Zonen	Bevölkerung der Stadt Zürich Besucherinnen und Besucher	Die Einführung von verkehrsplanerischen Massnahmen wird mit Öffentlichkeitsarbeit begleitet.
Stadtpolizei Zürich, Abteilung für Verkehr, Fachstelle für Unfallverhütung	Sicherheitskampagnen, Schulbeginnkampagnen	Kinder und Jugendliche, Bevölkerung der Stadt Zürich	
IG Velo, UmVerkehr, Greenpeace	Diverse Initiativen, Aktionen, Kampagnen zur Förderung der sanften Mobilität	Bevölkerung in unterschiedlichen Einzugsbereichen	Die Anbieter sind periodisch aktiv.
Stadtpolizei Zürich, Verkehrsinstruktion	Schulung zur Verkehrssicherheit, Velofahrschulung/Veloprüfung	Kinder und Jugendliche der Stadt Zürich via Schulen	Jeder Verkehrsinstruktor betreut ca. 180 Schulklassen pro Jahr, das heisst, für jede Klasse stehen durchschnittlich zwei Lektionen pro Jahr zur Verfügung.
SBB, VBZ	Schulreferentendienste von SBB und VBZ (Werkshofbesichtigungen)	Schulklassen	Die SBB und die VBZ bieten Info-Veranstaltungen und Besichtigungen auf Anfrage des Lehrpersonals an.
VCS, Energie 2000, WWF, weitere	Lehrmittel zum Thema Mobilität zur Unterrichtsgestaltung	Schulklassen	Es existierend diverse Unterrichtsmaterialien für die Lehrerschaft.

Im Bereich der Bewusstseinsbildung, die vor allem in Form von Kampagnen aller Art ausgeübt wird, sind sowohl Transportanbieter als auch Umwelt- und Verkehrsorganisationen sowie verschiedene Ämter der Stadtverwaltung tätig. Eine koordinierte Vorgehensweise, die Ämter und weitere Organisationen mit einbezieht, ist zurzeit nur bei dem jährlich durchgeführten Aktionstag «Zürich multimobil – in die Stadt ohne mein Auto» vorhanden. Die Kampagnen sind begrenzt zielgruppenspezifisch oder verkehrsmittelübergreifend und zeitlich meist kurz.

Im Bereich der Mobilitätskunde in Schulen sind SBB und VBZ sowie die Verkehrsinstruktorinnen und -instruktoren der Stadtpolizei Zürich mit je eigenen, spezifischen Angeboten aktiv. Interessierte Lehrerinnen und Lehrer haben zudem die Möglichkeit, mit Hilfe vorhandener Lehrmittel das Thema Mobilität selbstständig in den Unterricht einzubauen. Das Thema Mobilität ist jedoch im Lehrplan der Zürcher Volksschule nicht fest verankert. Es ist den Lehrpersonen freigestellt, darauf einzugehen oder nicht. Die Verkehrserziehung der Stadtpolizei auf verschiedenen Schulstufen beschränkt sich auf das sichere Verhalten im Strassenverkehr zu Fuss, mit dem Velo und dem Töffli.

3 Ziele von Mobilitätsberatung

3.1 Generelle Ziele

Das oberste Ziel von Mobilitätsberatung ist, die Fortbewegung mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes zu fördern² und den effizienten Einsatz des Automobils zu unterstützen.

Die konkreteren Zielsetzungen lauten:

1. Der **Informationsstand** in der Bevölkerung betreffend Existenz und Nutzungsmöglichkeiten der bestehenden Mobilitätsangebote wird erhöht. Die Information über die verschiedenen Verkehrsmittel soll dabei – soweit als möglich und sinnvoll – aus einer Hand und bedürfnisgerecht aufbereitet angeboten werden. Damit wird der situationsgerechte Einsatz der Verkehrsmittel gefördert³.
2. Der **Grad der Wahrnehmung** betreffend der eigenen Handlungsmöglichkeiten und der daraus entstehenden persönlichen (z. B. Zeit- und Kostenersparnis) und gesellschaftlichen (Umweltschutz) Vorteile soll erweitert werden. Zentral dabei ist, dass es gelingt, nachhaltige Mobilität als ein trendiges, «positiv besetztes» Produkt zu verkaufen. Auf diese Weise werden sowohl rationale als auch emotionale Komponenten des Bewusstseins angesprochen, um eine Verhaltensveränderung hin zu einem nachhaltigeren Mobilitätsverhalten zu bewirken.
3. **Bestehendes, nachhaltiges Verkehrsverhalten** soll konsolidiert und honoriert werden. Das heisst, dass Verkehrsteilnehmerinnen und Verkehrsteilnehmer, die jetzt schon hauptsächlich mit Bahn, Tram, Velo oder zu Fuss unterwegs sind und/oder das Automobil effizient einsetzen, positiv in der Bevölkerung wahrgenommen und durch Dienstleistungen aus allen drei Handlungsfeldern belohnt und in ihrem bestehenden Verhalten bestärkt werden sollen.
4. **Verkehrserzeuger** (z. B. Betriebe, Einkaufszentren, Wohnsiedlungen, Schulen, Freizeiteinrichtungen, Sportveranstaltungen) sind in der Gestaltung von nachhaltigen Verkehrslösungen vermehrt mit einzubeziehen. Dabei sind diesen die Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen und geeignete Produkte anzubieten, die sie im eigenen Wirkungsraum umsetzen können. Mit der Einbindung von Verkehrserzeugern werden die Verkehrsteilnehmenden dort «abgeholt», wo sie sich befinden: an den Zielorten, die sie zur Ausübung ihrer Aktivitäten aufsuchen.
5. Mobilitätsberatung soll in **verkehrs- und raumplanerischen Vorhaben** auf lokaler Ebene vermehrt als «flankierende Massnahme» einbezogen werden. Damit soll die Akzeptanz von verkehrslenkenden, verkehrsberuhigenden oder verkehrsbeschränkenden Massnahmen (z. B. Tempo-30-Zonen, Verkehrsberuhigungsmassnahmen) erhöht werden.

² vgl. Legislaturziele des Stadtrats 2002 bis 2006

³ vgl. Teilstrategie Verkehrsmanagement und -telematik

3.2 Handlungsanweisungen in den einzelnen Servicebereichen

Servicebereich «Information und Auskunft»

- Die gut ausgebauten, spezifischen Kommunikationskanäle der verschiedenen Mobilitätsanbieter sollen ausgebaut werden hin zu verkehrsmittelübergreifender Information, damit die Informations- und Auskunftsangebote zu allen Mobilitätsbereichen «aus einer Hand» abrufbar und zugänglich sind.
- Neue Kommunikationskanäle – zum Beispiel via publikumsintensive Kultur- und Freizeiteinrichtungen oder Bildungsinstitutionen – sind zu erschliessen.
- Informationslücken zu bestehenden Mobilitätsangeboten, insbesondere im Fuss- und Veloverkehr, müssen mit entsprechendem Informationsmaterial geschlossen werden⁴.

Servicebereich «Consulting»

- Bei grossen Verkehrserzeugern, inklusive der Stadtverwaltung, wird das Bewusstsein für betriebliches Mobilitätsmanagement und seine Vorteile erhöht.
- Unternehmen, Bildungsstätten, Freizeiteinrichtungen oder Shoppingcenter in der Stadt Zürich, die grossen Angestellten- und Kundenverkehr generieren, werden vermehrt einbezogen bei der Lösung lokaler Verkehrs- und Umweltprobleme, indem sie Konzepte des betrieblichen Mobilitätsmanagements umsetzen. Die Stadtverwaltung übt dabei Vorbildfunktion aus.
- Die öffentliche Hand lässt Verkehrserzeuger, die raum- und verkehrsplanerische sowie umweltrechtliche Restriktionen zu gewärtigen haben (Parkplatzzahl, Fahrtenplafonds, Umweltverträglichkeit), mit ihren Problemen nicht allein. Sie bietet Beratung bei der Bewältigung betrieblicher Verkehrsprobleme oder generell bei der sinnvollen Gestaltung der Unternehmensmobilität.

Servicebereich «Bewusstseinsbildung und Mobilitätskunde»

- Die Kampagnenaktivität zur Mobilität im Raum Zürich wird erhöht. Kampagnen sollen effizienter und kontinuierlicher geführt sowie besser aufeinander abgestimmt und auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtet werden.
- Synergien zwischen den aktiven Organisationen, Verbänden und Mobilitätsanbietern sind durch Koordination zu nutzen.
- Bei der Durchführung von Kampagnen sind neue Partner einzubeziehen (z. B. Bildungsstätten, Freizeiteinrichtungen, Gesundheits-, Altersorganisationen, etc.), damit spezifische Zielgruppen angesprochen werden können (z. B. Disco-, Arztbesucherinnen und -besucher, ältere Menschen).
- Die unterschiedlichen Aspekte von Mobilität sollen an den Schulen, in Vereinen und Jugendorganisationen (Pfadi, Jungschar, etc.) häufiger und eingehender thematisiert werden.
- Lehrpersonen und Verantwortliche von Vereinen und Jugendorganisationen sind über die positiven Auswirkungen von Mobilitätskunde bei Kindern und Jugendlichen ins Bild zu setzen und bei der Umsetzung im Unterricht zu unterstützen.

⁴ vgl. Teilstrategie Kombinierte Mobilität

3.3 Einzugsbereich und Zielgruppen der Mobilitätsberatung

Gemäss der kantonalen Verkehrsprognose aus dem Jahr 2000 sind im Jahr 2025 85 von 100 Fahrten innerhalb des Lebens- und Wirtschaftsraum Zürich Binnenfahrten. Die Verhältnisse dürfen bereits heute sehr ähnlich sein. Ein bedeutender Teil dieser Fahrten (Berufs- und Ausbildungspendelnde, Einkaufs- und Ausgehverkehr) findet zwischen der Stadt Zürich und deren Umland statt. Während der Modal-Split innerhalb der Stadt Zürich bereits heute sehr hoch ist, bestehen sowohl bei den Zu- und Wegpendelnden als auch im ländlichen Binnenverkehr unausgeschöpfte Potenziale für den Umweltverbund. Der Einzugsbereich der Mobilitätsberatung sollte demzufolge der Lebens- und Wirtschaftsraum Zürich, zumindest aber der Kanton Zürich sein. Entsprechend sind die Zielgruppen in den einzelnen Servicefeldern Mobilitätsberatung definiert (Tabelle 4):

Tabelle 4: Zielgruppen in den einzelnen Servicebereichen

Servicefelder	Zielgruppen
Information und Auskunft	Wohn- und Arbeitsbevölkerung des Lebensraumes Zürich bzw. zumindest des Kantons Zürich Besucherinnen und Besucher bzw. Touristinnen und Touristen im Lebensraum Zürich, zumindest im Kanton Zürich
Consulting	Verkehrserzeuger mit Standort Kanton Zürich
Bewusstseinsbildung und Mobilitätskunde	Wohn- und Arbeitsbevölkerung des Lebensraumes Zürich bzw. zumindest des Kantons Zürich Schulklassen und Jugendvereine mit Standort im Kanton Zürich

4 Aufbau einer institutionellen Mobilitätsberatung

4.1 Organisationsform

Um die definierten Ziele zu erreichen und die Handlungsanweisungen in die Tat umzusetzen, wird eine Mobilitätsberatung auf institutioneller Basis eingerichtet. Die Mobilitätsberatung wird mit Vorteil unter dem Dach einer gemeinsamen Trägerschaft aller zu involvierenden Partnerinstitutionen aufgebaut. Die Stadt Zürich ergreift beim Aufbau der Trägerschaft die Initiative. Als Trägerschaftsmitglieder kommen folgende Institutionen in Frage:

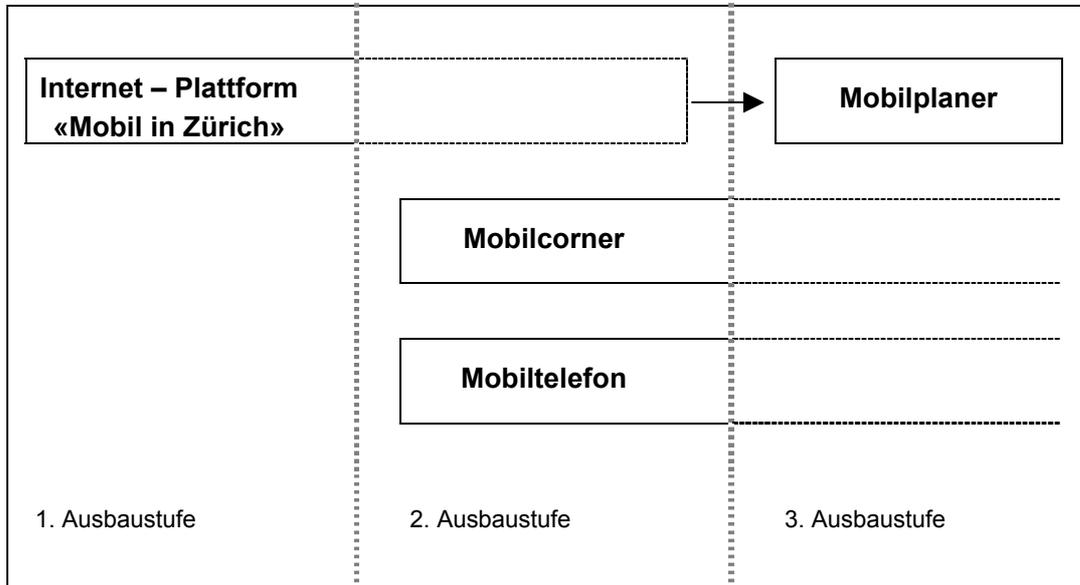
- öffentliche Hand (z. B. Stadt Zürich, Kanton Zürich, Gemeinden des Kantons Zürich)
- Transportanbieter (z. B. ZVV und darin eingeschlossene öffentliche Verkehrsbetriebe, Mobility CarSharing Schweiz)
- Verbände und Interessengemeinschaften (z. B. ACS, TCS, VCS, IG Velo, Fussverkehr Schweiz)

Die Trägerschaft ist verantwortlich für den Aufbau und den Betrieb der «Mobilitätsberatung Zürich», die von einer zentralen Koordinationsstelle verwaltet wird. Diese ist verantwortlich für den etappierten Aufbau der Dienstleistungen in den einzelnen Servicefeldern. Eine einzige, umfassende Dachorganisation für alle Aktionsfelder garantiert einen einheitlichen Auftritt der Mobilitätsberatung in der Öffentlichkeit und ermöglicht maximale politische Einflussnahme. Die Finanzierung ist zu klären; die Stadt Zürich leistet dazu einen substantziellen Beitrag.

4.2 Dienstleistungen im Bereich «Information und Auskunft»

Im Servicebereich «Information und Auskunft» gibt es vier Bereiche von Dienstleistungen (Tabelle 5), die in drei Ausbaustufen zu entwickeln sind. Mittel- bis längerfristig sind sämtliche Dienstleistungen in diesem Aktionsfeld mit Real-Time-Informationen zu koppeln⁵.

Tabelle 5: Übersicht zu neuen Dienstleistungen im Handlungsfeld «Information und Auskunft»



Internetplattform «Mobil in Zürich»

In einer ersten Ausbaustufe bietet sich das Internet als geeignete Plattform an, um «Mobilitätsinformation aus einer Hand» zu ermöglichen. Die einzurichtende Internet-Plattform «Mobil in Zürich» lehnt sich vom Prinzip her an das gleichnamige Info-Booklet an. Der Vorteil einer elektronischen Plattform besteht darin, dass sie laufend aufdatiert werden kann und der Zugriff orts- und zeitunabhängig möglich ist. Die Plattform soll multimodale Information enthalten, das heisst zu allen Verkehrsträgern und -mitteln. Ihr Mehrwert besteht darin, dass sie alle Informationen zum Thema «Mobilität in Zürich» vereint. Die Plattform wird von einer zentralen Stelle bewirtschaftet. Solche Internet-Plattformen existieren zum Beispiel in Frankfurt (www.rmv.de), Göttingen (www.mobile-goettingen.de) oder Münster (www.muenster.de/mobile/).

Mobilcorner

Die zweite Ausbaustufe des Handlungsfelds «Information und Auskunft» beinhaltet die Entwicklung und Bereitstellung des sogenannten «Mobilcorners» (Tabelle 6). Dieser baut auf dem Prinzip des Haltestelleninformationssystems der VBZ auf, ist jedoch mit zusätzlichen Informationen angereichert. Die Mobilcorner werden nicht nur an den Haltestellen der VBZ eingerichtet, sondern auch an Standorten, welche die Verkehrsteilnehmenden zur Ausübung ihrer Tätigkeiten aufsuchen (Zielorte). Sie verfügen je nach Standort über verschiedene Ausbaugrade und bieten prinzipiell verkehrsmittelübergreifende Informationen an⁶. Die Internet-Plattform «Mobil in Zürich» ist ein integrierter Bestandteil des Mobilcorners.

⁵ vgl. Teilstrategie Verkehrsmanagement und -telematik

⁶ vgl. Teilstrategie Kombinierte Mobilität

Tabelle 6: Mobilcorner nach Ausbaugraden und Standorten

Ausbaugrad	1	2	3	4
	Selbstinformationssystem	Ausbaugrad 1, zusätzlich PC-Terminal oder Touch-Screen-Säule	Ausbaugrad 2, zusätzlich persönliche Bedienung	Ausbaugrad 3, mit professioneller Beratung
Inhalte	Auskunftstafel mit verkehrsmittelübergreifender Information	Zusätzlich zu Ausbaugrad 1: Internet-Plattform «Mobil in Zürich» und Mobilplaner	Zusätzlich zu Ausbaugrad 2: Druckmaterialien zu Mobilitätsangeboten	Zusätzlich zu Ausbaugrad 3: Verkauf von Mobilitätsprodukten
Standorte	Im Eingangsbereich von ausgewählten Standorten (offen oder gedeckt).	Bei Standorten, wo eine gewisse soziale Kontrolle besteht (publikumsintensive Standorte).	Bei Standorten, die über einen bedienten Empfang verfügen.	In Verkaufs- und Informationsstellen der öffentlichen Verkehrsbetriebe.
Beispiele	<ul style="list-style-type: none"> - Im Eingangsbereich von weniger publikumsintensiven Standorten, Spektrum analog wie bei Ausbaugrad 3 - Bei zentral gelegenen Telefonzellen - In Parkanlagen 	<ul style="list-style-type: none"> - Im Eingangsbereich von publikumsintensiven Standorten ohne Empfang, Spektrum analog wie bei Ausbaugrad 3 	<ul style="list-style-type: none"> - grosse Hotels, Firmen - Universitäten, Schulen - grössere Reisebüros - Veranstaltungsorte - Freizeiteinrichtungen, Museen - Shoppingcenters - Parkhausreceptionen - Tourist Office HB - Geschäftsstellen ACS, VCS, TCS 	<ul style="list-style-type: none"> - VBZ-Ticketerias - bediente SBB-Bahnhöfe (in der Stadt)

Mobiltelefon

Eine weitere Dienstleistung der zweiten Ausbaustufe ist das Mobiltelefon. Dieses bietet, analog der Internet-Plattform «Mobil in Zürich», mündlich verkehrsmittelübergreifende Informationen und Auskünfte an. Naheliegend ist dabei der Ausbau der Dienstleistungen von bestehenden oder geplanten «Call-Centers» (z. B. VBZ-Callcenter, SBB-Railservice). Das Mobiltelefon ist insbesondere für technisch weniger versierte oder sehbehinderte Personen eine wichtige Anlaufstelle.

Mobilplaner

Die dritte Ausbaustufe beinhaltet die Weiterentwicklung der Internet-Plattform «Mobil in Zürich» zum Mobilplaner. Der Mobilplaner lehnt sich an die EDV-Applikation an, die im Projekt «Mobiplan» (www.mobiplan.de; unter Mitarbeit des IVT ETH Zürich) entwickelt worden ist (siehe auch www.transbasel.com). Bei den Mobilcornern des Ausbaugrades 2 bis 4 ist der Zugriff auf den Mobilplaner gewährleistet. Die wesentlichen Elemente des Mobilplaners sind die Module «Standortanalyse» und «intermodales Routing».

Die Standortanalyse bietet den Nutzenden die Möglichkeit, sich über die Ausstattung der Umgebung eines spezifischen Standortes zu informieren. Nach der Eingabe der genauen Adresse wird ein Kartenausschnitt der Umgebung generiert, auf dem sogenannte «Points of Interest» und deren Entfernung vom Ausgangsstandort angegeben sind. Beim Modul «intermodales Routing» handelt es sich im Prinzip um einen Tür-zu-Tür-Fahrplan, der mit Informationen zu Verkehrsmitteln ausserhalb des öffentlichen Verkehrs erweitert wird. Für einen bestimmten Weg

können Vergleiche bezüglich Kosten, Zeit und Umweltbelastungen bei der Wahl unterschiedlicher Verkehrsmittel beziehungsweise Verkehrsmittelkombinationen erstellt werden. Zusätzlich können die Nutzerinnen und Nutzer Routenempfehlungen abrufen.

4.3 Dienstleistungen im Servicebereich «Consulting»

Beratung für Betriebe

Für grosse Verkehrserzeuger wie Betriebe, Verwaltungen, Freizeiteinrichtungen, Spitäler, Bildungsinstitutionen etc. wird ein institutionalisiertes Consulting aufgebaut. Verkehrserzeuger werden durch die kompetente Beratung animiert, den standortbedingten Pendler-, Geschäfts- und Besucherverkehr effizienter und umweltfreundlicher zu gestalten. Die Mobilitätsberatung betreibt aktives Marketing, um Verkehrserzeuger von den Vorteilen des betrieblichen Mobilitätsmanagements zu überzeugen und zieht je nach Bedarf an kundenseitigen Mobilitätslösungen verschiedene kompetente Kooperationspartner bei. Dabei handelt es sich um Institutionen, die bei den Beratungsmodulen spezifische Beratungsleistungen beziehungsweise Mobilitätsprodukte und -dienstleistungen anbieten können. Das sind: Beratungsbüros, VBZ, SBB, Verkehrsplanung/Velofachstelle Stadt Zürich, IG Velo Schweiz, Fussverkehr Schweiz, Mobility CarSharing, ACS, TCS, VCS, Quality Alliance Eco-Drive®, Taxihalter, etc.

4.4 Dienstleistungen im Servicebereich «Bewusstseinsbildung und Mobilitätskunde»

Koordination von Mobilitätskampagnen

Die Mobilitätsberatung entwickelt neue Kampagnenthemen zu spezifischen Aspekten der Mobilität und setzt sie um. Kampagnen können in Form von Vorträgen, Veranstaltungen, Ausstellungen, Aktionstagen oder -wochen etc. geführt werden. Mögliche Themen sind Velonutzung beim Einkauf, autofreies Wohnen, CarSharing, kombinierte Mobilität, Gesundheitsaspekte der körperlichen Bewegung, verkehrspolitische und -planerische Massnahmen, etc. Die Mobilitätsberatung entwickelt spezifische Kampagnenthemen, sucht die jeweiligen Partner(-organisationen), sichert die Finanzierung und koordiniert die Umsetzung. Dabei werden insbesondere neue Partnerschaften gesucht, die das Thematisieren von bisher wenig bekannten Aspekten der Mobilität ermöglichen. Die Mobilitätsberatung versucht Synergien zwischen den aktiven Organisationen, Verbänden, Mobilitätsanbietern und neuen Partnern zu orten und zu nutzen. Sie kann auch bereits existierende attraktive Standardangebote nach Zürich holen und hier umsetzen.

Attraktives Angebot für «Mobilitätskunde»

Um die Vermittlung von Mobilitätsthemen an Kinder und Jugendliche zu fördern, hält die Mobilitätsberatung für Schulen, Vereine oder Jugendorganisationen unterschiedliche Unterrichtsmodule zu spezifischen Mobilitätsthemen (öV, motorisierter Individualverkehr, Langsamverkehr, Mobilität allgemein) bereit. Sie definiert die genauen thematischen Inhalte nach Bedarf, bietet Referenten auf (VBZ, SBB, Mobility, IG Velo, Fussverkehr Schweiz, Stadtpolizei, Verkehrsplanung, etc.) und organisiert Besichtigungen oder Aktionen. Sie ist aber auch generell für die Öffentlichkeitsarbeit beziehungsweise die Vermarktung der Dienstleistungen zuständig. Die thematischen Inhalte der Module sollen möglichst erlebnisorientiert vermittelt werden. Möglichkeiten sind: Schulstunden mit externen Referenten, Projektstage, Exkursionen, Projektwochen, Besichtigungen, etc.