



Zusammenfassung Energiegespräche im Wenkenhof 2017

sun21 energy&resources, im Februar 2018

sun21 ist ein Verein im Sinne von Artikel 60 ff. ZGB mit Sitz in Basel. sun21 ist ein Think Tank der sich seit 20 Jahren für die Förderung von Energieeffizienz, erneuerbaren Energien und der Ressourcenschonung einsetzt. Seine Aktivitäten unterstützen die Ziele des Energiegesetzes des Kantons Basel-Stadt und dessen Umsetzung in möglichst praxisbezogener Art. sun21 führt seit 1997 die Energiegespräche im Wenkenhof durch.

Warum befasst sich sun21 mit dem Thema Mobilität? Hier einige Stichworte:

- Die Verkehrssysteme stossen mittlerweile täglich an ihre Grenzen.
- 2016 verzeichnete das Bundesamt 24'066 Stautunden auf den Strassen.
- Ein Drittel der Treibhausgasemissionen stammen vom Verkehr.
- Die Energiestrategie 2050 sagt: der CO₂-Ausstoss im Verkehr muss bis 2021 um ein Viertel gesenkt werden.
- Der Verkehr macht mittlerweile gut 37% des Endenergieverbrauchs der Schweiz aus.

Feedback, Anregungen und Handlungsempfehlungen.

Aufgrund der Rückmeldungen aus den vier Arbeitsgruppen, empfiehlt sun21 den Regierungen der Nordwestschweiz und den Bürgermeistern der deutschen Städte Lörrach, Weil am Rhein und Rheinfelden in Bezug auf das Mobilitätsmanagement, folgende Anregungen und Empfehlungen in Ihren Planungen mit einzubeziehen. Die detaillierten und ausführlichen Zusammenfassungen sehen Sie im Anhang.

Gruppe 1: **ARBEIT**

Empfehlungen und Anregungen:

- Programme fördern die ein Umsteigen erleichtern: Bike-to-work; Carsharing für Unternehmen, E-Bike-, E-Auto-Testwochen.
- Steuerliche Vergünstigung für Unternehmen wenn sie Mobilitätsziele zur Reduktion des CO₂ Ausstosses umsetzen.
- Kostenlose Mobilitätsmanagement-Beratung für Unternehmen und deren Mitarbeiter.

Gruppe 2: **KONSUM**

Empfehlungen und Anregungen:

- Raum- und Verkehrsplanung sollen kurze Wege sowie den Fuss- und Veloverkehr fördern.
- Nutzen des Potentials der multimodalen Mobilität bei Einkaufs-Pendlern: Schaffen von Mobilitäts-Hubs
- Überprüfen und allenfalls Pilotprojekte unterstützen die innovative Lösungen für die letzte Meile bieten
- Kostenwahrheit einführen und Preisanreize für nachhaltige Lösungen schaffen
- Förderung von Projekten, die bei verschiedenen Zielgruppen sowohl im Konsum- wie auch im Mobilitätsbereich das Bewusstsein für Nachhaltigkeit (insbesondere Suffizienz) stärken, Visionen zeigen und Handlungskompetenzen vermitteln.
- Förderung von Sharing-Projekten
-

Gruppe 3: **FREIZEIT**

Empfehlungen und Anregungen:

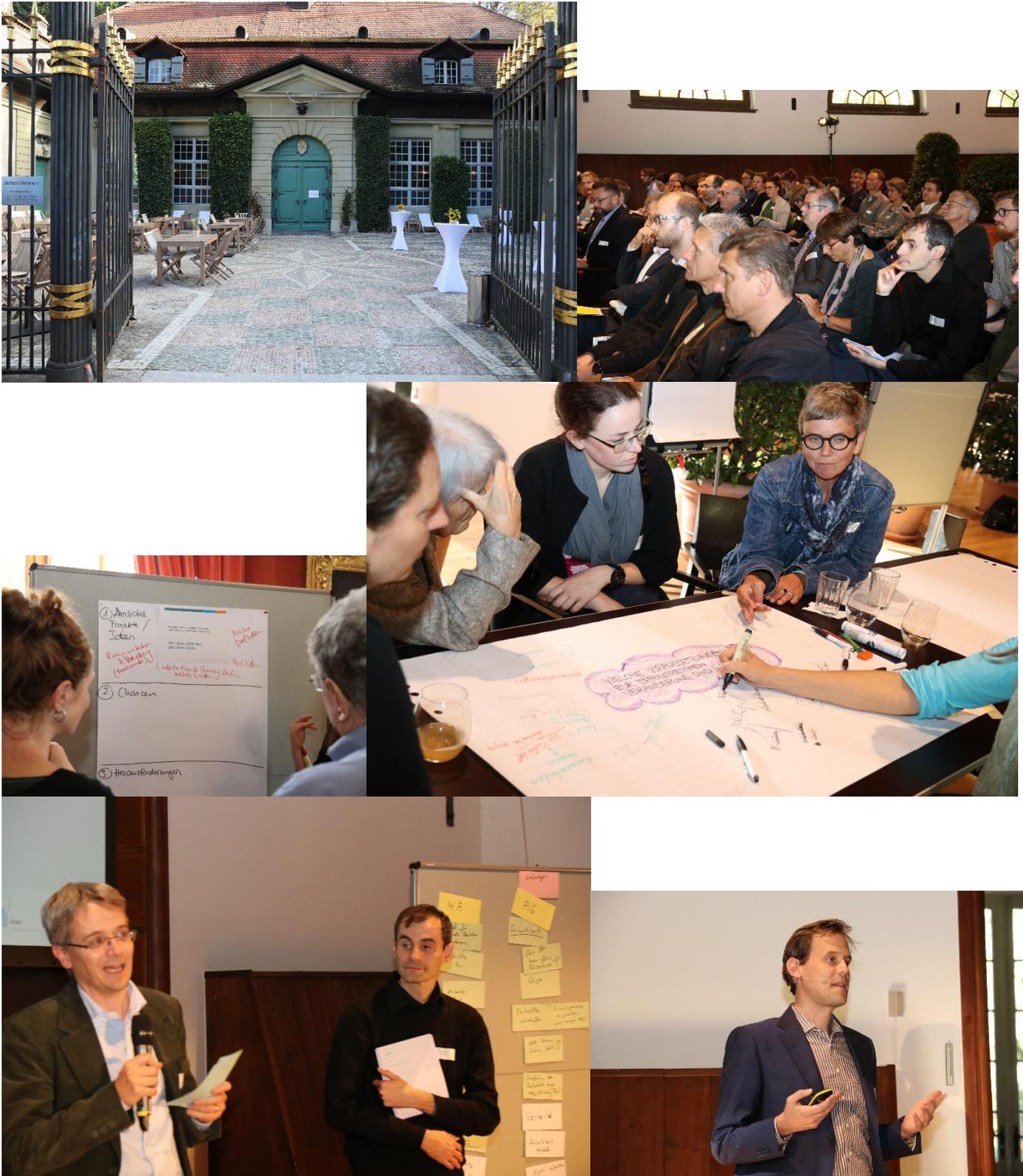
- Stärkere Entwicklung von Kombitickets für Sportevents und Veranstaltungen
- Sensibilisierung (insb. der Jugend) bezüglich Tourismus im Nahbereich (insb. im benachbarten Ausland im Dreiländereck Basel)
- Verbesserung des ÖV-Angebotes: bessere Verbindung zu peripheren Gebieten (oder auch zu ländlichen Gebieten im benachbarten Ausland)
- Fiskalische Anreize zur CO₂-Kompensation
- Möglichkeit zur einfachen Mitnahme und Deponierung persönlicher Dinge unterwegs und an Ziel-Destinationen

Gruppe 4: **PSYCHOLOGIE**

Empfehlungen und Anregungen:

- Jeder muss ein Vorbild sein und Eigenverantwortung tragen
- Es kann mit „Zuckerbrot und Peitsche“ gearbeitet werden, d.h. richtiges Verhalten belohnen und falsches Verhalten bestrafen (z.B. Steuerabzug für Arbeitsweg begrenzen, Arbeitszimmer bei den Steuern fix abziehbar machen, Carsharing-Fahrzeuge dürfen Busstreifen benutzen,...)
- Marketing-Image-Kampagnen für Gemeinden und Städte lancieren
- Angebote exklusiv machen
- Aktionstage (Slow up's, Parking days,...) initialisieren, dies erzielt eine Bewusstseinsänderung in der Fläche.
- Sensibilisierung der Unternehmen vorantreiben

Impressionen und Stimmungsbilder



Anhang

- | | |
|---|---------------|
| 1. Detaillierte Synthesen aus den vier Workshops: | Seiten 5 - 14 |
| 2. Teilnehmer-Liste: | Seiten 15 -17 |

Synthese Workshop 1: Arbeit

Moderation Leitung:

Werner Zehetner

Energiedienst Holding AG, Laufenburg
Innovation + Neue Geschäftsfelder
Leiter Mobility + Fuhrpark

Themen / Fragestellung:

- Betriebliches Mobilitätsmanagement
 - Konzepte für Nachhaltige Mobilitätsentwicklung
 - Praxisnahe und erprobte Lösungen oder mal was Neues probieren?
-

Betriebliches Mobilitätsmanagement

Mobilität ist ein wichtiger Faktor wenn es um die Entwicklung von Unternehmen, Regionen und Gesellschaften geht. Mitarbeitende, Kunden, Lieferanten, Schüler, Studenten müssen das Unternehmen oder ihren Bildungsort effizient erreichen können. Handwerker und andere auf Mobilität angewiesene Mitarbeitende müssen effizient, kostengünstig und ökologisch von A nach B kommen. Mobilität generell und Stauzeiten insbesondere verursachen hohe volks- und betriebswirtschaftliche Kosten. Gute Anbindung an das Verkehrsnetz und schnelle Erreichbarkeit ist ein Standortvorteil.

Unter diesen Aspekten wurde diskutiert wie mit der Tatsache umgegangen werden muss, dass gemäss aktuellem Mikrozensus die Pendelzeit permanent steigt. Ein betriebliches Mobilitätsmanagement hilft das Thema Mobilität unternehmensgerecht einzuordnen und als Führungsinstrument zu nutzen. Oft gibt es Widerstände wenn es darum geht bei der Mobilität etwas zu verändern, neue Konzepte und Angebote einzuführen die dazu führen sollen das die individuelle motorisierte Mobilität des Einzelnen reduziert wird.

Gefragt wurde, was Arbeitgeber unternehmen können um ihre Mitarbeiter/-innen zu motivieren ÖV oder das Velo zu nutzen.

Unternehmen sollten die betriebliche Mitarbeitermobilität so gestalten, dass die Ziele für Mitarbeiter glaubhaft und nachvollziehbar sind. Die Arbeitsplanung und -prozesse so gestalten, dass Mitarbeitende ihren Arbeitsweg ausserhalb der Pendlerspitzen bestreiten können. Arbeitgeber können vermehrt Angebote für Homeoffice entwickeln und ermöglichen.

Motivation durch Angebote steigern die den Mitarbeiter/-innen Vorteile bringen: z.B. Beiträge an ÖV-Ticket (Jobticket), Velozuschuss als Ersatz für einen Parkplatz, CarSharing anbieten. Dadurch werden Anreize geschaffen um auf das eigene Auto zu verzichten. Im Gegenzug kostet ein Parkplatz beim Unternehmen etwas. Arbeitgeber können zusätzliche Angebote entwickeln/arbeiten z.B. CarSharing, E-bike Test oder vergünstigte Anschaffung, Pooling Shuttle Bus.

Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Firmenstandorte in die Nähe von Wohnquartieren potentieller zukünftiger Mitarbeiter legen, um deren Pendelstrecken zu verkürzen bzw. die möglichen Pendlerströme zu berücksichtigen.

Die Frage was durch Förderung - von Bund und Kantonen/Gemeinden erreicht werden kann ergab folgendes.

Für eine optimierte Mobilität muss die geeignete Infrastruktur z.B. Velowege, Park and Ride-Angebote, vorhanden sein.

Bund/Kantone und Gemeinden müssen das Thema in der Raum- und Siedlungsplanung berücksichtigen. Mobilität ist zu vernetzen – Multimobilität als Konzept in der Planung einbeziehen. Lösungsansätze liegen nicht mehr nur in der Ausweitung vorhandener bzw. zusätzlicher Verkehrsinfrastruktur. Durch eine zukünftige Raumplanung, die Arbeits-, Freizeit- und Wohnbereiche räumlich miteinander vernetzt, kann der Mobilitätsaufwand reduziert werden. Dies führt am Ende auch zu mehr Lebensqualität der Betroffenen.

Festgehalten wurde, dass Mobilität zu günstig ist (Treibstoff, Steuern, externe Kosten werden nicht eingerechnet) – aber Mobilität muss etwas kosten z.B. Steuern auf Mobilität / Roadpricing / Steuern auf CO₂ Ausstoss und/oder Energieverbrauch, keine Steuerabzüge für motorisierte Pendler. Ein Bonus-Malus-System nach dem Verursacherprinzip einführen.

Nur auf Freiwilligkeit kann nicht gesetzt werden. Hingegen könnten gewisse Programme gefördert werden wie Bike-to-work; Carsharing für Unternehmen. Steuerliche Vergünstigung für Unternehmen wenn sie Mobilitätsziele zur Reduktion des CO₂ Ausstosses umsetzen, kostenlose Betriebliche Mobilitätsmanagement-Beratung etc.

Generell sollen Angebote und die Vernetzung der Mobilität – Smarte Mobilität – gefördert werden um:

- die Erreichbarkeit des Unternehmens für Mitarbeitende und Kunden zu verbessern,
- Effizienz durch Zeitersparnisse im Verkehr zu erreichen,
- Das Image als fortschrittlicher Arbeitgeber und Geschäftspartner, der Verantwortung für die Mitarbeitenden und die Allgemeinheit wahrnimmt zu fördern,
- als attraktiver Arbeitgeber mit flexiblen Arbeitsplätzen (Arbeitszeitmodelle), Homeoffice wahrgenommen zu werden,
- die Umwelt- und Energiebilanz des Unternehmens, durch Fördern der Nutzung des öffentlichen Verkehrs und des Fuss- und Radverkehrs, zu verbessern,
- Gesundheit, Fitness, Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeitenden infolge zunehmender körperlicher Bewegung (Fuss- und Radverkehr) zu fördern,
- Synergien durch Integration der Unternehmensmobilität in betriebliche Managementprozesse (zum Beispiel Umwelt- oder Gesundheitsmanagement) zu nutzen,
- bestehende Parkplätze, so es sie noch gibt, effizienter zu nutzen,
- durch Reduktion der Parkplatz-Infrastruktur Kosten zu reduzieren,
- behördliche Auflagen (zum Beispiel bezüglich Parkierung) zu erfüllen.
- In neuen Siedlungsgebieten Zonen für Wohn-, Freizeit- und Arbeitswelten ausweisen, um die Wege zu verkürzen und somit den Mobilitätsaufwand zu reduzieren.

Synthese Workshop 2: Konsum

Moderation/Leitung:

Martina Patscheider

Ökozentrum
Leiterin

Themen / Fragestellung:

- Was hat nachhaltiger Konsum mit Mobilität zu tun?
- Chancen und Herausforderungen aktueller Konsum-Trends
- Praxisnahe Lösungen und Alternativen

Gemäss dem Mikrozensus Mobilität (BFS, 2017) macht „Einkaufen“ 13% der täglich zurückgelegten Distanz aus. Die Strecken werden hauptsächlich mit dem Auto zurückgelegt, wobei es beträchtliche Unterschiede gibt zwischen Stadt und Land.

Der Fokus des Workshops lag auf der letzten Meile, d.h. wie Güter aus Verteilzentren (via Läden oder direkt im Fall von Onlinehandel) zu den Kunden gelangen. In spannenden Diskussionen wurden Antworten auf folgende Leitfrage gesucht:

Welche Alternativszenarien zum Infrastruktur-Ausbau gibt es im Bereich Mobilität für Konsumzwecke?

Alternativen zum Verbrennungsmotor – Einkaufen ohne Auto

(Elektro-)fahrräder schonen nicht nur das Klima, sondern bieten (gerade für kurze Distanzen) oft auch einen Zeitgewinn. Im Rahmen des Projekts Carvelo2go können in 21 Schweizer Städten und Gemeinden an Hosts (z.B. Bäckereien oder Apotheken) elektrische Lastenvelos ausgeliehen werden. Ausserdem gibt es zahlreiche Hauslieferdienste zum Transport von Einkäufen, was ermöglicht, Wege zu verbinden. Die physische Nähe zum Transportgut kann einen positiven Einfluss auf einen bewussteren privaten Konsum haben. Insbesondere in den Städten stellt der begrenzte Parkraum eine Herausforderung dar, ebenso muss die Verwendung des öffentlichen Raums für Leihfahrräder geklärt werden.

Stärkung des Lokalen

Als Gegentrend zur Globalisierung erlangt das Lokale wieder grössere Bedeutung. Der Quartierladen LOKAL verkauft Lebensmittel aus der Region, fördert Begegnungen im Quartier und trägt zur lokalen Wertschöpfung bei. Auch Markttage oder (mobile) Hofläden bieten Möglichkeiten, den Verkehr für Konsumzwecke zu reduzieren. Da auch B-Ware angeboten werden kann, tragen diese Ansätze auch zur Reduktion von Food Waste bei.

Die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber konventionellen Läden ist eine Hauptherausforderung, hier könnten Automaten für lokale Lebensmittel eine Lösung sein. Die Digitalisierung sowie zentrale Sammelstellen haben das Potenzial, die Logistik effizienter zu gestalten. Daneben braucht es aber auch eine Änderung von Einkaufsgewohnheiten der KundInnen, um auch nicht Nachhaltigkeits-affine Zielgruppen zu erreichen. Solche Gruppen könnten z.B. über Emotionen oder gesundheitliche Aspekte angesprochen werden.

Digitalisierung, boomender Onlinehandel

Wie verschiedene Studien zeigen, hat der boomende Onlinehandel das Potential, umweltfreundlicher zu sein als der stationäre Handel, besonders wenn er Autofahrten ersetzt. Punkte Nachhaltigkeit sind beim Onlinehandel die konkrete Ausgestaltung (z.B. Bündelung und Geschwindigkeit) sowie das Kundenverhalten (z.B. Retouren, Konsumzunahme) entscheidend.

(Jung-)UnternehmerInnen können über Onlinehandel und/oder Crowdfunding einfacher nachhaltige Produkte auf den Markt zu bringen (z.B. Crowdcontainer in ZH, www.kuhteil.ch etc.). Damit solche Projekte eine Breitenwirkung erlangen, braucht es ein stärkeres Bewusstsein für Nachhaltigkeit, auch hier könnte Digitalisierung einen Beitrag leisten (z.B. Nudging-App, welche Menschen Anstösse gibt für nachhaltigen Konsum). Digitalisierung ermöglicht, Logistikketten zu optimieren, z.B. durch die Reduzierung von Leerfahrten. Es braucht eine Modernisierung der Zustellabläufe für Onlinehandel. Könnte das altbekannte Milk-Kässeli-System im Zeitalter der Digitalisierung ein Revival erleben?

Kurze Wege und Langsamverkehr

Die Siedlungsstruktur gibt Wege vor. Räumliche Nähe von Wohnen und Einkaufsmöglichkeiten begünstigt den nachhaltigen Langsamverkehr und ermöglicht belebte Innenstädte und Quartiere.

- Raum- und Verkehrsplanung sollen kurze Wege sowie den Langsamverkehr fördern.

Multimodale Mobilität

Insbesondere für Personen aus ländlichen Gegenden, die für ihre Einkäufe in die Stadt fahren, birgt multimodale Mobilität Potential im Hinblick auf Nachhaltigkeit (z.B. Park n 'Ride-Angebote). Mobilitäts-Hubs sind nicht nur Orte, wo Menschen Verkehrsmittel wechseln, sondern bieten oft auch Einkaufsmöglichkeiten. Es ist wichtig, dass auch nachhaltige Transportsysteme für Einkäufe angeboten werden.

Technologische Entwicklungen

Welche Veränderungen bringen selbstfahrende Fahrzeuge? Wie können diese möglichst gemeinschaftlich und effizient genutzt werden? Sind Drohnen eine spannende Option für die letzte Meile?

Ökonomische Aspekte

Preise spielen sowohl bei der Wahl von Mobilitätsformen als auch beim Konsum eine zentrale Rolle.

- Kostenwahrheit einführen und Preisanreize für nachhaltige Lösungen schaffen

Gesellschaftlicher Wandel

Was brauchen wir wirklich für ein gutes Leben? Suffizienter Konsum reduziert auch den mit Einkäufen verbundenen Verkehr. Die Menschen müssen sich vermehrt bewusst werden, was sie wirklich brauchen für ein gutes Leben. Sharing (oder ein Wiederbeleben des Allmende-Gedankens) ist ein vielversprechender Ansatz: nicht nur Autos sollen geteilt werden, sondern auch Konsumgüter, die wir nur selten brauchen. Gesellschaftlicher Wandel bedeutet auch, dass das Auto als Statussymbol ausdienen muss – es braucht alternative Werte und Visionen.

- Förderung von Projekten, die bei verschiedenen Zielgruppen sowohl im Konsum- wie auch im Mobilitätsbereich das Bewusstsein für Nachhaltigkeit (insbesondere Suffizienz) stärken, Visionen zeigen und Handlungskompetenzen vermitteln.
- Förderung von Sharing-Projekten

Synthese Workshop 3: Freizeit

Moderation/Leitung:

Christian Egeler

Bundesamt für Raumentwicklung ARE, Leiter Sektion Verkehr

Themen / Fragestellung:

- Strategie Freizeitverkehr des Bundes von 2009 – sind wir auf Kurs?
 - Freizeitverkehr als grösster Verkehrsanteil – wo liegen die Probleme?
 - Was müssen Bund, Kantone und Gemeinden für einen nachhaltigen (Freizeit)verkehr tun?
-

Bedeutung des Freizeitverkehrs

In der Schweiz ist man täglich durchschnittlich 36,8 km unterwegs, davon 16,3 km (44 %) für die Freizeit. Als Freizeit werden die Tätigkeiten für die Erholung und die Abwechslung betrachtet. Da die Wege für die Freizeit im Durchschnitt etwas länger als für anderen Zwecke sind, ist der Anteil des Freizeitverkehrs etwas kleiner (38 %), wenn man nicht mehr die Distanz sondern die Wege betrachtet.

Circa die Hälfte der Wege wird zu Fuss- und mit dem Velo absolviert. Dies ist eine zusätzliche Erklärung, warum der Anteil des Freizeitverkehrs noch höher (50 %) ist, wenn man die Tagesunterwegszeit betrachtet. Für die längeren Wege hat das Auto eine grössere Bedeutung als für anderen Zwecke wie Arbeit oder Ausbildung, insbesondere auch oft aufgrund von Gepäck- oder Materialtransporten.

Die drei grössten Treiber des Freizeitverkehrs sind die Gastronomiebesuche, die Besuche von Freunden und Verwandten sowie die nicht-sportlichen Aktivitäten (wie zum Beispiel spazieren).

Im täglichen Ablauf hat der Freizeitverkehr kaum Bedeutung für die Morgenspitze. Er nimmt im Verlauf des Tages zu und hat ein hohes Niveau zwischen 11 Uhr und 19 Uhr mit einem Maximum zwischen 17 und 18 Uhr und spielt somit eine wichtige Rolle in der Abendspitze.

Der Verkehr zum Zweck Einkauf ist im engeren Sinn kein Freizeitverkehr, weist aber mit dem Freizeitverkehr gewissen Ähnlichkeiten auf. Ein wesentlicher Unterschied ist der grössere Einfluss der Siedlungsstruktur auf die Länge der durchgeführten Wege. Während kein wesentlicher Unterschied in der Länge der Freizeitwege je nach Urbanisierungsgrad des Wohnortes festzustellen ist, ist die Länge der Einkaufswege der Bewohner der periurbanen und ländlichen Räume im Durchschnitt länger als der der Stadtkernbewohner.

Zwischen 2010 und 2015 hat sich der Verkehr, der mit Reisen im Ausland mit Übernachtungen verbunden ist, sehr stark erhöht. Die durchschnittliche Jahresmobilität für diesen Zweck ist innerhalb 5 Jahren um fast 50 % gestiegen.

Freizeitstrategie des Bundes (2009)

2009 hat der Bund eine Strategie im Bereich Freizeitverkehr erarbeitet. Zentrale Ziele waren eine generell verträglichere Freizeitmobilität, eine Stärkung des Öffentlichen Verkehrs, des Fuss- und Veloverkehrs und der kombinierten Mobilität für den Freizeitverkehr. Damit verbunden waren das Erkennen und nutzen wirtschaftlicher Potenziale in allen Landesteilen, die mit nachhaltigerem Freizeitverkehr verbunden sind, sowie der Erhalt und Erhöhung der Lebensraumqualität, der kulturellen Vielfalt und des gesellschaftlichen Austauschs als Voraussetzung für einen attraktiven Freizeitstandort Schweiz. Massnahmen wurden entwickelt und teilweise umgesetzt. Hier ist zu bemerken, dass die Gestaltungsmöglichkeiten des Bundes im Bereich Freizeitverkehr natürlich begrenzt sind. Zahlreiche andere Akteure (Kantone, Gemeinden, Transportunternehmen, Tourismusverbände, usw.) sind entscheidend.

Das Bundesamt für Raumentwicklung ist dabei, die Strategie zu überprüfen und zu konkretisieren und deswegen ist auch der Austausch wie z. B. im Rahmen dieses Workshops wichtig.

Im Workshop wurden zuerst die Herausforderungen und anschliessend mögliche Massnahmen in zwei getrennten Diskussionen mit folgenden Schwerpunkten durchgeführt:

- Verkehr für die regelmässige Freizeit (z. B. Sportaktivitäten) oder im Nahbereich (Gastronomiebesuche, Besuch von Freunden...)
- Ausflüge und Tourismus

Allerdings zeigte sich, dass die Herausforderungen und die Massnahmen dieser beiden Schwerpunkte ziemlich konvergent sind.

Herausforderungen

Jedoch sind die identifizierten Herausforderungen ziemlich divergent. Folgende haben sich herauskristallisiert:

- **Qualität des Angebotes:** durchgängiges Angebot (zeitlich und örtlich), kombinierte Mobilität und Übergänge, durchgängige Information (z. B. Apps), Flexibilität, Auto als Turn-/ Einkaufstausche,
- **Kosten:** Einerseits erscheint die Mobilität in einigen Fällen als zu billig (z. B. Billigflieger) aber andererseits auch als zu teuer (Ausflug im ÖV mit einer Familie oder Freunden). Auch Flatratetarife (GA, U-Abo) haben widersprüchliche Auswirkungen: einerseits fördern sie zusätzliche Mobilität, andererseits sind sie aber eine wichtige Voraussetzung, insb. im Freizeitverkehr, für ein Modalsplit zugunsten des ÖV. MIV ist bei Freizeitausflügen oft günstiger als ÖV.
- **Raumplanung:** Ansiedlungsentscheidung (kürzere Wege, Erschliessung mit ÖV und Langsamverkehr) und ausreichende Naherholungsmöglichkeiten sind zentrale Steuerungsfaktoren für die Freizeitmobilität. Konzentration von Freizeitangebote zwar wirtschaftlicher → grösseres Angebot möglich → grössere Anreisedistanzen (analog zu Einkaufszentren)
- **Lebensstile / Psychologie:** Förderung der Naherholung und des Nahtourismus vs. Tendenz zu kurzen Aufenthalten mit Fluganreise. Wichtigkeit, den Weg selber als Erlebnis zu gestalten.
- **Information:** Zentrale Rolle der Vereine / Tourismusanbieter für die Information über die nachhaltigen Anreisemöglichkeiten. Verständnis für Flächenkonkurrenz der Verkehrsmittel schaffen

Massnahmen

Viele der im Workshop diskutierten Massnahmen waren Massnahmen, die einen Einfluss auf die Gesamtmobilität haben könnten, wie zum Beispiel:

- Massnahmen im Bereich Kostenwahrheit und Internalisierung der externen Kosten (Mobility Pricing)
- Allgemeine fiskalische Massnahmen (Reform der MFZ-Steuer)
- Anreize für Autolosigkeit (auch raumplanerische Aspekte, keine Parkplatzerstellungspflicht)
- Anreize für Sharing (Zugangsrechte, Parkplätze, spezielle Spuren)
- Unterstützung neue Mobilitätsservices (One-Stop-Shop)

Als spezifische Massnahme wurden folgende als nützlich angesehen:

- Stärkere Entwicklung von Kombitickets für Sportevents und Veranstaltungen
- Sensibilisierung (insb. der Jugend) für Tourismus im Nahbereich (insb. im benachbarten Ausland im Dreiländereck Basel)
- Verbesserung des ÖV-Angebotes bessere Verbindung zu peripheren Gebieten (oder auch zu ländlichen Gebieten im benachbarten Ausland)
- Fiskalische Anreize zur CO₂-Kompensation
- Möglichkeit zur einfachen Mitnahme und Deponierung persönlicher Dinge unterwegs und an Destinationen

*„Kennen wir die
verschiedenen
Akteure wirklich?!“*

Synthese Workshop 4: Psychologie & Mobilität

Moderation/Leitung:

Nicole Passavant

POST CH, Bern, Leiterin Neue Arbeitswelt

Themen / Fragestellung:

- Welche Voraussetzungen zur erfolgreichen Veränderung sind notwendig
- Strategien zur freiwilligen Veränderung des Mobilitätsverhaltens
- Akzeptanz von Anreizen zur Verhaltensänderung

Im Rahmen der Energiegespräche im Wenkenhof 2017 hat sich unsere Gruppe mit den Voraussetzungen, Erfolgskriterien und Motivationsgründe der Mobilität befasst.

Welche Voraussetzungen zur erfolgreichen Verhaltensänderung sind notwendig?

Wir waren uns einig, dass es erstmal eine „Stakeholdermap“ braucht. Wir müssen genau wissen, wer die Akteure sind, wie sie ticken und welchen Nutzen jeder einzelne daraus ziehen kann. Nur so haben wir eine Chance an alles heranzukommen und etwas zu bewegen. Zusätzlich braucht es echte Vorbilder/Idole, welche danach leben und dies auch publik machen, es braucht einen akzeptierten Redeführer – oder sogar mehrere, je nachdem was die Stakeholdermap aussagt. Ebenfalls wichtig ist es, dass daraus dann ein gesellschaftlicher Diskurs wird, wo sich alle angesprochen fühlen und wo das Bewusstsein angesprochen wird. Das Thema muss positiv beleuchtet werden, vielleicht auch Auszeichnungen vergeben werden. Es darf jedoch kein Druck entstehen, die Entscheidungen müssen von den Akteuren freiwillig gefällt werden, weil sie den Sinn erkennen.

Der persönliche Nutzen muss ersichtlich sein!

Welches sind mögliche Strategien, um die freiwilligen Veränderungen des Mobilitätsverhaltens zu beeinflussen?

Bei dieser Diskussion ist ganz klar herausgekommen, dass es Anreize braucht, welche den persönlichen Nutzen in den Vordergrund stellen. Ein deutliches Thema, welches in diesem Zusammenhang heraussticht ist die Gesundheit. Es müssten Möglichkeiten geschaffen werden, wie der Öffentliche Verkehr mehr mit Gesundheit in Verbindung gebracht werden kann. Beispiele hierzu wären: Fitnessabteil im Zug, Stationen von gesundem Essen an Touchpoints des Öffentlichen Verkehrs, Allianzen suchen mit anderen Firmen, damit die Benützung des ÖVs auch einen finanziellen Impact hat (z.B. Versicherungen, SBB, andere Grossfirmen,...)

Als ein wichtiges Zielpublikum erachten wir auch die Kinder. Deshalb muss die Sensibilisierung an Schulen und mit den Eltern erhöht werden. Kinder sollen schon früh lernen wie sie die ÖV nutzen und welche Vorteile sie bringen oder wie sie sich auch selber

mehr bewegen, anstatt sich „chauffieren“ zu lassen. Dabei sollten auch die Eltern miteinbezogen werden, welche als wichtiges Vorbild agieren. Als Beispiel dafür wurde auch der sogenannte „laufende Schulbus“ genannt. Wo die Kinder nicht in den „normalen Bus“ einsteigen, sondern in einen „virtuellen Bus“, dessen Räder die Füße der Kinder sind, weil sie gemeinsam zur Schule laufen.

Eine weitere Zielgruppe wären auch die Senioren, welche mit dem E-Bike vertraut gemacht werden sollen oder welche ein spezielles Pricing erhalten, wenn nicht sogar gratis den ÖV benutzen dürfen zu bestimmten Zeiten.

Ganz klar gibt es auch die Arbeitsmodelle, welche angepasst werden müssen, damit am Morgen und auch am Abend die Spitzenzeiten entlastet werden können. Hier braucht es auch mehr Druck von der Politik/Gesellschaft auf die Firmen. Ein guter Partner hierfür könnte die Work Smart Initiative sein.

Wir brauchen echte Vorbilder!

Wie kann die Akzeptanz von Anreizen zur Verhaltensänderung gefördert werden

Auch hier wurde erneut von der Vorbilderfunktion gesprochen, ob dies nun Eltern, Politiker, CEO's, Lehrer oder Stars aus der Unterhaltung oder aus dem Sport sind. Es muss eine Zugehörigkeit gefördert werden, indem man stetig informiert und aufgefordert wird auszuprobieren. Es sollte die Haltung entstehen: wer nicht dabei ist, der ist uncool! Bei diesem Image helfen uns natürlich die Vorbilder und Idole! Es müssen kleine Beispiele publik gemacht werden, welche sich leicht umsetzen lassen und einen schnellen persönlichen und/oder finanziellen Erfolg garantieren. Grundsätzlich sind wir uns einig, dass es eine Kulturveränderung braucht, gute Erfahrungen, gute Gefühle wecken, damit das Thema zur Selbstverständlichkeit wird.

Zuckerbrot und Peitsche!

Mögliche Handlungsfelder

Aus den Diskussionen erachten wir folgende Handlungen als gewinnbringend:

- Jeder muss ein Vorbild sein und Eigenverantwortung tragen
- Es kann mit „Zuckerbrot und Peitsche“ gearbeitet werden, d.h. richtiges Verhalten belohnen und falsches Verhalten bestrafen (z.B. Steuerabzug für Arbeitsweg begrenzen, Arbeitszimmer bei den Steuern fix abziehbar machen, Carsharing-Fahrzeuge dürfen Busstreifen benutzen,...)
- Marketing-Image-Kampagnen für Gemeinden und Städte lancieren
- Angebote exklusiv machen
- Aktionstage (Slow up's, Parking days,...) initialisieren, dies erzielt eine Bewusstseinsänderung in der Fläche.
- Sensibilisierung der Unternehmen vorantreiben
- Gratis-ÖV für Pensionierte

Teilnehmerliste Energiegespräche im Wenkenhof 25. Oktober 2017

Name	Vorname	Firma
Bloch	Roman	rundum mobil GmbH
Chomat	Gilles	Eidgenössisches Departement für Verkehr Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK Bundesamt für Raumentwicklung ARE
Cuénod	Tim	Grossrat
Dahms	Nicole- Simone	Stadt Lörrach
Dolleschel	Martin	Amt für Mobilität
Egeler	Christian	Eidgenössisches Departement für Verkehr Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK Bundesamt für Raumentwicklung ARE
Eiger	Edmond	Amt für Umwelt und Energie
Faisst	Jessica	Stadt Weil am Rhein / Stadt-Grünplanung
Fink	Thomas	ENCO Energie-Consulting AG
Friesecke	Manuel	Regio Basiliensis
Gorrenougout-Thüring	Christine	Landrätin
Hafner	Patrick	Grossrat
Heinzer	Catherine	Kantons- und Stadtentwicklung Basel-Stadt
Heller	Agnes	IBA Basel
Hess	Ann-Kathrin	Universität Basel, Fachbereich Nachhaltigkeitsforschung
Hirsig-Geiger	Petra	sun21, Geschäftsführerin
Hoffmann	Jörg	Mitglied sun21
Huber	Christoph	erster Bürgermeister Stadt Weil am Rhein
Hundertmark	Ulrike	Mitglied IG Velo
Hurle	Saskia	Fluxdock AG
Jucker	Linda	Ökozentrum
Kaderli	Daniel W.	Gemeinderat Einwohnergemeinde Biel-Benken

Klatz	Michael	Stadt Lörrach
König	Dominique	Grossrätin
Kunz	Hans Ulrich	INNOVA
Küther	Dietmar	Industrielle Werke Basel
Laager	Daniel	EBM - MOVE
Leifels	Dunja	Gemeinderätin Bettingen
Leuthardt	Peter	Gemeindeverwaltung
Leutwyler	Marcel	Einwohnergemeinde Arlesheim
Leuzinger	Eliane	PostAuto, Mobilitätsmanagement
Lindenmann	Katharina	ecoviva Umweltagentur GmbH
Lingenhel	Stephan	e-viva gmbh
Lohri	Esther	Lokal
Luethi-Brüderlin	Stephan	Grossrat
Luisoni	Artur	Rapp Trans AG
Maag	Esther	Präsidentin sun21
Messmer	Jonas	Hochschule Offenburg - Institut für Energiesystemtechnik
Moos	Urs-Peter	BHB Bauherrenberatungs AG
Moser	Arthur P.	Gruner Gruneko AG
Müller	Kerstin	Baubüro insitu ag
Münch	Lilo	parkinglab
Nabholz	Matthias	Amt für Umwelt und Energie Basel Stadt
Nidecker	Andreas	Vorstandsmitglied sun21
Osterwald	Stephan	SBB AG, Bern
Ott	Lukas	TCS beider Basel
Parlow	Stephan	Universität Basel
Passavant	Nicole	Post CH
Patscheider	Martina	Ökozentrum

Prudent	Florence	Eurodistrict Trinational de Bâle
Riesen	Jeanine	Weit&Breitsicht GmbH
Ruch	Roger	Büro für Energie und Effizienz
Rüdin-Müller	Katharina	sun21, Sekretariat
Schaller	Beat	Grossrat
Schärer	Dominik	Gemeindeverwaltung Riehen
Schertenleib	Anne	Universität Basel
Schlettwein	Daniela	Mitglied sun21
Schumacher	Barbara	Umweltpaedagogik.ch
Soland	Martin	FHNW für Angewandte Psychologie FHNW Institut Mensch in komplexen Systemen (MikS) Olten
Sollberger	Christoph	Industrielle Werke Basel
Staub-Abt	Britta	Stadt Lörrach
Stawicki	Mirjam	Mobilitätsakademi
Stiewe	Mechtilde	ILS-Forschung, Dortmund
Stokar	Lotti	Landrätin
Vitelli	Jörg	Vitelli Velobedarf AG
Viva	Sergio	Helvetia Versicherungen
Vogel	Guido	Gemeinderat Riehen
Vogt	Jürg	Landrat
Wälchli	Philipp	Gemeinde Riehen
Wellnitz	Patrick	Indurstrielle Werke Basel-Stadt
Wilke	Michael	Stadt Lörrach, Bürgermeister
Zehenter	Werner	Energiedienst Holding AG / my-e-car GmbH, Energiedienst.de

Koordinaten:

sun21

Elisabethenstrasse 23
Postfach 332
4010 Basel
Schweiz

Telefon: +41 (0)61 227 50 55
Fax: +41 (0)61 227 50 52
Mail: sun21@sun21.ch
www.sun21.ch