**Zeitschrift:** Tec21

**Herausgeber:** Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein

**Band:** 127 (2001)

**Heft:** 23: Mobilität

**Artikel:** Mobilitätsmanagement: Marketing zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität

**Autor:** Tommasi, Roberto de

**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-80166

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

**Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

**Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

**Download PDF:** 16.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch**

Roberto De Tommasi

# Mobilitätsmanagement

Marketing zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität

**Das Ende Januar 2001 abgeschlossene Nationale Forschungsprogramm «Verkehr und Umwelt, Wechselwirkungen Schweiz - Europa» (NFP 41) umfasst insgesamt 54 Forschungsprojekte. Diese wurden sechs thematischen Modulen zugeteilt, und zu jedem dieser Module wurde eine Teilsynthese erarbeitet. Im folgenden Beitrag wird eine Auswahl wichtiger Ergebnisse aus der Teilsynthese des Moduls A, «Mobilitätsmanagement im Personenverkehr», wiedergegeben (siehe dazu auch Tabelle S. 16). Der Autor dieses Beitrags ist Mitverfasser der Teilsynthese.**

Mobilitätsmanagement wird vielfach in Fachkreisen mit so genannten «weichen» Massnahmen, als Teilbereich einer modernen, auf verschiedenen Instrumenten und Aktionsfeldern beruhenden Verkehrspolitik, gleichgesetzt. Diese Interpretation stimmt nur bedingt. Vielmehr ist Mobilitätsmanagement als Ganzes mit dem Marketing zur Förderung eines umweltverträglicheren Mobilitätsverhaltens gleichzusetzen. Wie in der Konsumgüterindustrie sind auch im Verkehrsbereich gute Angebote keine Garantie dafür, dass sie genutzt werden. Vielmehr müssen Massnahmen in verschiedenen Handlungsfeldern konzipiert und umgesetzt werden, um auf das Verkehrsangebot aufmerksam zu machen und die Verkehrsteilnehmer und -teilnehmerinnen zu animieren, dieses möglichst häufig zu benutzen. Auf diesem Grundgedanken basiert das Mobilitätsmanagement.

Mobilitätsmanagement umfasst die Handlungsfelder «Information», «Beratung», «Bewusstseinsbildung und Mobilitätserziehung», «Angebotskoordination», «Verkauf und Reservierung» sowie neue Mobilitätsdienstleistungen. Massnahmen des Mobilitätsmanagements sollten im weiteren verkehrsmittelübergreifend ausgestaltet sein und in Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren (öffentliche Hand / Politik, Transportunternehmen und Verkehrserzeuger) erfolgen und auf die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen Rücksicht nehmen.

## Information

Im öffentlichen Verkehr nützt bessere Kundeninformation vor allem bei nicht routinemässig durchgeführten Fahrten wie zum Beispiel im Freizeitverkehr. Und hier kommt vor allem der «Pre-Trip-Information» hinsichtlich der Umsteigeeffekte grösste Bedeutung zu, da sie eine bewusste Auswahl des Verkehrsmittels vor Fahrtantritt ermöglicht. Dies sind die wichtigsten Resultate des Projektes E1, welches die Einsatzmöglichkeiten und Entwicklungstendenzen von Kundeninformationssystemen im öffentlichen Verkehr analysiert und die Machbarkeit einer alle Verkehrsmittel und die ganze Schweiz umfassenden Fahrplanauskunft untersucht hat. Kurzfristig sollen alle Verbundfahrpläne, bzw. jene der regionalen und städtischen Verkehrsbetriebe, in das Auskunftssystem Hafas der SBB integriert werden. Die diesbezüglichen Arbeiten sind unter Federführung der SBB im Gange.

## Beratung

Eine wichtige Voraussetzung für Mobilitätsmanagement bei der Gestaltung einer nachhaltigen Mobilität ist die Einbindung von Verkehrserzeugern (z.B. Betriebe). Deren «Commitment» wird jedoch nicht alleine durch das Aufstellen von gesetzlichen Rahmenbedingungen gewährleistet, sondern muss im Zuge einer offenen, partizipativen Zusammenarbeit zustande kommen. Beratung ist dabei ein wesentliches Instrument, das sowohl die öffentliche Hand als auch die verschiedenen Transportunternehmen anwenden (sollten). Im Gegensatz zu Ländern wie den USA, den Niederlanden oder auch Belgien wird die betriebliche Mobilitätsberatung in der Schweiz bisher nicht allzu stark gefördert.

In verschiedenen Städten haben jedoch öffentliche Verkehrsbetriebe die Zeichen der Zeit erkannt und bieten entsprechende attraktive ÖV-Tickets (sogenannte Job-Tickets) für Pendler an. Es ist jedoch entscheidend, dass neben einer restriktiven Parkplatzpolitik auf öffentlichem Grund und einer guten Erschliessung mit dem Umweltverbund (Fussweg- oder Velowegnetz bzw. ÖV-Angebot) den Verkehrserzeugern Komplettlösungen angeboten werden, die sowohl Lösungen zur Parkplatzbewirtschaftung als auch entsprechende Anreizstrategien für die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zur Förderung der Benützung von Bus, Bahn oder Velo für die Fahrt zur Arbeit beinhalten.

## Bewusstseinsbildung und Mobilitätserziehung

Durch Bewusstseinsbildung sollen Verkehrsteilnehmer und -teilnehmerinnen generell auf Folgen oder Vorteile eines nachhaltigen Mobilitätsverhaltens aufmerksam gemacht werden. Als Beispiel sei dabei der Anfang September 2000 durchgeführte Event «Slow-up – Murtensee» erwähnt, an dem sich ca. 30 000 Personen (autolos) um den Murtensee bewegt haben. Sowohl die Erfahrungen in ausländischen Städten als auch diejenigen von Murten zeigen, dass solche Aktionen in der Bevölkerung beliebt sind.

Wenn sich das Mobilitätsverhalten bei Erwachsenen durch bewusstseinsbildende Massnahmen nicht oder nur schwer beeinflussen lässt, dann ist es um so wichtiger, dass bei Kindern und Jugendlichen diesbezüglich vermehrte Anstrengungen unternommen werden. Ihre Mobilität zeichnet sich durch ein noch wenig routinisiertes Verhalten und durch fehlende Wahlmöglichkeiten aus. Die so genannten «captive riders» von heute sind die Wahlfreien von morgen. Die Chance ist da, Kindern und Jugendlichen einen umfassenden Einblick in das Thema «Mobilität» zu geben. In der Schweiz wird dabei der Schwerpunkt auf die Erstellung neuer Lehrmittel gelegt, die das Thema vertieft behandeln. Wichtig ist jedoch, dass sich Kinder und Jugendliche altersgerecht und aktiv damit auseinander setzen können und es nicht nur bei frontaler Wissensvermittlung bleibt.

## Angebotskoordination

Damit die Verkehrssysteme des Umweltverbundes gegenüber dem Automobil – unter Status-quo-Bedingungen betreffend Kostenwahrheit – konkurrenzfähig sind, braucht es eine Koordination der Angebote. Eine wichtige Rolle spielt dabei die Ausgestaltung der Schnittstellen von Verkehrssystemen (z.B. Bahnhöfe). Das Projekt A4 betont, dass Umsteigepunkte sorgfältig geplant werden sollen bezüglich der Wartebedingungen, der Information über Wartezeiten und des Sicherheitsgefühls. Zusätzlich würde eine Standardisierung oder die Einführung eines «Label-Systems» in Verbindung mit einheitlichen «Spielregeln» in Angebot und Tarifierung des ÖV multiple Nutzungsmöglichkeiten zulassen und so das offene Verhalten gegenüber Möglichkeiten aufwerten: Personen mit dieser Einstellung erleben nämlich die Zeit an Bahnhöfen am positivsten und verwenden dasselbe Vokabular (Beweglichkeit, optimale Zeitnutzung), das üblicherweise für das Auto benutzt wird. Für sie gilt bereits heute, dass Umsteigen nicht mehr als Bruch, sondern als Gelegenheit wahrgenommen wird.

Angebotskoordination heisst jedoch auch, dass Teilsysteme des Umweltverbunds aufgewertet werden müssen, damit sie ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern. Daher brauche es, so die Autoren von A9, in der Verkehrspolitik «gleich lange Spiesse» – auch für den Fuss-gänger- und Veloverkehr. Dieser fristet in der schweizerischen Verkehrsforschung und -politik bisher ein Mauer-

| Nr. | Autoren | Haupttitel |
|---|---|---|
| A1 | Roberto De Tommasi et al. | Mobilitätsmanagement als neue verkehrspolitische Strategie |
| A2 | Müller & Romann et al. | Autofreie Haushalte |
| A3 | Helmut Schad et al. | Neue, integrierte Mobilitätsdienstleistungen in der Schweiz |
| A4 | Vincent Kaufmann et al. | Entre rupture et activités: Vivre les lieux du transport |
| A5 | Institut cultur prospectiv | Die Chancen sozio-kultureller Innovation für Neuansätze im Freizeitverkehr |
| A6 | Data Science AG | Car Pooling: Massnahmen zur Erhöhung des Besetzungsgrades in Fahrzeugen |
| A7 | Simone Rangosch | Neue Kommunikationsmedien: Einsatz in Unternehmen und Auswirkungen auf den Verkehr |
| A8 | Martine Buser et al. | Nouvelles formes de communication et de coopération des entreprises: conséquences pour les transports |
| A9 | Netzwerk Langsamverkehr (Hrsg.) | Die Zukunft gehört dem Velo- und Fussgängerverkehr |
| A10 | Gustaaf Kooijman et al. | Daten für die Zukunft |
| A11 | Alberto Martinelli et al. | Indicateurs d'accès pour une mobilité durable |
| D5 | Ruedi Meier | Strategien im Freizeitverkehr |
| D6 | FIF / Metron AG | Verkehrsmanagement in Ferienorten |
| E1 | Oliver Arnet et al. | Intelligente Kundeninformation im öffentlichen Verkehr |

**In der Teilsynthese «Mobilitätsmanagement im Personenverkehr» aus dem NFP 41 berücksichtigte Forschungsarbeiten. Sämtliche Kurzfassungen der Berichte des NFP 41 (d/f/e) sind auf www.nfp41.ch verfügbar. Die vollständigen Publikationen sind bei der Eidgenössischen Drucksachen- und Materialzentrale EDMZ in 3003 Bern zu beziehen (Fax: 031 325 50 58 oder Mail: verkauf@bbl.admin.ch)**

blümchendasein, obwohl der mögliche Beitrag beider Verkehrsträger zur Lösung gegenwärtiger Verkehrs- und Umweltprobleme inzwischen unumstritten ist. Als Hauptgründe für die bisher unzureichende Förderung sehen die Autoren eine einseitige Wahrnehmung der Alltagsmobilität und der Verkehrsprobleme, das Fehlen von Finanzierungsmechanismen, wie sie andere Verkehrsträger kennen, die ungenügende institutionelle Verankerung des Fussgänger- und Veloverkehrs in den öffentlichen Verwaltungen und die mangelhafte Verteilung von Aufgaben und Kompetenzen zwischen verschiedenen politischen Ebenen. Soll eine nachhaltige Verkehrspolitik angestrebt werden, so ist es unerlässlich, den Fussgänger- und Veloverkehr massiv zu fördern. Deshalb schlagen die Autoren ein Programm «Fussgänger- und Veloverkehr 2000 plus» vor, das auf Erfahrungen des niederländischen «Masterplan Fiets» aufbaut.

### Zielgruppenspezifische Angebotskoordination

Die Stärkung und die Koordination des Umweltverbundes sind für bestimmte Zielgruppen notwendig, damit sie ihr umweltverträgliches Mobilitätsverhalten weiterhin pflegen können. Gemeint sind Personen und Haushalte, die kein eigenes Auto besitzen. Die Autoren des Projekts A2 zeigen anhand der Daten des Mikrozensus auf, dass jeder vierte Haushalt in der Schweiz gegenwärtig kein Auto besitzt. Die bei autolosen Haushalten durchgeführte repräsentative Umfrage hat ergeben, dass ca. 60 Prozent der Befragten die Entscheidung, kein Auto zu besitzen, bewusst getroffen haben, bei den restlichen 40 Prozent hat sich der Autoverzicht «einfach so ergeben». Die Autofreiheit ist zwar ein wesentlicher Bestandteil ihres Lebensstils; es ist jedoch kein eigentliches ökologisches Lebensstilkonzept erkennbar. Viele der in autofreien Haushalten lebenden Personen haben ein unbelastetes Verhältnis zum Auto und nutzen es dann, wenn sie es für zweckmässig halten. Die meisten von ihnen haben im Bedarfsfall Zugang zu einem Auto von Freunden und Bekannten. Car-Sharing erfreut sich in autofreien Haushalten wachsender Beliebtheit und bildet zusammen mit einem guten ÖV-Angebot die wichtigste Voraussetzung dafür, dass man autofrei leben kann. Im Gegensatz zu Holland und Deutschland gibt es in der Schweiz fast keine lokalen Initiativen zum autofreien Wohnen. Auch in der Schweiz sollten deshalb Behörden und grössere institutionelle Wohnungsbaugesellschaften autofreie Wohnsiedlungen und Quartiere verstärkt als mögliche Alternative und Marktnische in ihre Entscheidungs- und Investitionskalküle mit einbeziehen.

Das Projekt A5 hat die Bedeutung des Freizeitverkehrs aus soziologischer Sicht untersucht. Reisende suchen am Zielort primär Qualitäten, welche sie in ihrer subjektiven Wahrnehmung am Quell- bzw. Wohnort nicht (mehr) finden können. Als Beispiele wurden Horgen im Grossraum Zürich und ein von dort in einer Stunde erreichbares touristisches Zielgebiet, die Region Sarganserland - Walensee, ausgewählt. In den Quellgebieten gibt es eine Trendgruppe, die am Zielort soziale Qualität sucht, verbunden mit dem Wunsch nach einer unberührten Landschaft. Zwischen Quell- und Zielgebieten des Tourismus sollen Raumpartnerschaften mit dem Ziel eingegangen werden, Kontakte zwischen einheimischer Bevölkerung und Gästen zu fördern und die soziale und kommunikative Bedeutung des Reisens zu entdecken.

### Verkauf und Reservierung – die Mobilitätszentrale

Als operative Einheit des Mobilitätsmanagements wird die Mobilitätszentrale definiert. Wichtigster Unterschied im Vergleich zu einem üblichen Verkaufslokal von öffentlichen Verkehrsbetrieben ist, dass hier verkehrsmittelübergreifende Informationen, Beratungen, Verkaufs-, Reservations- und Mietangebote erhältlich sind. Die Mobilitätszentrale als Konzept hat in den letzten Jahren vor allem in Deutschland weite Verbreitung gefunden, wobei sich Trägerschaftsstrukturen, bzw. die Betriebsmodelle, unterscheiden. In der Schweiz ist das Konzept der Mobilitätszentrale, wie sie vor allem in Deutschland verfolgt wird, noch kaum vorhanden. Neue Wege in der Zusammenarbeit versuchen die SBB, die Zugerland-Verkehrsbetriebe und Zug Tourismus im Zusammenhang mit dem Bahnhofsneubau in Zug zu gehen. Die drei Institutionen haben eine Vereinbarung zur gemeinsamen Nutzung und Kooperation der zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche unterzeichnet und mit den Vorbereitungsarbeiten für eine gemeinsam geführte Mobilitätszentrale begonnen.

### Neue Mobilitätsdienstleistungen

Bei integrierten neuen Mobilitätsdienstleistungen (NIM) werden mehrere bisher getrennte Beförderungs- und Fahrzeugangebote gemeinsam, das heisst in einem System als «Mobil-Pakete» (MP), angeboten. Weiter gehört dazu, dass die bereitgestellten Verkehrs- und Fahrzeugangebote mit Dienstleistungen wie Information, Buchung, Reservation oder Abrechnung verknüpft werden. Dahinter steht das Ziel, dem Kunden eine einfache Abwicklung der Haus-zu-Haus-Fahrten auch bei der Beanspruchung verschiedener Dienstleister zu ermöglichen. NIM oder MP sind in der Schweiz sehr verbreitet; sie werden zurzeit in mehr als 15 Städten angeboten. Bekannte Beispiele sind die national gültige «Mobility Rail Card» der SBB, der «Zuger Pass Plus (ZPP)» des Tarifverbundes Zug, der im Rahmen von A1 entwickelt und lanciert wurde, und das Paket «Züri-Mobil» der Verkehrsbetriebe Zürich.

In der Studie A3 wurden die Wirkungen von NIM untersucht. Die typischen NIM-Nutzer/-innen sind gut ausgebildet, wohnen überwiegend in den Kernstädten und Agglomerationsgemeinden und haben ein überdurchschnittliches Umweltbewusstsein. NIM verringern bei den befragten Nutzern die mit dem Auto abgewickelte Verkehrsleistung, wenngleich auf diese nicht ganz verzichtet wird. Sowohl die Befragung von Nutzer/-innen und Nicht-Nutzer/-innen als auch von ausgewählten Experten hat ergeben, dass sich die Kernbestandteile von NIM auf den ÖV, das Car-Sharing und Dienstleistungen rund um das Velo beschränken sollten.

## Generelles Fazit

Lässt sich das Mobilitätsverhalten mit Mobilitätsmanagement erfolgreich im Sinne der Nachhaltigkeit beeinflussen? Diese grundsätzliche Frage kann weder mit einem klaren Ja noch mit einem klaren Nein beantwortet werden. Eine klar positive Wirkungsweise hat Mobilitätsmanagement mit Bezug auf Akzeptanz in der Gesellschaft. Die Bevölkerung honoriert Ansätze und Massnahmen, wie sie in den einzelnen Handlungsfeldern dargestellt wurden. Vor allem diejenigen Personen nehmen sie positiv auf, die bereits eine Affinität zum Umweltverbund haben. Sie finden sich in ihrem Mobilitätsverhalten bestärkt. Zudem lassen sich die Massnahmen im Vergleich zu stärkeren Eingriffen leichter durchsetzen.

Massnahmen des Mobilitätsmanagements sind ausserdem wirtschaftlich, weisen sie doch ein gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis auf. Vor allem in einem Land wie der Schweiz, das gegenüber anderen Ländern Europas bereits einen hohen Ausbaustandard bei den Verkehrsträgern des Umweltverbundes (gemeint sind hier vor allem der ÖV und Zusatzangebote wie zum Beispiel Car-Sharing, weniger der Fuss- und Veloverkehr) hat, sind die Kosten-Wirksamkeits-Verhältnisse bei Marketingmassnahmen besser als beim Ausbau der Infrastrukturen.

Hingegen sind die direkten Einflüsse des Mobilitätsmanagements im Bereich der Umwelt im Vergleich zu «härteren» Massnahmen im Verkehrsbereich als geringer einzustufen und dementsprechend als Komplementärstrategie anzusehen. Vor allem zur Aufwertung des Fussgänger- und Veloverkehrs, aber auch zur nachhaltigeren Gestaltung des Freizeitverkehrs sind primär umfangreichere Massnahmenpakete umzusetzen, die Mobilitätsmanagement als integrierten Bestandteil beinhalten.

Roberto De Tommasi (geb. 1962) ist dipl. Geograph und Mitinhaber des Planungs- und Beratungsbüros Synergo, Pf. 4925, 8022 Zürich.
E-Mail: detommasi@synergo.ch

### Literatur

[1]De Tommasi R., Arend M.: Mobilitätsmanagement im Personenverkehr, Teilsynthese des Moduls A; NFP 41 «Verkehr und Umwelt», Bern 2000