

# **Mobilitätsmanagement in Agglomerationsprogrammen**

**„Werkzeugkasten Kt. Aargau“**

### **Projektleitung**

Abteilung Verkehr  
Baudepartement des Kantons Aargau  
Entfelderstrasse 22  
5001 Aarau  
Telefon 062 835 33 30  
Auskunftsperson: Frank Rüede  
E-Mail [frank.rueede@ag.ch](mailto:frank.rueede@ag.ch)

### **Begleitgruppe Abteilung Verkehr (AVK)**

Frank Rüede, Sektion Verkehrsplanung  
Peter G. Schütz, Leiter Sektion Verkehrsplanung  
Götz Timcke, Sektion Verkehrsplanung

### **Fachliche Bearbeitung und Unterstützung**

Planungsbüro Jud  
Bolleystr. 29  
8006 Zürich  
Telefon 01 262 11 44  
Verfasser: Stefan Schneider

in Zusammenarbeit mit:

Hesse Schwarze + Partner  
Hofackerstr. 13  
8032 Zürich

### **Personenbezeichnungen**

Die in diesem Bericht verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich auf beide Geschlechter.

## Inhaltsverzeichnis

1	<b>Einleitung</b>	1
2	<b>Mobilitätsmanagement</b>	1
2.1	Definition und Handlungsfelder .....	1
2.2	Ziel und Nutzen .....	2
2.3	Bedeutung in der Verkehrsplanung .....	2
3	<b>Werkzeugkasten</b>	3
4	<b>Ausgewählte Produkte</b>	4
4.1	Informationsangebot MOBILSERVICE PRAXIS .....	4
4.2	Regionale Mobilitätsberatung .....	5
4.3	Mobilitätszentrale .....	6
4.4	Neuzuzüger-Set .....	7
4.5	Autoarmes Wohnen .....	9
4.6	Kooperation mit der Wohnwirtschaft .....	11
4.7	Stadt-Logistik/Spedikoperation .....	12
4.8	Regionale autofreie Tage .....	13
4.9	Mobilitätskampagne (z.B. Eco-Drive) .....	15
5	<b>Beispiele für weitere Produkte</b>	17
5.1	Bereich „Kombinierte Mobilität“ .....	17
5.2	Bereich Mobilitätskosten .....	18
5.3	Weitere Bereiche .....	19

## **Zusammenfassung**

Der vorliegende „Werkzeugkasten Mobilitätsmanagement“ ist eine Massnahme der Teilstrategie Mobilitätsmanagement der Abteilung Verkehr (AVK) des Baudepartements des Kantons Aargau. Er richtet sich dabei an die Trägerschaften der Agglomerationen, an Regionen und Gemeinden sowie an die zuständigen Departemente und Abteilungen der kantonalen Verwaltung.

Ziel des Mobilitätsmanagements ist die Förderung des Unterwegsseins zu Fuss, mit dem Velo, den öffentlichen Verkehrsmitteln, der kombinierten Mobilität etc. sowie die Förderung des wesensgerechten Einsatzes des Automobils. Damit wird auch ein Beitrag zur Entlastung der heute bestehenden Problembereiche des motorisierten Individualverkehrs (Stau etc.) geleistet.

Das Mobilitätsmanagement umfasst Massnahmen und Produkte, die schwergewichtig bei den Verkehrsteilnehmenden ansetzen (nachfrageorientiert). Die Verkehrsteilnehmenden werden über die Möglichkeiten der verschiedenen, vorhandenen Verkehrsträger sowie deren Kombination und allfällige neue Angebote informiert. Es werden Anreize zur Nutzung der Mobilitätsformen Bus, Bahn, Velo, zu Fuss, CarSharing etc. geschaffen, ohne Einschränkungen gegenüber dem motorisierten Individualverkehr anzuwenden.

Neben professioneller Information und Kommunikation wird im Mobilitätsmanagement auch darauf hingearbeitet, Transportdienstleistungen für die Verkehrsteilnehmenden gut organisiert und aufeinander abgestimmt bereitzustellen.

Mit dem Werkzeugkasten sollen ausgewählte Produkte des Mobilitätsmanagements als Teil einer integralen Verkehrsplanung bekannter gemacht werden, ihre Einsatzmöglichkeiten und ihre Wirkung aufgezeigt werden – nicht zuletzt auch im Hinblick auf ihren Beitrag zur Abstimmung von Siedlung und Verkehr. Ausgewählt wurden:

- Informationsangebot MOBILSERVICE PRAXIS
- Regionale Mobilitätsberatung
- Mobilitätszentrale
- Neuzuzüger-Set
- Autoarmes Wohnen
- Kooperation mit der Wohnwirtschaft
- Stadt-Logistik/Spedikoperation
- Regionale autofreie Tage
- Mobilitätskampagne (z.B. Eco-Drive)

Bei den Zielgruppen sollen auf zwei Zeitebenen Aktivitäten ausgelöst werden: Einerseits sollen die ausgewählten und detailliert beschriebenen Produkte direkt umgesetzt werden. Andererseits sollen (Planungs-)Prozesse angestossen werden, die mittel- und längerfristig zum Entstehen entsprechender Produkte des MM führen.

## 1 Einleitung

Der vorliegende „Werkzeugkasten Mobilitätsmanagement“ ist eine Massnahme der Teilstrategie Mobilitätsmanagement (MM) der Abteilung Verkehr (AVK) des Baudepartements des Kantons Aargau. Mit dem Werkzeugkasten sollen einerseits Produkte des Mobilitätsmanagements als Teil einer integralen Verkehrsplanung bekannter gemacht werden und andererseits ein Beitrag zur Abstimmung von Siedlung und Verkehr geleistet werden.

Der Werkzeugkasten anvisiert die folgenden Zielgruppen bzw. Ziele:

Zielgruppe	Ziele
Trägerschaften Agglomerationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen Teilstrategie Mobilitätsmanagement</li> <li>• Möglichkeiten des Mobilitätsmanagements aufzeigen</li> <li>• Motivieren, die Produkte des MM in die Agglomerationsprogramme aufzunehmen und umzusetzen</li> </ul>
Regionen und Gemeinden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen Teilstrategie Mobilitätsmanagement</li> <li>• Möglichkeiten des Mobilitätsmanagements aufzeigen</li> <li>• Motivieren, Produkte des MM umzusetzen</li> </ul>
Kanton Aargau Abteilung Raumentwicklung Abteilung Verkehr	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbezug der Produkte des Mobilitätsmanagements in die verschiedenen Teilkonzepte/Module der Agglomerationsprogramme zuhanden des Bundes. Damit wird die Voraussetzung geschaffen, dass diese vom Bund gefördert werden können.</li> </ul>

Abbildung 1: Zielgruppen und Ziele des Werkzeugkastens

## 2 Mobilitätsmanagement

### 2.1 Definition und Handlungsfelder

Das Mobilitätsmanagement<sup>1</sup> (MM) umfasst Massnahmen und Produkte, die schwerwichtig bei den Verkehrsteilnehmenden ansetzen (nachfrageorientiert).

Die Verkehrsteilnehmenden werden über die Möglichkeiten der verschiedenen, vorhandenen Verkehrsträger sowie deren Kombination und allfällige neue Angebote informiert. Es werden Anreize zur Nutzung der Mobilitätsformen Bus, Bahn, Velo, zu Fuss, CarSharing etc. geschaffen, ohne Einschränkungen gegenüber dem motorisierten Individualverkehr (MIV) anzuwenden.

<sup>1</sup> Mobilitätsmanagement ist ein nachfrageorientierter Ansatz im Bereich des Personen- und Güterverkehrs, der neue Kooperationen initiiert und ein Massnahmenpaket bereitstellt, um eine effiziente, umwelt- und sozialverträgliche Mobilität anzuregen und zu fördern. Die Massnahmen basieren auf den Handlungsfeldern Information, Kommunikation, Organisation und Koordination und bedürfen eines Marketings. Quelle: ILS/ISB 2000: Mobilitätsmanagement Handbuch, Dortmund, Aachen

Neben professioneller Information und Kommunikation wird im Mobilitätsmanagement auch darauf hingearbeitet, Transportdienstleistungen für die Verkehrsteilnehmenden gut organisiert und aufeinander abgestimmt bereitzustellen.

## 2.2 Ziel und Nutzen

Ziel des Mobilitätsmanagements ist die Förderung des Unterwegsseins zu Fuss, mit dem Velo, den öffentlichen Verkehrsmitteln, der kombinierten Mobilität etc. sowie die Förderung des wesensgerechten Einsatzes des Automobils. Damit wird auch ein Beitrag zur Entlastung der heute bestehenden Problembereiche des motorisierten Individualverkehrs (Stau etc.) geleistet.

Dank einer im MM praktizierten intensiven Informations- und Marketing-Tätigkeit (z.B. durch die Angebote von Mobilitätszentralen, Informationen zu Staus und öV-Verspätungen) können Kenntnisstand, Akzeptanz und Nutzung bestehender Mobilitätsangebote und die Effizienz der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur erhöht werden. Durch die gestiegene Akzeptanz verbessern sich auch die Voraussetzungen für das Entstehen neuer Angebote; dies nicht nur bei der Bevölkerung, sondern auch bei den für die Bereitstellung und Betreuung von Angeboten und zugehörigen Planungsprozessen zuständigen Gemeinden und Mobilitätsanbietern. Gezielt positionierte Anreize (z.B. im Rahmen eines Neuzuzüger-Sets oder bei Antritt eines neuen Mietvertrags abgegebene Schnupper-Abos des öffentlichen Verkehrs) motivieren die potenziellen Nutzerinnen und Nutzer, Angebote einer innovativen Mobilität auszuprobieren und neue Erkenntnisse (z.B. die im Rahmen einer Mobilitätskampagne vermittelte Eco-Drive-Fahrweise) umzusetzen.

## 2.3 Bedeutung in der Verkehrsplanung

Voraussetzung für viele Produkte des Mobilitätsmanagements ist das Vorhandensein der entsprechenden Angebote und der erforderlichen Infrastrukturen (attraktives Fuss- und Radwegnetz, Strassen, Linien des öffentlichen Verkehrs etc.). Diese bilden damit eine unverzichtbare Basis für das Mobilitätsmanagement. Besondere Bedeutung kommt der Existenz und Ausgestaltung der in Abbildung 2 aufgeführten Elemente zu:

Element	Beispiele
Angebote der kombinierten Mobilität  <i>(Hinweis: Der Handlungsbedarf an den Umsteigeorten nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit.)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto-Parkierungsanlagen zu Fuss - Auto</li> <li>• Park+Pool-Anlagen mehrere Autos – ein Auto</li> <li>• Velo-Parkierungsanlagen Velo – zu Fuss Velo – öV</li> <li>• Park+Ride-Anlagen Auto – öV</li> <li>• Bike+Ride-Anlagen Velo – öV</li> <li>• öV-Haltestellen zu Fuss – öV</li> <li>• Mobility CarSharing Schweiz</li> <li>• Mitfahrzentralen (CarPooling)</li> </ul>
Mobilitätskosten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• P-Bewirtschaftung</li> <li>• Road-Pricing</li> <li>• Energie- bzw. Treibstoffkosten</li> <li>• Kosten Benützung öffentlicher Verkehr</li> </ul>

Abbildung 2: Für das MM wichtige Angebots- und Infrastrukturelemente

Das MM bietet mit seinem direkten Ansatz bei den Verkehrsteilnehmenden eine wichtige ergänzende Möglichkeit, auf die Nutzung der bestehenden Infrastrukturen und Angebote einzuwirken und damit einen Beitrag zur Abstimmung von Siedlung und Verkehr zu leisten. Das MM bildet so ein wesentliches Element einer modernen Verkehrsplanung. Es ist Bestandteil der Strategie nachhaltige Mobilität des Kantons Aargau.

### 3 Werkzeugkasten

Der vorliegende Werkzeugkasten bietet eine Übersicht über ausgewählte Produkte des MM und zeigt deren Einsatzmöglichkeiten sowie mögliche Wirkungen auf. Weitere Produkte werden lediglich kurz skizziert. Sie sollen als Anregung dienen, auch diese vertieft zu prüfen und ggf. umzusetzen.

Mit dem Werkzeugkasten sollen auf zwei Zeitebenen Aktivitäten ausgelöst werden: Einerseits sollen die ausgewählten und detailliert beschriebenen Produkte direkt umgesetzt werden. Andererseits sollen (Planungs-)Prozesse angestoßen werden, die mittel- und längerfristig zum Entstehen entsprechender Produkte des MM führen.

Die Produktebeschreibung erfolgt gemäss dem nachstehenden Ordnungsraster:

**A) Kurzbeschreibung (*was*)**

evtl. unterteilt in „Kernprodukt“ (dieses ist bei der Beschreibung ins Zentrum zu stellen) und Produkte/Variationen mit Synergiepotenzial (nur minimal umschreiben)

**B) Ziele und Wirkungshorizont (*was wird erreicht; Wirkungsweise*)**

Ziele, Wirkungsweise bezogen auf „Kernprodukt“; zeitlicher Wirkungshorizont

**C) Zielgruppe(n) (*für wen*)**

Zielgruppe(n) bezogen auf „Kernprodukt“

**D) Akteure (*was, durch wen*)**

Federführender Akteur

Alle handelnden Akteure bezogen auf „Kernprodukt“ mit ihren Handlungsschritten

**E) Rahmenbedingungen (*unter welchen Voraussetzungen*)**

Insbesondere rechtliche Rahmenbedingungen (bestehende, zu schaffende), aber auch andere werden aufgezählt

**F) Controlling (*was, durch wen*)**

**G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

Auf den folgenden Seiten werden die einzelnen Produkte nach diesem Raster beschrieben.

## 4 Ausgewählte Produkte

### 4.1 Informationsangebot MOBILSERVICE PRAXIS

#### **A) Kurzbeschreibung**

---

##### **Kernprodukt**

Die vom Kanton Aargau mitgetragene Internet-Plattform MOBILSERVICE PRAXIS für eine zukunftsorientierte Mobilität bietet praxisnahe Informationen und Anwendungsbeispiele mit einem Schwerpunkt beim Mobilitätsmanagement. Attraktive neue oder bestehende Produkte des Mobilitätsmanagements und auch aktuelle Entwicklungen und Erfahrungen aus den Bereichen öffentlicher Verkehr, Fuss- und Veloverkehr sowie der kombinierten Mobilität werden in den Agglomerationen früh erkannt und umgesetzt.

##### **B) Ziele und Wirkungshorizont**

---

Verbesserung Informationsstand zu Produkten des Mobilitätsmanagements und zu aktuellen Entwicklungen und Erfahrungen aus den Bereichen öffentlicher Verkehr, Fuss- und Veloverkehr sowie der kombinierten Mobilität; Vermehrte Umsetzung Produkte.

**Wirkungshorizont:** sofort umsetzbar, mittelfristig bis langfristig wirksam.

##### **C) Zielgruppe(n)**

---

Agglomerationsträgerschaft, Trägerschaft Region, Gemeindebehörden, evtl. Transportunternehmen.

##### **D) Akteure**

---

Federführung: Agglomeration (Region)

- Region/Agglo wirbt für die Nutzung der Internet-Plattform MOBILSERVICE
- Akteure von Agglomeration, Region und Gemeinden registrieren sich kostenlos bei Mobilservice und erhalten dadurch Zugang zu den Angeboten
- Die Agglomerationen organisieren – in Zusammenarbeit mit dem Kanton – Treffen zum Erfahrungsaustausch
- Die Gemeinden erhalten auf Anfrage eine Hotline-Unterstützung durch die Abteilung Verkehr des Baudepartements

##### **E) Rahmenbedingungen**

---

- Beratungsdienstleistung der AVK zum Angebot von Mobilservice

##### **F) Controlling**

---

Anzahl Anfragen Hotline AVK, Anzahl Beratungen, Anzahl und Qualität umgesetzte Elemente.

##### **G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- [www.mobilservice.ch/de/praxis/](http://www.mobilservice.ch/de/praxis/)
- Hotline, Abteilung Verkehr, Sektion Verkehrsplanung: 062 – 835 33 30



## 4.2 Regionale Mobilitätsberatung

### A) Kurzbeschreibung

---

#### Kernprodukt

Analog zur bestehenden regionalen Energieberatung wird eine regionale Mobilitätsberatung aufgebaut. Diese berät primär **Unternehmen** beim Vorgehen resp. der Umsetzung im Bereich des betrieblichen Mobilitätsmanagements. Dabei werden die Themenfelder Verkehr und Mobilität den Unternehmen systematisch näher gebracht. Gemeinsam werden Ansätze und Modelle für eine umweltverträglichere und kosteneffizientere Abwicklung der Mobilität entwickelt. Anhand von Best-Practice-Beispielen (z.B. ABB Utility im Rahmen der Beratungen des Programms Baden mobil) werden die Unternehmen für das betriebliche Mobilitätsmanagement motiviert und über die verschiedenen Möglichkeiten informiert.

#### Produkte mit Synergiepotenzial

Die regionale Mobilitätsberatung kann auch **private Bauherren** oder die **Bevölkerung** betreffend möglicher Massnahmen im Bereich des MM und deren Umsetzung beraten.

Wird z.B. ein **Neuzuzügerset** abgegeben, kann den Neuzuzügern ein Gutschein für eine kostenlose Mobilitätsberatung abgegeben werden.

Eine Mobilitätsberatung lässt sich sehr gut als Dienstleistung einer Mobilitätszentrale integrieren.

Die Mobilitätsberatung kann an Mobilitätskampagnen gezielt an Anlässen präsent sein und ihre Beratungsleistungen anbieten.

Mobilitätsberatungen zuhanden von Bauherren können z.B. auch gezielt durch Bauverwaltungen, Energieberatungsstellen, Umweltfachstellen etc. angeboten werden.

### B) Ziele und Wirkungshorizont

---

Erhöhung des Anteils der nachhaltigen, kombinierten Mobilität; kosteneffizientere Abwicklung des von den Unternehmen (und Anderen) erzeugten Verkehrsaufkommens.

**Wirkungshorizont:** mittelfristig umsetzbar, mittelfristig bis langfristig wirksam.

### C) Zielgruppe(n)

---

Unternehmungen, private Bauherren, Neuzuzüger

### D) Akteure

---

Federführung: Agglomeration (Region)

- Kanton (AVK) stellt Erfahrungen (aus dem Programm Baden mobil) zur Verfügung und unterstützt bei der Umsetzung (bspw. Netzwerk Mobilität)
- Agglomeration (Region) schreibt Mobilitätsberatung im Mandat aus.
- Mobilitätsberatung baut Partnerschaften mit Transportunternehmen aus resp. auf.
- Mobilitätsberatung betreibt ein aktives Marketing (bspw. Rundschreiben, Veranstaltungen, Erst-Info über Verkehrsmittelwahl, Einführungsgespräch...), bearbeitet den Markt, ist zentrale Anlaufstelle für Unternehmen, entwickelt Flyer etc. für interessierte Unternehmen

- Mobilitätsberatung unterstützt Unternehmen bei der Realisierung, der Auswahl des externen Beratungsbüros etc., stellt Hilfsmittel zur Verfügung und holt Offerten bei Partnern ein.

#### **E) Rahmenbedingungen**

---

- Kanton könnte steuerliche Begünstigungen schaffen für Unternehmen, die einen Mobilitätsplan ausgearbeitet und umgesetzt haben.
- Kanton könnte gesetzliche Grundlage schaffen, damit Unternehmen einen Mobilitätsplan ausarbeiten müssen.

#### **F) Controlling**

---

- Anzahl getätigte Beratungen (Einzelpersonen, Unternehmen)
- Eingesparte PW-Fahrten
- Senkung der Mobilitätsausgaben der Unternehmung
- Bspw. Reduktion der vorhandenen Parkplätze
- Modalsplit der Arbeitswege

#### **G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- ABB Utility Automation; Beratung im Rahmen des Programms Baden mobil
- Abteilung Verkehr, Sektion Verkehrsplanung: 062 – 835 33 30
- Clever mobil und fit zur Arbeit: [www.clever-pendeln.de](http://www.clever-pendeln.de); [www.clever-mobil.org](http://www.clever-mobil.org)
- Sofort-Rating [www.mobilityrating.ch](http://www.mobilityrating.ch)

### **4.3 Mobilitätszentrale**

#### **A) Kurzbeschreibung**

---

##### **Kernprodukt**

Mobilitätszentralen sind Serviceeinrichtungen, die Informationen und Dienstleistungen rund um die Mobilität anbieten und verkehrsmittelübergreifend bündeln (Veloverleih, Tankstelle für Elektrofahrzeuge, Carsharing, Fahrzeugverkauf und -reparaturen, Hygiene etc.). Es sind Knotenpunkte der kombinierten Mobilität, welche i.d.R. an Bahnhöfen mit optimalen Verknüpfungen zum lokalen öV zu finden sind. Neben der Informationsvermittlung ist die kostenlose, persönliche Beratung fester Bestandteil des Angebotes.

##### **Produkte mit Synergiepotenzial**

In der Mobilitätszentrale werden z.B. Mobilitätsberatungen angeboten bzw. entsprechende Informationsmittel bereitgehalten.

#### **B) Ziele und Wirkungshorizont**

---

Erhöhung der Nutzung der nachhaltigen, kombinierten Mobilität; Erhöhung des Informationsstandes der Bevölkerung in der Agglomeration über die Möglichkeiten der Fortbewegung mit verschiedenen Verkehrsmitteln.

**Wirkungshorizont:** mittelfristig umsetzbar, mittelfristig bis langfristig wirksam.

### **C) Zielgruppe(n)**

---

Bevölkerung (Pendelnde, Schüler und Schülerinnen, Einkauf, Erholung und Freizeit)

### **D) Akteure**

---

Federführung: Agglomeration (Region)

- Kanton (AVK) stellt Erfahrungen (aus dem Programm Baden mobil) zur Verfügung und unterstützt bei der Umsetzung (bspw. Netzwerk Mobilität)
- Agglomeration bildet – zusammen mit Partnern – eine Trägerschaft
- Agglomeration (Region) schreibt Mobilitätszentrale im Mandat aus oder motiviert verschiedene Akteure (Transportunternehmen, Tourismusbüro, Reisebüro) zur Information in einer gemeinsamen Lokalität.
- Mobilitätszentrale baut Partnerschaften mit Transportunternehmungen und verwandten Organisationen aus resp. auf.

### **E) Rahmenbedingungen**

---

- Vorgaben des Bundes (siehe Positionspapier Bundesamt für Energie)

### **F) Controlling**

---

- Anzahl bestehende Mobilitätszentralen
- Vielfalt und Nutzung des Angebotes

### **G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- Badenmobil: Abteilung Verkehr, Sektion Verkehrsplanung: 062 – 835 33 30
- Positionspapier BFE, in Zusammenarbeit mit ARE, ASTRA, BAV und BASPO, 23. Juni 2003
- Nachhaltiges Mobilitätsmanagement, Aktivitäten des Fachbereichs Verkehrsplanung, Tiefbauamt der Stadt Zürich, Juni 2002
- Nationales Netzwerk

## **4.4 Neuzuzüger-Set**

### **A) Kurzbeschreibung**

---

#### **Kernprodukt**

Der Einzelne überprüft sein Mobilitätsverhalten sehr oft im Rahmen eines Wechsels des Wohnortes. Aus diesem Grund sind Neuzuzüger für Informationen zur Mobilität empfänglich. Personen, die in eine Gemeinde ziehen, erhalten deshalb per Post oder bei der Anmeldung am Schalter ein einheitlich gestaltetes **Neuzuzügerset**, welches die in der Gemeinde und ihrer Umgebung (Region, Agglomeration) bestehenden Mobilitätsangebote (Privat-PW, Mobility, öV, Fuss, Rad) beschreibt. „Schnupperangebote“ (Ticket Tarifverbund, Gutschein der Firma Mobility, Probeangeboten von Taxi, Velokurier, Velohändler etc.) ergänzen das Set und laden zum „Ausprobieren“ ein.

### **Produkte mit Synergiepotenzial**

Besteht in der Agglomeration das Angebot einer **Mobilitätszentrale**, wird dem Neuzuzügerset ein Gutschein für eine kostenlose, persönliche Mobilitätsberatung beigelegt, welche bspw. den konkreten Arbeitsweg, Einkaufsbedürfnisse etc. berücksichtigt. Die Zusammenarbeit mit **Immobilienhändlern** und **Liegenschaftsverwaltungen** ermöglicht, die Informationen zum Mobilitätsangebot bereits in Verkaufs- und Marketing-Unterlagen zu integrieren.

Es soll angeregt werden, gewisse Produkte (vom Schnupper-öV-Billet über die Mobility-Mitgliedschaft bis hin zum Generalabonnement) als **Bestandteil eines Wohnangebotes** (Verkauf, Miete) zu integrieren.

Ein **Neuzuzüger-Apero** wird z.B. durch einen geführten Gang zu Fuss zu den Einrichtungen des Einkaufs und Gastgewerbes ergänzt und bietet dabei die Gelegenheit, für das Mobilitätsangebot am Ort zu werben.

### ***B) Ziele und Wirkungshorizont***

---

Die vermittelten Infos und Ausprobiermöglichkeiten führen zu einer effizienten Nutzung des Autos und zu vermehrtem zu Fuss gehen, Fahrradfahren oder Nutzen des öffentlichen Verkehrs. Durch den Anreiz zum zu-Fuss-einkaufen wird das lokale Gewerbe gestärkt.

**Wirkungshorizont:** sofort umsetzbar, kurzfristig wirksam.

### ***C) Zielgruppe(n)***

---

Neuzuzüger in Gemeinde, Umziehende innerhalb Gemeinde, Liegenschaftenkäufer und -verkäufer

### ***D) Akteure***

---

Federführung: Gemeinde (basierend auf Grundlage/Muster Kanton und Angebot Agglomeration/Region)

- Kanton (AVK) stellt kantonale Grundlagen bereit (Web-Server mit download-Möglichkeit aktueller Grundlagen)
- Kanton (TVAG) stellt Info zum Angebot des öffentlichen Verkehrs bereit
- Agglomeration (Region) stellt den Gemeinden Muster mit regional einheitlichen Grundinformationen (insbes. bzgl. öV-Angebot) zur Verfügung
- Gemeinde beschafft Info zum Angebot des öffentlichen Verkehrs bei TU der Agglo/Region
- Gemeinde beschafft Info zum lokalen Angebot der übrigen Mobilitätsanbieter (Taxi, Mobility, Velohändler, Schuhgeschäfte etc.)
- Kanton (AVK) tätigt „Grosseinkauf“ der Schnupperangebote von nationalen Anbietern und stellt diese den Gemeinden zur Verfügung
- Agglo/Region tätigt „Grosseinkauf“ der Schnupperangebote von regionalen Anbietern und stellt diese den Gemeinden zur Verfügung
- Gemeinde stellt Neuzuzügerset zusammen und legt Verteilkanäle fest

### ***E) Rahmenbedingungen***

---

- Grundraster und Grundinfos durch Kanton (AVK) im Rahmen des MMAG bereitgestellt.

### **F) Controlling**

---

- Download-Statistik Angebote (Kanton)
- Anzahl abgegebene Sets (Gemeinde)
- Statistik über eingelöste Schnupperangebote (Info durch Anbieter zuhanden „Einkäufer“ Kanton)

### **G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- Pilotprojekt in der Stadt Luzern; Ueli Haefeli, Interface, Institut für Politikstudien, Tel. 041 412 07 12; [haefeli@interface-politikstudien.ch](mailto:haefeli@interface-politikstudien.ch)
- Stadt Thun (Realisiertes Neuzuzügerset); Christof Diez, Fachstelle Umwelt und Mobilität, Tel. 033 225 84 75; [umwelt@thun.ch](mailto:umwelt@thun.ch)

## **4.5 Autoarmes Wohnen**

### **A) Kurzbeschreibung**

---

#### **Kernprodukt**

Autofreie Haushalte sind häufig, ihr Anteil beträgt in grösseren Städten bis zu 40%. Die Angebote des öffentlichen Verkehrs aber auch der kombinierten Mobilität ermöglichen in zunehmendem Masse ein "autoarmes" Wohnen. Dieses wiederum lässt die Bewohner/innen den Nutzen ihrer Autofreiheit in Form von geringeren Immissionen und geringeren Baukosten (Parkplatz) direkt erfahren. Bei **autofreien** Wohnformen werden die Eigentumsrechte an einem Privatauto eingeschränkt. Alternative Nutzungsformen (Car-Sharing, Taxi, Mietautos etc.) bleiben aber zugelassen. Die Nutzung solcher Mobilitätsformen wird durch organisatorische Vorkehrungen erleichtert. Durch die starke Einschränkung des Autobesitzes kann die Erstellung von Anwohnerparkplätzen stark reduziert werden. Pro Wohneinheit werden 0.5 Parkplätze oder weniger realisiert.

Als Übergangsform von konventionellen Lösungen zum autofreien Wohnen kann das **autoarme** Wohnen bezeichnet werden. Hier kommen keine Einschränkungen beim Privatautoeigentum zur Anwendung. Die Erstellung von Anwohnerparkplätzen ist weniger stark eingeschränkt, die Anzahl realisierter Parkplätze liegt aber bei weniger als 1 Parkplatz pro Wohneinheit. Fussgänger und Velofahrer können von einem feinmaschigen Wegenetz zwischen den Häusern Gebrauch machen. Die Parkplätze werden am Rand konzentriert oder unterirdisch verlagert.

Entsprechende Konzepte können heute im Kanton Aargau nur im Rahmen einer Sondernutzungsplanung realisiert werden.

#### **Produkte mit Synergiepotenzial**

Die Zusammenarbeit mit **Immobilienhändlern** und **Liegenschaftsverwaltungen** ermöglicht, die Informationen zum Mobilitätsangebot bereits in Verkaufs- und Marketing-Unterlagen zu integrieren (Mobilitätsmanagement in Kooperation mit der Wohnwirtschaft).

Es soll angeregt werden, gewisse Produkte (vom Schnupper-öV-Billet über die Mobility-Mitgliedschaft bis hin zum Generalabonnement) als **Bestandteil eines Wohnangebotes** (Verkauf, Miete) zu integrieren.

### **B) Ziele und Wirkungshorizont**

---

Förderung des autoarmen oder autofreien Wohnens, Reduktion der Emissionen durch den Autoverkehr

**Wirkungshorizont:** mittelfristig umsetzbar, mittelfristig wirksam.

### **C) Zielgruppe(n)**

---

Bevölkerung, PolitikerInnen und kommunale Verwaltungen

### **D) Akteure**

---

Federführung: Gemeinde (Kanton für Rechtsgrundlagen<sup>1</sup>)

- AVK: Überprüfung kantonaler Vorschriften, Anpassung Baugesetz BauG.
- Baudepartement: Ausarbeiten einer Arbeitshilfe, Beispiele zur Verfügung stellen
- Agglomeration (Region): Aufbau von Kompetenz (Ansprechpartner) mit vertieften Kenntnissen zum Thema
- Gemeinden: Überprüfung kommunaler Vorschriften, ggf. Anpassung
- Agglomeration (Region): Förderprogramm, Anreize zuhanden Gemeinden, Erfahrungsaustausch

### **E) Rahmenbedingungen**

---

- Entsprechende Spielräume in den kommunalen Bauvorschriften insbesondere bezüglich P-Erstellungspflicht
- Möglichkeit, auf die Erhebung einer Parkplatz-Ersatzabgabe zu verzichten
- Entsprechende Spielräume in den kantonalen Gesetzen sind noch zu schaffen (Baugesetz BauG, Paragraphen 50-58)

### **F) Controlling**

---

- Anzahl realisierter autoarmer Überbauungen, Anzahl Kooperationen mit Wohnungsunternehmen, Anzahl eingelöste Wohnangebote (Wohn-GA, Mitgliedschaften Mobility etc.).

### **G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- Mobilitätsmanagement in Kooperation mit der Wohnungswirtschaft (D. Bäumer, H. Freudenau), Artikel in Verkehrszeichen, Nr. 1/04 vom Januar 2004, S. 6 ff.
- BUWAL: LKS-Einzelidee 251 "Verkehrs- und Parkplatzfreies Wohnen"
- Müller & Romann et. al. (1999): Autofreie Haushalte. Bericht A2 des NFP 41 „Verkehr und Umwelt“

---

<sup>1</sup> Das Gesetz über Raumplanung, Umweltschutz und Bauwesen (BauG) des Kantons Aargau kennt die Pflicht zur Erstellung von Abstellplätzen (§ 55 BauG). Für die Realisierung von Projekten mit wenig Parkplätzen (autoarmes Wohnen) ist in der Regel ein Sondernutzungsplan erforderlich, der über die Sondernutzungsvorschriften eine begründete Abweichung gegenüber der Erstellungspflicht erlaubt. Erst nach Anpassung von § 55 BauG können Projekte im Bereich autofreies/autoarmes Wohnen ohne Sondernutzungsplan realisiert werden.

## 4.6 Kooperation mit der Wohnwirtschaft

### A) Kurzbeschreibung

---

#### Kernprodukt

Die Wohnung bzw. das Haus ist für den Grossteil der ausserhäuslichen Aktivitäten die Quelle der Fahrten. Entscheidend für die Verkehrsmittelwahl ist u.a. die wohnungsnahe Verfügbarkeit der unterschiedlichen Verkehrsmittel. Durch in Kooperation mit der Wohnwirtschaft (Immobilien-gesellschaften, Investoren, Verkäufer) entwickelte und angebotene siedlungsbezogene Mobilitätsdienstleistungen sollen die umweltverträglichen Verkehrsmittel stärker ins Bewusstsein der Wohnbevölkerung gerückt werden bzw. die Zugangsbedingungen erleichtert werden. Es können die folgenden Serviceleistungen vorgesehen werden:

**Mieterticket:** Durch die Abnahme einer festen Anzahl Tickets erhält die Immobilien-gesellschaft als „Grosskunde“ einen Rabatt und kann so seinen Mietkunden ein aussergewöhnlich günstiges Ticket anbieten. Neubauten können mit einem z.B. für fünf Jahre gültigen Jahresabo verkauft werden. Der Bauherr erwirbt daher nicht nur einen Parkplatz, sondern obligatorisch auch ein Ticket, um das öV-Angebot im Umfeld seines Wohnumfeldes. **CarSharing:** Betrieben auf privater Basis oder durch Mobility CarSharing Schweiz steht ein CarSharing-Fahrzeug zu besonders günstigen Konditionen (z.B. keine Aufnahmegebühr) zur Verfügung.

#### Produkte mit Synergiepotenzial

**Neuzuzüger-Sets** enthalten Schnupperangebote für die Nutzung umweltfreundlicher Mobilitätsformen.

Die Möglichkeit zur Realisierung **autofreier oder autoarmer Siedlungen** werden erhöht.

### B) Ziele und Wirkungshorizont

---

Förderung des autoarmen oder autofreien Wohnens, Verbesserung des Zugangs zu umweltverträglichen Verkehrsmitteln, Steigerung der Nutzung derselben.

**Wirkungshorizont:** kurzfristig umsetzbar, kurzfristig wirksam.

### C) Zielgruppe(n)

---

Immobilien-gesellschaften, Bauherren, Investoren, Gemeinden

### D) Akteure

---

Federführung: Agglomeration (Region)

- Agglomeration (Region) bereiten im Gespräch mit Mobilitätsanbietern und Transportunternehmen Angebotsformen vor und ermitteln deren Preis (als „Grosseinkäufer“).
- Agglomeration (Region) kontaktieren Vertreter der Wohnungswirtschaft bezüglich der Übernahmemöglichkeiten der Angebote

### E) Rahmenbedingungen

---

- keine

### **F) Controlling**

---

- Anzahl realisierter Angebote

### **G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- Mobilitätsmanagement in Kooperation mit der Wohnungswirtschaft (D. Bäumer, H. Freudenau), Artikel in Verkehrszeichen, Nr. 1/04 vom Januar 2004, S. 6 ff.
- [http://www.wohnen-plus-mobilitaet.nrw.de/mob\\_service/projekte/index.html](http://www.wohnen-plus-mobilitaet.nrw.de/mob_service/projekte/index.html)

## **4.7 Stadt-Logistik/Spedikooperation**

### **A) Kurzbeschreibung**

---

Der Wirtschaftsverkehr in den Innenstädten, aber auch in kleineren regionalen Geschäftszentren wird zunehmend durch Lieferverkehr mit häufiger Anlieferung von kleineren Mengen gekennzeichnet. Insbesondere in den Fussgängerzonen entsteht während der eingeschränkten Lieferzeiten eine Konzentration von Kleinlastwagen. Mit der Bildung von Speditionskooperationen wird die Aufenthaltsqualität der BesucherInnen verbessert.

#### **Produkte mit Synergiepotenzial**

Kooperationen sind auch im Bereich von **Hauslieferdiensten** möglich. Mittels eines attraktiven Hauslieferdienstes (auch **Velo-Hauslieferdienst**) können Autofahrten der Einkaufenden eingespart werden.

### **B) Ziele und Wirkungshorizont**

---

Erreichbarkeit der Geschäftsbereiche für den Wirtschaftsverkehr bei möglichst geringen restriktiven Regelungen sicherstellen, jedoch mit geringer Beeinträchtigung der Aufenthaltsqualität für die BesucherInnen. Generell die Anzahl von (motorisierten) Liefervorgängen reduzieren. Synergieeffekte auf Seiten der Spediteure fördern.

**Wirkungshorizont:** mittelfristig umsetzbar, mittelfristig bis langfristig wirksam.

### **C) Zielgruppe(n)**

---

Innenstadtgeschäfte, Spediteure

### **D) Akteure**

---

Federführung: Agglomeration (Region) / Gemeinde

- Agglomeration sensibilisiert kommunale Entscheidungsträger und potenzielle Nutzniesser (Marktlücke im Speditions Gewerbe).
- Kanton nimmt Kontakt auf mit Speditionsfirmen und motiviert sie zur Teilnahme an einer Speditionsrunde.
- Gemeinde richtet eine regelmässig tagende Speditionsrunde mit allen beteiligten Institutionen ein.
- Gemeinde bündelt Innenstadtbelieferung durch einen oder mehrere Dienstleister (Bildung von Speditionskooperationen).
- Innenstadtgeschäfte und Spediteure konzentrieren logistische Dienstleistungen.



- Gemeinde unterstützt das Abschliessen eines Kooperationsvertrages zwischen Dienstleister und beteiligten Speditionen mit Festlegung von Lieferzeitfenstern und Transportgebühren.
- Gemeinde unterstützt das Entstehen eines koordinierten Zustell-Services (durch Dienstleister oder Velohauslieferdienst) und ermöglicht der Bevölkerung damit die Benutzung des „Umweltverbundes“.

***E) Rahmenbedingungen***

---

- vertiefende Projektstudie und Initialschritte unter Federführung Agglomeration (Region) notwendig.

***F) Controlling***

---

- Erhebung der Anzahl Anlieferungen in der Innenstadt
- Anzahl entstandene Speditionskooperationen
- Einhaltung der vereinbarten Lieferzeitfenster

***G) Weitere Informationen und Ansprechpartner***

---

- Spedi Thun, Gütersammeltransporte in die vom Verkehr befreite Altstadt von Thun
- Spedi BeO; Plattform für Güter- und Reisegepäck-Transport im Berner Oberland
- Beispiele in Deutschland

## **4.8 Regionale autofreie Tage**

***A) Kurzbeschreibung***

---

**Kernprodukt**

Autofreie Tage ermöglichen, probeweise auf das Auto als Verkehrsmittel für den Arbeits- resp. Einkaufs- oder Freizeitweg zu verzichten. Als „Ersatz“ können alternative Mobilitätsformen kennen gelernt und die Lust geweckt werden, diese auch im Alltag anzuwenden.

„In die Stadt ohne mein Auto“ - am 22. September findet jeweils dieser europaweite Aktionstag statt. Die autofreien Stadt- und Dorfzentren ermöglichen die Durchführung verschiedenster Aktivitäten. Eines der möglichen Ziele ist es dabei, den Arbeitsweg auf eine andere Art, als mit dem Auto zurückzulegen. Im Jahr 2003 nahmen in der Schweiz 57 Städte und Gemeinden an diesem Aktionstag teil.

Durch die Bündelung der Aktivitäten innerhalb einer Agglomeration (Region) kann der Administrations- und Informationsaufwand reduziert und die Wirkung verstärkt werden.

**Produkte mit Synergiepotenzial**

In die regionalen autofreien Tage können verschiedenste Mobilitätskampagnen (z.B. Angebot eines Eco-Drive-Simulators etc., vergünstigte Einkaufsangebote) integriert werden.

**B) Ziele und Wirkungshorizont**

---

Förderung der Auseinandersetzung mit dem eigenen Mobilitätsverhalten, Erhöhung der Nutzung von Alternativen zum Auto.

**Wirkungshorizont:** kurzfristig umsetzbar, kurzfristig wirksam.

**C) Zielgruppe(n)**

---

Bevölkerung, PolitikerInnen und kommunale Verwaltungen

**D) Akteure<sup>1</sup>**

---

Federführung: Gemeinde

- Detaillierter Beschrieb siehe [www.mobilservice.ch](http://www.mobilservice.ch)
- Koordinationsverantwortlicher wird festgelegt
- Entwicklung eines Konzeptes und Sicherung der Finanzierung
- Frühzeitige Planung und Involvierung der Akteure, ev. in Zusammenarbeit durch Agglomeration (Region)
- Definition eines Themenschwerpunktes, mit Vorteil in Anlehnung an die nationale Vorgabe mit individueller Ausgestaltung
- Beschluss der politischen Behörde zur Teilnahme und Kommunikation via Medien
- Festlegung eines gesperrten Perimeters für den motorisierten Individualverkehr
- Aufruf an Organisationen, Schulen, Parteien, Transportunternehmen, Betriebe, etc. zur aktiven Teilnahme und Mitgestaltung
- Medienarbeit mit der Thematisierung von Schwerpunkten im Vorfeld (z.B. Eröffnung neuer Veloweg/Velostation, Prominente fahren 1 Monat vorher bereits täglich mit dem öV zur Arbeit, etc.), Marketing via Plakate, Flyer, Wettbewerbe, etc.
- Aufforderung von Verwaltungsangestellten zur Teilnahme
- Durchführung und Evaluation

**E) Rahmenbedingungen**

---

- keine

**F) Controlling**

---

- Anzahl Beteiligte am Aktionstag, die auf das Auto verzichtet haben

**G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- ARE und Veloland Schweiz haben einen Ratgeber publiziert, siehe auch [www.freizeitverkehr.ch](http://www.freizeitverkehr.ch):  
<http://www.aren.admin.ch/aren/de/verkehr/freizeitverkehr/unterseite02395/index.html>
- Ideen und Vorgehensweise finden Sie unter [www.mobilservice.ch/de/praxis/](http://www.mobilservice.ch/de/praxis/)

---

<sup>1</sup> Quelle: Mobilservice Praxis; [www.mobilservice.ch](http://www.mobilservice.ch), Praxisbeispiel „In die Stadt ohne mein Auto“

## 4.9 Mobilitätskampagne (z.B. Eco-Drive)

### A) Kurzbeschreibung

---

#### Kernprodukt

Eco-Drive bezeichnet die Fahrtechnik für zügiges, wirtschaftliches, sicheres und umweltschonendes Autofahren. Die Eco-Drive®-Regeln sind leicht zu erlernen. Das Erfassen der theoretischen Regeln allein genügt jedoch nicht, um den sanften Fahrstil hinter dem Lenkrad in die Realität umzusetzen. Verschiedene Kursanbieter vermitteln deshalb Fahrerinnen und Fahrern an praxisorientierten Kursen die Grundsätze der Eco-Drive®-Fahrtechnik. Dies geschieht entweder auf der Strasse oder mit Hilfe von Fahrsimulatoren (z.B. anlässlich einer Publikumsveranstaltung).

#### Produkte mit Synergiepotenzial

**Zu Fuss einkaufen – Motivationskampagne:** Thematisiert kann der Zusammenhang zwischen dem zu-Fuss-gehen und dem ökologischen Nutzen für die Umwelt, dem individuellen Nutzen für die eigene Gesundheit sowie dem lokalen Fusswegnetz-Angebot. Dazu wird ein Grossverteiler in der Agglomeration als Partner gewonnen (z.B. Volg). In dessen Filialen wird das Einkaufen zu Fuss propagiert (Plakate). Mit Werbemitteln (bspw. Flyer, Zeitungsinserte, Internetauftritt) wird auf die Aktion aufmerksam gemacht. Dazu kann ein Wettbewerb und eine Umfrage zur Attraktivierung des Einkaufsweges durchgeführt werden (Infos [www.zu-fuss.ch](http://www.zu-fuss.ch)).

**New Ride:** Weder atemlos noch verschwitzt: Eine elektrische Tretunterstützung hilft den LenkerInnen von Elektro-Velos, Steigungen oder lange Strecken mit Leichtigkeit zu überwinden. Ein Netzwerk von engagierten Gemeinden, Händlern und Betrieben verfolgt über das Programm NewRide das Ziel der Förderung von Elektro-Zweirädern im Alltag. Im Allgemeinen übernimmt die Gemeinde (Energie-, Umweltfachstelle, etc.) die Federführung bei der Bewerbung als NewRide-Gemeinde. Lokale Partner (Elektrizitätswerke, Velohändler, NGO's, Einkaufszentren, Beratungsbüros, etc.) können wichtige Aufgaben bei der Organisation und Durchführung der Testanlässe übernehmen. Für zusätzliche Spezialangebote (Solartankstellen, Ausflugsvorschläge, Wettbewerbe, Kaufvergünstigungen) besteht ein breiter Spielraum (Infos: [www.newride.ch](http://www.newride.ch); [www.mobilservice.ch/de/praxis/](http://www.mobilservice.ch/de/praxis/)).

**Velo Event:** Ueber das Thema Bewegung und Gesundheit soll das Velofahren im Alltag gefördert werden. Gemeinsam mit Partnern (IG-Velo, Velohändler etc.) können verschiedenste Anlässe in Betrieben, einem Einkaufszentrum oder im Stadt-Dorfzentrum organisiert werden, an denen verschiedene Aspekte der Velomobilität und anderer nichtmotorisierter Fortbewegungsarten gezeigt werden. Am Anlass können verschiedene Velotypen, Helme etc. ausprobiert werden (Kombination mit New Ride).

**Clever mobil und fit zur Arbeit:** Es handelt sich um eine Kampagne des Klima-Bündnis, die Unternehmen für das betriebliche Mobilitätsmanagement anhand von Best-Practice-Beispielen motivieren und sie über die verschiedenen Möglichkeiten informieren will. Unterstützt wird diese Kampagne von starken Partnern wie bspw. der Auto Club Europa (Infos: [www.apug.ch/d/aktivitaeten/projekt-db\\_einzel\\_0\\_4.php?recid=32936](http://www.apug.ch/d/aktivitaeten/projekt-db_einzel_0_4.php?recid=32936)).

**Ohne-Auto-Schnuppern:** Gemeinsam mit den Transportunternehmungen kann eine Kampagne lanciert werden, in der Autofahrende, die ihr Auto für einen Monat nicht verwenden (Nummernschild deponieren) als Belohnung ein Monatsabo des Verkehrs-

verbundes bspw. zum halben Preis beziehen können. Vorteil für Transportunternehmung: Kundenbindung, öffentlicher Verkehr wird während längerer Zeit ausprobiert.

### **B) Ziele und Wirkungshorizont**

---

Förderung einer ökologischeren Fahrweise, Treibstoff- und Kostenersparnis, Reduktion der Emissionen.

**Wirkungshorizont:** kurzfristig umsetzbar, kurzfristig wirksam.

### **C) Zielgruppe(n)**

---

Eco-Drive® richtet sich an alle AutofahrerInnen (VielfahrerInnen, GelegenheitsfahrerInnen oder NeueinsteigerInnen)

### **D) Akteure**

---

Federführung: Agglomeration (Region)

- Region/Agglo organisiert den Bezug der Unterlagen beim Verein Quality Alliance Eco-Drive®
- Region/Agglo informieren die Bevölkerung und Unternehmen über die Kurse und motivieren zudem ausgewählte Unternehmen der Gemeinde, ihren Angestellten den Kurs ebenfalls anzubieten.
- Region/Agglo tätigt „Grosseinkauf“ bei einem der Kursanbieter
- Gemeinden ermöglichen/finanzieren ihren MitarbeiterInnen den Besuch eines regional ausgeschriebenen EcoDrive® Kurses (Vorbild)
- Region/Agglo organisiert Simulator an einer regionalen oder überkommunalen Publikumsveranstaltung
- Region/Agglo organisiert Kampagne Gentle Driver (Dauer zwei bis drei Jahre; jedes Jahr wird eine andere Zielgruppe bearbeitet bspw. Frauen, Personen älter als 60 Jahre, Neulenker).

### **E) Rahmenbedingungen**

---

- keine

### **F) Controlling**

---

Wirkung ist nachgewiesen: 10-15% Treibstoffeinsparungen; entsprechend sinken CO<sub>2</sub>-Emissionen und Treibstoffkosten; mehr Sicherheit im Strassenverkehr

### **G) Weitere Informationen und Ansprechpartner**

---

- [www.mobilservice.ch/de/praxis/](http://www.mobilservice.ch/de/praxis/) (Kampagne Eco-Drive/Gentle Driver)
- [www.eco-drive.ch](http://www.eco-drive.ch); [www.gentledriver.ch](http://www.gentledriver.ch); [www.veltheim.ch](http://www.veltheim.ch); [www.tcs.ch](http://www.tcs.ch)
- Verein Quality Alliance Eco-Drive® stellt allgemeines Informationsmaterial zur Verfügung (043 344 89 89; [regula.zehnder@ecoprocess.ch](mailto:regula.zehnder@ecoprocess.ch))

## 5 Beispiele für weitere Produkte

### 5.1 Bereich „Kombinierte Mobilität“

#### 5.1.1 Park + Ride

##### **A) Kurzbeschreibung**

Park+Ride-Anlagen bilden ein wesentliches Element beim Umsteigen vom Auto zum öffentlichen Verkehr. Die Zielsetzung, dieses Umsteigen möglichst „quellnah“, das heisst nahe bei der Fahrtenquelle erfolgen zu lassen, lässt sich durch geeignete **Bewirtschaftungsformen** der P+R-Anlagen erreichen. Das nachstehende Beispiel zeigt eine mögliche zielführende Bewirtschaftungsform auf, welche durch die Agglomeration flächendeckend eingeführt wird:

P+R-Anlage Musterdorf

Eigentümerin: Gemeinde Musterdorf

Anzahl Parkfelder: ca. 135, bewirtschaftet mit Schrankenanlage

**Einzeltarif:** pro Stunde Fr. 1.-, pro Tag (bis 12 Stunden): Fr. 5.-; zum Einzeltarif kann jedermann parkieren.

Tarif und Bedingung für **P+R-Monatskarte:** Fr. 25.-/Monat; Wohnhaft in einer Nachbargemeinde oder in der Bergregion von Musterdorf, nicht aber im zentralen Teil von Musterdorf, Nachweis eines öV-Zonen-Abos über mindestens 3 Zonen (inkl. Zone Musterdorf).

Mit diesen Bedingungen wird sichergestellt, dass die P+R-Anlage nur von denjenigen Fahrzeuglenkenden regelmässig genutzt wird, die über keine näher an ihrem Wohnort gelegene P+R-Gelegenheit verfügen und ihr Ziel deutlich ausserhalb von Musterdorf haben (kein Billig-Dauerparkieren für Ziel in Musterdorf).

Als Alternative zur P+R-Monatskarte kann zum Preis von Fr. 80.-/Monat (ohne Berechtigungsnachweis) eine Dauerparkkarte erworben werden. Diese berechtigt ebenfalls zur Benutzung der P auf der P+R-Anlage und schliesst die Nachtparkiergebühr mit ein. Um Überbelegungen der Anlage zu vermeiden, wird nur eine beschränkte Anzahl solcher Bewilligungen ausgegeben. Darüber hinaus wird eine Warteliste geführt.

Weitere Elemente zur Attraktivierung einer P+R-Anlage sind im Internet publizierte Hinweise zur Zufahrt, zum Belegungsgrad, zu P-Kosten etc. (vgl. auch [www.baregg.ch](http://www.baregg.ch) --> Besser unterwegs --> Park + Rail). Die Standortwahl und der Angebotsumfang sollen auf einem regionalen Konzept beruhen.

#### 5.1.2 Park + Pool

##### **A) Kurzbeschreibung**

In der Nähe von Autobahn-Zufahrten werden Park+Pool-Parkplätze eingerichtet. Diese eignen sich für ein Treffen mehrerer allein im Auto zufahrender Personen. Ab dem Parkplatz wird die Reise gemeinsam fortgesetzt. Das Angebot wird durch die Agglo-

meration beworben und kann zur Entlastung neuralgischer Staustellen auf dem Autobahnnetz beitragen.

### 5.1.3 Bike + Ride

#### **A) Kurzbeschreibung**

---

Bike+Ride-Anlagen bilden wichtige Übergangsstellen vom Velo zum öffentlichen Verkehr. Im Gegensatz zu P+R-Anlagen benötigen sie nur wenig Platz und können so einfach auch bei kleineren Stationen angeboten werden. Entscheidend für die Nutzung ist die Ausrüstung. Witterungsschutz, Beleuchtung und Anschliessmöglichkeiten für die Velos sind von zentraler Bedeutung. Auch hier sollen die Standortwahl und der Angebotsumfang auf einem regionalen Konzept beruhen.

### 5.1.4 CarSharing – Standortoptimierung

#### **A) Kurzbeschreibung**

---

Mittels einer Standortoptimierung wird innerhalb der Agglomeration eine Grundversorgung mit CarSharing-Fahrzeugen sichergestellt. Dabei wird durch die Agglomeration geprüft, wie weit das bestehende Angebot von Mobility CarSharing Schweiz den Ansprüchen einer Grundversorgung entspricht und ob Ergänzungen vorzusehen sind. Die Agglomeration leistet dazu bei Bedarf im Sinne eines „Service public“ für einen Pilotbetrieb Defizitgarantien oder eine Aufbauunterstützung (z.B. bei der Fahrzeugbetreuung).

### 5.1.5 Business-CarSharing<sup>1</sup>

#### **A) Kurzbeschreibung**

---

CarSharing basiert auf der Idee der kombinierten Mobilität: Für lange Strecken benutzt der Reisende die öffentlichen Verkehrsmittel, für kurze Strecken steht ihm ein Auto vor Ort zur Verfügung. Mobility, das grösste CarSharing-Unternehmen der Schweiz, stellt dafür landesweit rund 1'700 Fahrzeuge an über 950 Standorten zur Verfügung. Für Verwaltungen und Firmen besteht mit Business CarSharing ein attraktives Angebot, das Geschäftsfahrten markant verbilligt. Die Agglomerationen wirken darauf hin, dass sowohl bei den kommunalen Verwaltungen als auch bei den Unternehmen im Zuständigkeitsgebiet entsprechende Angebote etabliert werden. Ein wegweisendes Modell ist z.B. für die Mitarbeitenden der kant. Verwaltung des Kt. Aargaus geschaffen worden.

## 5.2 Bereich Mobilitätskosten

### 5.2.1 Pilotprojekt Roadpricing

#### **A) Kurzbeschreibung**

---

Auf einem Strassenabschnitt oder in der Innenstadt wird (im Rahmen eines Pilotprojektes) eine Anti-Staugebühr (Road Pricing) erhoben. Damit werden zwei wichtige Elemente der Verkehrspolitik gleichzeitig vereinigt: Verkehrslenkungs- und -finanzie-

---

<sup>1</sup> Quelle: Mobilservice Praxis; [www.mobilservice.ch](http://www.mobilservice.ch), Praxisbeispiel „Business-CarSharing“

runngsmassnahme. Das Prinzip des Road-Pricings ist einfach: Das Recht auf die Benützung einer Strasse muss erkaufte werden. Der Preis kann von der Nachfrage mitbestimmt werden. Je beliebter (auch zeitlich) und also verstopfter eine Strecke ist, desto teurer wird deren Benützung. Für die Verwendung der Einnahmen gibt es verschiedene Möglichkeiten.

Gemäss Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) haben die Behörden offene Ohren für Pilotprojekte, welche auf Initiative z.B. von Agglomerationen an die Behörde herangetragen werden.

## **5.2.2 P-Bewirtschaftung bei grossen Verkehrserzeugern (Einkaufszentren)**

### ***Kurzbeschreibung***

---

Mit einem koordinierten Vorgehen innerhalb der Agglomeration/Region werden die verschiedenen Betreiber von publikumsintensiven Anlagen zur Einführung einer Parkplatzbewirtschaftung und weiterer Massnahmen des MM angehalten. Dabei wird eine „gerechte“ Behandlung aller grossen Verkehrserzeuger sichergestellt, in dem die Einführung der P-Bewirtschaftung agglomerationsweit vorgesehen wird. In einem ersten Schritt werden im Rahmen einer Bestandesaufnahme die bedeutendsten bestehenden Verkehrsverursacher ermittelt. Eine Gesprächsrunde derselben mit Vertretern der Agglomeration und des Kantons lotet die Möglichkeiten des weiteren Vorgehens und die noch zu befriedigenden Informations- und Aufklärungsbedürfnisse aus.

Die Schaffung einer gesetzlichen Grundlage auf kantonaler Ebene (z.B. im Baugesetz BauG) ist eine zwingende Voraussetzung für eine flächendeckende Bewirtschaftung der P bei publikumsintensiven Anlagen. Insbesondere wird dadurch sichergestellt, dass die Einführung einer P-Bewirtschaftung bei neu entstehenden Verkehrserzeugern zum Standard wird. Freiwillige Bewirtschaftungen sind aber trotzdem anzustreben.

## **5.3 Weitere Bereiche**

### **5.3.1 Mobilitätsbildung für Kinder und Jugendliche**

Kinder haben noch kein routiniertes Verkehrsverhalten und sind die zukünftigen öV-Kunden oder AutofahrerInnen. Kinder können ihre Eltern stark beeinflussen. Eine neue „Mobilitätskultur“ kann daher auch über Kinder und Jugendliche gefördert werden. Die unterschiedlichen Aspekte von Mobilität werden dabei an Schulen, in Vereinen und Jugendorganisationen thematisiert. Zudem wird die Informationsbeschaffung und die Benutzung der verschiedenen Verkehrsmittel geübt. Lehrpersonen werden über die positiven Auswirkungen von Mobilitätskunde bei Kindern und Jugendlichen informiert und bei der Umsetzung im Unterricht mit geeigneten Materialien und Hilfsmitteln unterstützt. Die heutige Verkehrserziehung wird damit zur Mobilitätserziehung. Die Agglomeration stellt einen Pool von Materialien und Hilfsmitteln zur Verfügung und ermöglicht daher einen effizienten und kostengünstigen Einsatz. Sie fördert regionale Veranstaltungen zum Erfahrungsaustausch zwischen Lehrkräften und Schulbehörden.