

Mobilitätszentrale
mehr als Fahrplanauskunft!

Projekt-Studie für eine
Mobilitätszentrale Konstanz

ein Vorschlag des Arbeitskreis
„Verkehr und Stadtentwicklung“ der

SPD Konstanz

1998

Vorbemerkung

Der herrschenden Verkehrsbelastung ist mit planerischen und technischen Mitteln allein nicht mehr beizukommen. Lösungsansätze sind vor allen Dingen in den Köpfen der Menschen zu suchen. Die Grundfrage ist dabei jedoch immer dieselbe: Wie komme ich von A nach B? Zur Beantwortung dieser Frage gibt es in der Regel vielfältige Angebotsinformationen, die sich jedoch meist auf jeweils ein spezifisches Verkehrsmittel beziehen, weshalb der potentielle Kunde immer mehrere Stellen konsultieren muß, ehe er seine Möglichkeiten kennt. Dies kommt daher, daß wir für unsere Wegstrecken fast immer mehrere Mobilitätsformen nutzen: Fußwege, Radfahren, Busse, Bahnen, Taxis, Privat-PKW, Schiffe, ja bisweilen auch Flugzeuge. Sind diese selbst meist nicht aufeinander abgestimmt, so sind es die Informationen dazu noch weniger. Vernetzung der Systeme und des Informationsangebots ist also angesagt. Letzteres sollen Mobilitätszentralen leisten mit dem Ziel: Bereitstellung der gleichen Mobilität mit weniger Verkehr. Deren Aufgaben lassen sich in vier Bereiche unterteilen:

1. Koordination von Angebot und Nachfrage.

2. Eine **Mobilitätsberatung**, die nicht nur *Anfragen*, sondern auch *Anregungen*, *Kritik* und *Beschwerdemöglichkeiten* umfasst. Bei der Mobilitätsberatung können sich die Kunden prinzipiell über die Alternativen beraten lassen, die ihnen für eine immer wiederkehrende Strecke, z.B. der Fahrt zur Arbeit, zur Verfügung stehen. Sie können sich auch über die Mobilitätsmöglichkeiten informieren, die ihnen ohne Auto zur Verfügung stehen.

3. Aufbau **alternativer Dienstleistungen**. Dabei werden die vom bestehenden Verkehrsangebot nicht erfüllbaren Wünsche der Kunden zum Anlaß genommen, alternative Möglichkeiten zu entwickeln, insbesondere solche, die von den großen Verkehrsbetrieben nur mit viel Aufwand erfüllt werden können.

4. **Öffentlichkeitsarbeit**. Ohne ein gelungenes Marketing-Konzept nützen heutzutage die besten öffentlichen Verkehrssysteme nichts, da sie und ihre Vorteile zu wenig bekannt sind oder unattraktiv erscheinen und deshalb oft nicht angenommen werden.

Diese grundsätzlichen Anmerkungen gelten im Grunde für jede Stadt, selbst wenn sie kleiner als Konstanz ist. Inzwischen gibt es auch schon zahlreiche Städte in denen Mobilitätszentralen in mehr oder weniger umfassender Form aufgebaut worden sind. Konstanz könnte also bei einer solchen Einrichtung auf die Erfahrungen anderer zurückgreifen und diese auf die hiesige spezifische Form übertragen.

Inhalte

Bezogen auf Konstanz stellt sich die Frage, welche Informationen hier zur Verfügung gestellt werden sollten. Aufgrund seiner speziellen Lage am See und an der Grenze zur Schweiz mit direkt angrenzender Stadt sowie mit Zugang zu zwei relativ nahe liegenden Flugplätzen ergibt sich für Konstanz dabei ein recht komplexes Gefüge, das zugleich ein wesentliches Argument für eine möglichst baldige Einführung einer Mobilitätszentrale ist. Folgende Bereiche sollten auf jeden Fall abgedeckt werden, weitere sind aber noch denkbar und in einem dynamischen Entwicklungsprozeß jederzeit hinzufüßbar:

- Busfahrpläne der Stadtwerke Konstanz, des Stadtbus und der Postbusse Kreuzlingen, der Kreisbussysteme und der Städteschnellverbindung Konstanz-Ravensburg.
- Fahrpläne DB und SBB (Hafas!), bzw. MThB.

- Schiffsfahrpläne URh, Bodenseeschiffsbetriebe, schweizerische Schiffsbetriebe, Fähre der Stadtwerke Konstanz und verschiedener privater Schiffsbetriebe (z.B. Wallhausen-Überlingen; Unternehmen Gies).
- Fahrplankonferenzen zur optimalen Abstimmung
- Flugauskunft Kloten und Friedrichshafen.
- Auskunft über Car-Sharing-Möglichkeiten bzw. Fahrgemeinschaften und Mitfahrzentralen.
- Auskunft zum Anrufsammeltaxi nach dessen Einrichtung.
- Anschluss- und Umsteigemöglichkeiten, auch zwischen den verschiedenen Verkehrsträgern.
- Mitnahmemöglichkeiten für Fahrräder; Eignung für Rollstuhlfahrer;
- Fahrradvermittlung z. B. für Touristen
- Weitere Dienstleistungen (z.B. Gepäcktransfer zu Flughafen Kloten), P+R-Möglichkeiten, Fahrradabstellmöglichkeiten (Anzahl, überdacht, ...).
- Koordination des Lieferverkehrs v. a. z. B. zur Weihnachtszeit; „City-Logistik“
- Informationen über Ämter, Schulen und Geschäfte in der Nähe; Sehenswürdigkeiten in der Nähe von Haltestellen, etc.
- Tarifdaten, d.h. alle Tarifvarianten der verschiedenen Anbieter (Einzelfahrt, Mehrfahrtenkarte, Monats- bzw. Jahresabo, Halbtax-Abo, Familien- und Gruppenrabatt, Umweltticket, etc.) und auch der konkrete Preis einer Wegstrecke von A nach B, auch und vor allem bei Transportmittelwechsel.
- Erstellung persönlicher Wegstrecken-, Transportmittel- und Fahrzeitenpläne.
- Initiierung und Unterstützung von Jobtickets, Studitickets, Schülertickets und ähnlichen gemeinschaftlichen Lösungsansätzen.
- Marktbeobachtung für ein innovatives Marketing
- Beteiligung am EU-Projekt Enterprice (Enhanced Network for Traffic Services and Information Provided by Regional Information Centres in Europe), um auch mit anderen Mobilitätszentralen europaweit vernetzt zu sein.

Die oben genannten Kooperationspartner sollten während und auch nach dem Entstehungsprozeß auf die Inhalte und deren Gestaltung Einfluß nehmen können.

Zielgruppen

Mögliche Zielgruppen, die von einer Mobilitätszentrale angesprochen und auch eingebunden werden sollten, können sehr vielfältig sein:

Bürger, Verwaltungen (Konstanz, Kreis, Kreuzlingen, bis Singen und St. Gallen), Unternehmen, Verkehrsbetriebe, Schulen, Hochschulen Kliniken zum einen als Kunden, zum anderen aber auch

als Kooperationspartner, die zusätzlich auch noch den Einzelhandel (sowie Transportunternehmen und Zulieferer), Verbände (soziale, Umweltschutz, etc.), VCD, ADAC, ADFC, Mitfahrzentralen, Car-Sharing-Organisationen, Bahnbetriebe (DB, SBB, MThB) miteinschließen sollten.

Umsetzung

Bei der Umsetzung stellt sich die Frage nach dem Wo und dem Wie (personell und technisch). Angesichts der Komplexität des Unterfangens bietet sich eine stufenweise Verwirklichung an, die schon heute mit ersten virtuellen oder per Telekommunikation abrufbaren Angeboten starten könnte.

Die Zentrale selbst sollte in Konstanz im Bereich des Bahnhofs angesiedelt sein, wo Hafen, Bahn und Busse zusammenkommen. Beim anstehenden Umbau des Bahnhofesplatzes könnte ein entsprechender Pavillon auch architektonisch zu einer Aufwertung beitragen. Schon beim Planungswettbewerb sollte dies berücksichtigt werden.

Zusätzlich sollte es Anlaufstellen in den Ortsverwaltungen geben und wenn immer möglich an den Hochschulen, in Reisebüros, beim ADAC oder der Tourist-Information, die evtl. auch in gleichen Gebäude wie die Mobilitätszentrale untergebracht sein könnte. Die externen Anlaufstellen müßten nicht alle mit Personal besetzt werden; es wäre auch denkbar, leicht bedienbare Computerterminals (betastbare Monitore oder Projektoren mit Drucker) aufzustellen.

Mit kompetentem Personal muß natürlich die Zentrale selbst besetzt sein. Dies muß sich nicht allein aus der Stadtverwaltung oder den Stadtwerken rekrutieren, sondern kann auch von der DB, der MThB, der Tourist-Info oder anderen Organisationen gestellt werden. Wichtig ist dabei vor allem, daß die zentrale Anlaufstelle die Neutralität wahrt, damit sich die verschiedenen Mobilitätsanbieter nicht gegenseitig Kunden abspenstig machen, sondern zum gemeinsamen Wohl zusammenarbeiten. So könnten auch die Personalkosten möglichst niedrig gehalten werden.

Ein Zugang von zuhause aus über Telefon, Telefax oder Internet sollte natürlich in jedem Fall gegeben sein. Auch die Verteilung von CD-ROMs für private, betriebliche und auch öffentliche (z. B. Schulen) Anwender wäre denkbar. All diese Möglichkeiten erfordern eine ausgereifte computerbasierte technische Grundlage. Für die Entwicklung entsprechender Hard- und Software sowie der Internet-Präsentation könnten die Ressourcen an Universität und Fachhochschule genutzt werden, wodurch diese von Anfang an in das Projekt eingebunden wären.

Finanzierung

Die Finanzierungsfrage stellt sich bei der Entwicklung der Einrichtung und beim Unterhalt der Mobilitätszentrale. Der Anteil der Stadt sollte dabei so gering wie möglich gehalten werden und sich evtl nur auf die Räume und deren Ausstattung beschränken. Alle potentiellen Informationsanbieter und -nutzer (Busbetriebe Konstanz und Kreuzlingen, Tourist-Information, Wirteverband, Einzelhandelsverbände, Mainau, Bahn AG, MThB, BSB, SSB, SBB, URh, Migros, COOP, Connyland, etc.) sollten zur Finanzierung herangezogen werden. Auch Sponsoren, z. B. aus dem Bereich neuer Technologien (CGK, Siemens Electrocom und die unzähligen Softwarehäuser in KN und Kreuzlingen) sind denkbar. Durch Aufnahme von Werbung (in Broschüren oder auf den Internet-Seiten) für Einzelhandelsbetriebe im Einzugsbereich (Beratung dieser Betriebe bei der Präsentation in den neuen Medien) sollte zumindest die Präsentation und Öffentlichkeitsarbeit der Mobilitätszentrale finanziert werden können. Auch das Amt für Wirtschaftsförderung sollte miteinbezogen werden, da eine effektive Mobilitätsdienstleistung auch einen positiven Standortfaktor darstellt.