





Baden FahrMit / PubliRide Baden Mitfahrnetzwerk für die Region Baden

Schlussbericht

⋄ Koordinationsstelle f
ür nachhaltige Mobilit
ät KOMO

🔖 Kanton Aargau, Abteilung Verkehr

30. November 2017





Inhaltsverzeichnis

Zus	amme	nfassung «PubliRide Baden»	3
1.	Einle	itung	4
	1.1	Ausgangslage	4
2.	Publ	Ride Baden	4
	2.1	Perimeter	4
	2.2	Gegenseitige Integration von öV und Fahrgemeinschaft	4
	2.3	Projektbeteiligte und Unterstützer	5
3.	Erbra	nchte Leistungen und deren Beurteilung	5
4.	Nach	frage	7
	4.1	Aktivitätenkarte	7
	4.2	Mitglieder	7
	4.3	Fahrtangebote und -gesuche	9
5.	Beur	teilung der Zielerreichung	. 11
	5.1	Quantitative Ziele und deren Bewertung	. 11
	5.2	Qualitative Ziele und deren Bewertung	. 12
6.	Erke	nntnisse	. 14
7.	Ausk	lick	. 16
8.	Finar	nzbericht	. 16
Anh	nang		. 18
	Anha	ang 1: Bewerbung von «PubliRide Baden»	. 18
	Anha	ang 2: Fahrplan der Gruppe «PubliRide Baden»	. 25

Bearbeitung

Autorinnen

Eliane Leuzinger Projektleiterin «PubliRide Baden» / Fachführung Mobilitätsmanagement PostAuto, Mobilitätslösungen, Belpstrasse 37, 3030 Bern publiride@postauto.ch

Beatrice Meyer Stellvertretende Projektleiterin «PubliRide Baden» / Leiterin badenmobil badenmobil, Halbartenstrasse 5, Postfach 312, 5430 Wettingen info@badenmobil.ch





Zusammenfassung «PubliRide Baden»

Zusammenfassung

Das Mitfahrnetzwerk «PubliRide Baden» wurde als Begleitmassnahme zur Neugestaltung des Schulhausplatzes in Baden eingeführt. Das Pilotprojekt dauerte zweieinhalb Jahre. Während dieser Zeit konnten ein wichtiger Fahrstreifen dauernd und vereinzelte Abbiegebeziehungen temporär nicht vom Autoverkehr genutzt werden. Ziel war es deshalb, mit dem Mitfahrnetzwerk zur Entlastung der Verkehrssituation in Baden beizutragen. Die Bewerbung der heterogenen Zielgruppe war herausfordernd. Eine Vielzahl an Kommunikationsmassnahmen wurde erprobt. Die Nutzerzahlen blieben trotzdem unter den Erwartungen. Die Projektziele konnten nur teilweise erreicht werden. Bis zum Ende des Pilotprojektes umfasste die Gruppe «PubliRide Baden» 800 Mitglieder. Zwar gab es unter ihnen einige, welche das Angebot regelmässig nutzten. Die damit verbundene Wirkung (= realisierte Fahrgemeinschaft) und damit der Beitrag zur Entlastung der Verkehrssituation im Zentrum Badens ist allerdings als vernachlässigbar zu bewerten. Das Pilotprojekt «PubliRide Baden» stiess bei Medien und in Fachkreisen auf grosses Interesse.

Résumé

Le réseau de covoiturage «PubliRide Baden» a été introduit en tant que mesure d'accompagnement pour la rénovation de la place Schulhausplatz à Baden. Le projet pilote a duré deux ans et demi. Au cours de cette période, une voie de circulation essentielle n'a pas pu être utilisée par les automobilistes et certaines interdictions de bifurquer ont été établies temporairement. Le but était de contribuer à désengorger la circulation à Baden grâce au réseau de covoiturage. La promotion mise en place auprès du groupe cible, très hétérogène, représentait un véritable défi. De nombreuses mesures de communication ont été testées. Le nombre d'utilisateurs est tout de même resté inférieur aux attentes. Les objectifs du projet n'ont pu être que partiellement atteints. Jusqu'à la fin du projet pilote, le groupe «PubliRide Baden» comptait 800 membres. Certes, ces membres comptaient des utilisateurs très réguliers, mais force est de constater que l'effet lié (= covoiturages effectués) et donc la contribution à désengorger la circulation dans le centre de Baden sont négligeables. Le projet pilote «PubliRide Baden» a suscité un fort intérêt du côté des médias et des cercles spécialisés.

Riassunto

La rete di car pooling «PubliRide Baden» era stata presentata a Baden come misura accessoria per la riconfigurazione della Schulhausplatz a Baden. Il progetto pilota è durato due anni e mezzo e, durante questo periodo, sono stati chiusi al traffico in maniera permanente un'importante corsia stradale e temporaneamente alcuni raccordi di accesso con l'obiettivo era di contribuire, con la rete di car pooling, al decongestionamento del traffico a Baden. Non è stato facile raggiungere il gruppo target in quanto particolarmente eterogeneo. Sono state provate varie misure di comunicazione, ma il numero degli utenti è rimasto al di sotto delle aspettative ed è stato possibile raggiungere solo in parte gli obiettivi del progetto. Fino alla fine del progetto pilota il gruppo «PubliRide Baden» ha raggiunto gli 800 partecipanti, sebbene vada precisato che tra questi alcuni hanno sfruttato regolarmente l'offerta. L'effetto collegato (la creazione di una comunità di guida) e quindi il contributo al decongestionamento del traffico nel centro di Baden è tuttavia da considerarsi trascurabile. Il progetto pilota «PubliRide Baden» ha suscitato grande interesse nei media e tra gli specialisti.





1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Der Schulhausplatz in Baden (Kanton Aargau) gehört zu den am stärksten frequentierten Kreuzungen der Schweiz (täglich rund 46'000 Fahrzeuge). Seit Juli 2015 wird dieser Verkehrsknoten saniert und neugestaltet. Die umfangreiche Verkehrssanierung brachte bzw. bringt während den verschiedenen Bauphasen gewisse Verkehrseinschränkungen mit sich. Baubegleitende Kommunikationsmassnahmen und alternative Mobilitätsangebote sollten dazu beitragen, den Verkehr während der Bauzeit möglichst flüssig zu halten und Stauzeiten zu minimieren. Eines dieser Angebote war das Pilotprojekt «PubliRide Baden», welches während der Neugestaltung des Schulhausplatzes umgesetzt wurde.

Anträge im Zusammenhang mit dem Pilotprojekt wurden mit der Bezeichnung «Baden FahrMit» beim Bund und Kanton Aargau eingereicht. Das Mitfahrnetzwerk wurde schliesslich als «PubliRide Baden» lanciert. In der Folge wird deshalb nur noch die Bezeichnung «PubliRide Baden» verwendet. Die Lancierung des Pilotprojekts erfolgte leicht verspätet und in Abhängigkeit des Baustellenbeginns. Es dauerte gut zweieinhalb Jahre:

Beginn des Pilotprojekts:
 29. Mai 2015, Lancierung im Rahmen einer Medienkonferenz

Abschluss des Pilotprojekts: 10. Dezember 2017

2. PubliRide Baden

2.1 Perimeter

Für «PubliRide Baden» wurde ein grosser Perimeter gewählt (Radius von 20 km um Baden).



Abb. 1: Perimeter von «PubliRide Baden»

2.2 Gegenseitige Integration von öV und Fahrgemeinschaft

«PubliRide Baden» basierte auf dem flinc-System (Website und App), welches die einfache Vermittlung von Fahrgemeinschaften ermöglichte. Die Besonderheit von «PubliRide Baden» war die Kombination von Fahrgemeinschaften und öV-Verbindungen (vgl. Anhang 1). So wurden einerseits in die flinc-Anwendungen Informationen zum öV-Fahrplan integriert, andererseits wurden in der PostAuto-App bei einer





Fahrplanabfrage im PubliRide-Perimeter auch Fahrtangebote angezeigt¹. Voraussetzung war, dass sich Ziel- oder Startort im Perimeter von «PubliRide Baden» befanden (vgl. Abb. 1). Für «PubliRide Baden» wurde auf der flinc-Plattform eine eigene Gruppe erstellt. Wer sich über die entsprechende Landingpage www.publiride.ch/baden registrierte, war einerseits Mitglied bei flinc, andererseits aber auch automatisch Teil der Gruppe «PubliRide Baden».

2.3 Projektbeteiligte und Unterstützer

«PubliRide Baden» war ein gemeinsames Projekt von PostAuto und badenmobil. PubliRide basierte auf der Mitfahrplattform des deutschen Unternehmens flinc GmbH. Der Projektpartner flinc war für die technische Umsetzung der Integration von öV-Informationen in ihre Anwendungen sowie für die Realisierung der Landingpage und Gruppenseite von «PubliRide Baden» verantwortlich. Glue Software Engineering AG realisierte die Integration von auf flinc registrierten Fahrtangeboten in die PostAuto-App. Die Bewerbung von «PubliRide Baden» wurde hauptsächlich von der Werbeagentur Bachmann und Partner sowie von Ideas & Art Communications unterstützt.

Finanzielle Unterstützung erhielt das Pilotprojekt vom Bundesamt für Umwelt BAFU / Koordinationsstelle für nachhaltige Mobilität KOMO (ehemals: Dienstleistungszentrum für innovative und nachhaltige Mobilität UVEK) und vom Kanton Aargau, Abteilung Verkehr (vgl. Kapitel 8). Dank Sponsorengeldern konnten zusätzliche Massnahmen zur Bewerbung von «PubliRide Baden» realisiert werden. Die beiden Gold-Sponsoren, das Kantonsspital Baden und die Generalagentur Baden der Mobiliar-Versicherung, sowie die city com baden (Innenstadt-Vereinigung der Badener Detaillisten und der Gewerbeverband der Stadt Baden) und die Gemeinde Ennetbaden leisteten finanzielle und damit auch kommunikative Unterstützung.

3. Erbrachte Leistungen und deren Beurteilung

Zur Zielerreichung waren folgende Massnahmenbereiche vorgesehen:

- Massnahmenbereich 1: Organisatorische Massnahmen
- Massnahmenbereich 2: Technische Massnahmen
- Massnahmenbereich 3: Kommunikationsmassnahmen

In den genannten Bereichen wurden folgende Leistungen erbracht. Sie sind in den verschiedenen Zwischenberichten detaillierter beschrieben:

- Zwischenbericht 1 (per 30.11.2014, gemäss Controlling-Vorgabe UVEK und Kanton AG)
- Zwischenbericht 2 (per 30.11.2015, gemäss Controlling-Vorgabe UVEK und Kanton AG)
- Zwischenbericht 3 (per 30.11.2016, zusätzlich)

Massnahmenbereich 1: Projektorganisation und Koordination

- Projektstart, Vertragswesen, Projektadministration (Finanz- und Rechnungswesen)
- Erstellung und Überarbeitung der Projektdokumente (Projekthandbuch, Kommunikationskonzept)
- Detailplanung und Umsetzung
- Koordination mit badenmobil
- Koordination mit Kanton Aargau (Projektdokumente, Baustellenkommunikation, Begleitgruppe Kommunikation und Mobilität Baden Zentrum, Berichterstattung, Multiplikation, u.a.)
- Organisation von «PubliRide Baden»-Begleitgruppensitzungen (Kanton Aargau, badenmobil, PostAuto), Teilnahme und Protokollführung
- Regelmässige Berichterstattung gegenüber Bund und Kanton Aargau
- Regelmässige Statistik, Entwicklung verfolgen
- Interne Berichterstattung zur Projektentwicklung (PostAuto und badenmobil)
- Interne Information zur Einführung von «PubliRide Baden» (Fahrpersonal PostAuto und RVBW)
- Vorbereitung von Anlässen, Präsentationen, Teilnahme an Veranstaltungen
- Multiplikatoren ermitteln und kontaktieren
- Zusätzliche Finanzierung sicherstellen (Sponsorensuche, -gespräche, -verträge)

¹ Diese Funktion konnte nicht in die neue PostAuto-App übernommen werden, welche im Juli 2017 lanciert wurde.





Massnahmenbereich 2: Technik

- Anforderungen definieren, detailliertes Pflichtenheft formulieren
- Aufträge an technische Lieferanten erteilen
- Koordination mit Lieferanten, Koordination der Arbeiten zwischen den Lieferanten
- Regelmässigen Telefonkonferenzen zwecks Überprüfung der Arbeiten
- Usability für die neuen gegenseitigen Schnittstellen sicherstellen (Integration von öV-Verbindungen in den flinc-Anwendungen, Integration von Mitfahrangeboten in der PostAuto-App in Abhängigkeit von Ziel-/Startorten der Abfrage)
- Anzeige definieren (Kriterien, Logos, Art und Umfang der Darstellung)
- «PubliRide Baden» aufsetzen (Landingpage www.publiride.ch/baden, Gruppenseite einrichten, öV-Integration für Perimeter «PubliRide Baden» einführen, kleinere Anpassungen vornehmen, Geoshape-Abfrage einrichten)
- Ausführliche Tests durchführen, Korrekturen veranlassen
- Begleiten der technischen Umsetzung, interne Abklärungen
- Dokumentation sicherstellen
- Schulung von Projektbeteiligten (Dokumentation erstellen, Vorbereitung und Durchführung der Schulungen)

Massnahmenbereich 3: Kommunikation und Werbung

Eine Auswahl von Massnahmen ist in Anhang 1 aufgeführt.

- Offizielle Lancierung vorbereiten, Medienkonferenz organisieren (Themen öV, bike4car und «PubliRide Baden») und durchführen, Koordination Projektbeteiligte und Medienstelle(n)
- Etappenweise Umsetzung des Kommunikationskonzeptes
- Aufträge an Kommunikationsagentur(en) und damit verbundene Dienstleister definieren und erteilen, Kreditorenbuchhaltung
- Entwickeln der Basiselemente (Key Visual, Logos, Textbausteine, Präsentationsvorlagen, etc.), Abstimmung mit Markenführung
- Sponsorendokumentation erstellen
- Planung, Abstimmung und Umsetzung zahlreicher Kommunikationsmassnahmen:
 - Text- und Bildmaterial
 - Flyer für Auflage / Abgabe (z.B. bei badenmobil, Sponsoren) / Briefbeilage (Sponsoren)
 - Plakate und Postkarte
 - Kurzfilm für Website / Sterck-Kinos / Regionalfernsehen Tele M1
 - Wingflag
 - Giveaway
 - Bildschirmwerbung in RVBW-Bussen und Postautos
 - Mails an Nutzer und Nutzerinnen sowie an Multiplikatoren
 - Werbung auf Parkticket des Kantonsspitals Baden
 - Inserate
 - Websiten (badenmobil, PostAuto, Kanton Aargau Baden Zentrum, A-Welle, Stadt Baden, Badenfahrt etc.)
 - Organisation von Gruppen-Treffen
 - Online-Werbung und Social Media (via GoogleAds und AZonline, Facebook-Posts, etc.)
 - Artikel zu «PubliRide Baden» verfassen bzw. ergänzen (Baustellenkommunikation, einfach sein, Praxisbeispiel Mobilservice / aargaumobil, Schweizer Gemeinde, Umwelt Aargau, u.a.)
 - Teilnahme an Anlässen für die Bevölkerung zwecks Mitglieder-Gewinnung (z.B. Mobilitätstage 2015, 2016, 2017; Automesse Baden 2015, ComExpo 2015)
- Teilnahme an Anlässen zur Gewinnung von Multiplikatoren und Kunden bzw. Information von Fachleute: «PubliRide Baden» vorstellen. Auswahl an Anlässen: Vorstand des Regionalplanungsverbandes BadenRegio (26. Oktober 2014), CityLunch (5. März 2015), Gemeinde Ennetbaden (Mai 2015), Veranstaltung von Energie Schweiz für Gemeinden (MMU, 28. April 2015), Energie Schweiz (Februar 2016). Vgl. auch Kapitel 5.2)
- Regelmässige Medienarbeit, Anfragen von Medien (Print, Radio) beantworten und koordinieren





4. Nachfrage

4.1 Aktivitätenkarte

Wiederholte Abfahrts- und Ankunftsorte der Mitglieder von «PubliRide Baden» wurden mit Häufigkeiten erfasst und anonymisiert auf der Karte dargestellt. Unter den Nutzern und Nutzerinnen von «PubliRide Baden» zeigten sich selbst Aktivitäten in den Nachbarländern (vgl. Abb. 2). Dies lässt sich wohl teilweise damit erklären, dass im Aargau tätige Mitarbeitende einerseits im nahen Grenzgebiet (Deutschland) wohnen und andererseits wohl bei europaweit aktiven Unternehmen beschäftigt sind. Die meisten Aktivitäten waren jedoch im Grossraum Baden zu verzeichnen (vgl. Abb. 3).

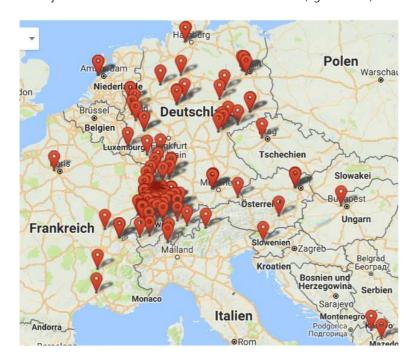


Abb. 2: Aktivitätenkarte der Gruppe «PubliRide Baden», Gesamtansicht

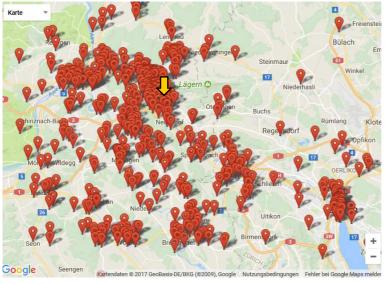


Abb. 3: Aktivitätenkarte der Gruppe «PubliRide Baden», Grossraum Baden (gelber Pfeil = Baden)

4.2 Mitglieder

Ende Oktober 2017² waren bei «PubliRide Baden» 800 Personen registriert. Die Geoshape³-Auswertung zeigte aber, dass es im Perimeter von «PubliRide Baden» insgesamt 1127 flinc-Nutzer und -Nutzerinnen gab. Das heisst, dass es zusätzlich zu den Mitgliedern der Gruppe «PubliRide Baden» 327 weitere

² Die Angaben beziehen sich in der Regel auf den Stichtag 31. Oktober 2017

³ Verfügbar seit Juli 2016





Personen gab, die flinc nutzen. Diese waren aber nicht Teil der Gruppe «PubliRide Baden» und wurden damit in den statistischen Auswertungen nicht berücksichtigt. Sie trugen hingegen mit ihren Fahrtangeboten und -anfragen ebenfalls zum Mitfahrnetzwerk «PubliRide Baden» bei, da Vermittlungen nicht auf die Gruppe beschränkt waren.

Die Anzahl Mitglieder der Gruppe «PubliRide Baden» entwickelte sich seit Mitte 2016 nur minimal (vergl. Abb. 4). Hingegen zeigte sich im gleichen Raum eine Zunahme der flinc-Nutzer und -Nutzerinnen. Diese lässt sich u.a. mit der 2016 lancierten online-Werbung und der Bewerbung von «PubliRide Baden» im Rahmen der Badenfahrt im August 2017 begründen. Dabei wurde zwar die Landingpage www.publirde.ch/baden genannt. Diese fand Beachtung wie die Abb. 5 zeigt. Die Registrierung erfolgte aber nicht über diese Seite sondern direkt über flinc (vermutlich direkt über die App, vgl. Abb. 4), sodass kein Zuwachs bei der Gruppe «PubliRide Baden» erfolgte.

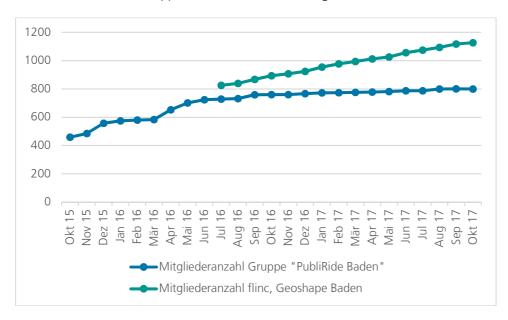


Abb. 4: Entwicklung der Mitgliederzahl der Gruppe «PubliRide Baden» und aller bei flinc registrierten Personen im Perimeter von «PubliRide Baden» (Oktober 2015- Oktober 2017)

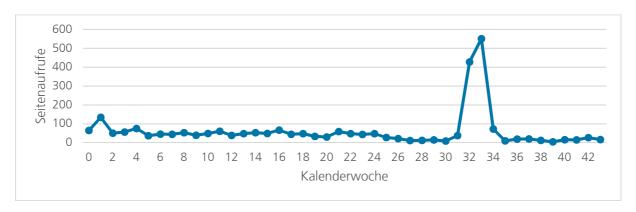


Abb. 5: Aufrufe der Landingpage <u>www.publiride.ch/baden</u> im Jahr 2017 mit Badenfahrt-Peak (Badenfahrt vom 18. bis 27. August 2017 / Wochen 33 und 34)

Im Zeitraum vom 1.1.2017 bis 31.10.2017 fanden 2567 Zugriffe auf die Landingpage statt. D.h. dass das Angebot grundsätzlich auf Interesse stiess, aber nur ein Teil der Interessierten den nächsten Schritt unternahm und sich registrierte. Im gleichen Zeitraum gab es im ganzen Kanton Aargau 3237 Zugriffe auf https://flinc.org.

Zugleich gilt es zu beachten, dass registrierte Mitglieder nicht automatisch auch aktive Nutzer und Nutzerinnen waren. Auch bei «PubliRide Baden» gab es viele sog. «Schläfer». Auf der anderen Seite gab es aber





auch eine Gruppe von Personen, die regelmässig aktiv und hauptsächlich für die Dynamik im Mitfahrnetzwerk verantwortlich waren. Andererseits dürften auch Fahrgemeinschaften gebildet worden sein, welche regelmässig stattfinden, deren Kommunikation aber nicht mehr über die Plattform, sondern über andere Kanäle erfolgt (z.B. WhatsApp).

Aus Datenschutzgründen lässt sich kein Nutzerprofil der Gruppe «PubliRide Baden» erstellen. Somit sind keine Angaben zu Alter, Geschlecht, Art und Länge der erfassten Fahrten bzw. realisierten Fahrgemeinschaften möglich. Ein Blick in die Gruppe zeigte, dass unter den Mitgliedern sowohl Männer wie Frauen und verschiedene Alterskategorien vertreten sind (Spektrum von ca. 20-60 Jahren). (Regelmässige) Fahrten zur Arbeit oder Aus-/Weiterbildungsstätte und zurück scheinen den Hauptteil der Fahrtzwecke auszumachen.

4.3 Fahrtangebote und -gesuche

Während des gesamten Pilotprojektes erfassten die Mitglieder von «PubliRide Baden» insgesamt 4677 Fahrtangebote und 1329 Fahrtgesuche im flinc-System (kumuliert, alle Einträge von Beginn an). Bei beiden Zahlen ist zu beachten, dass die effektive Zahl der Fahrtangebote und -gesuche grösser ist, weil ein Serieneintrag in den oben genannten Kennzahlen nur einmal berücksichtigt wird. Es zeigt sich aber auch, dass es mehr Fahrtangebote als Fahrtgesuche gab. Dies ist nicht weiter erstaunlich, da das Anbieten einer Fahrt einfacher und mit weniger Hürden verbunden ist.

In diesem Jahr (Januar bis Ende Oktober 2017) lag die effektive Zahl bei 9219 Fahrangeboten, im Durchschnitt waren dies 30 Fahrtangebote pro Tag (vgl. Abb. 6). Die Mehrzahl entfällt auf die Werktage. Bei den Fahrtgesuchen waren es im gleichen Zeitraum insgesamt 8491, im Durchschnitt wurden pro Tag ebenfalls 28 Mitfahrten gesucht (vgl. Abb. 7). Auch hier entfällt die Mehrzahl auf die Werktage.

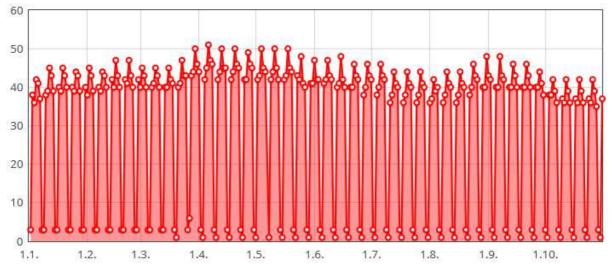


Abb. 6: Anzahl Fahrtangebote im Zeitraum von Januar 2017 bis Ende Oktober 2017





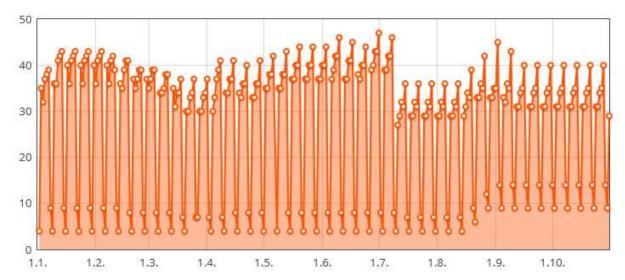


Abb. 7: Anzahl Fahrtgesuche im Zeitraum von Januar 2017 bis Ende Oktober 2017

Wenige der im System erfassten Fahrten hatten als Start- oder Zielort Baden (vgl. Anhang 2). Die erfassten Fahrten zeigten ein breites Spektrum innerhalb des Perimeters von «PubliRide Baden», auch reichten sie (weit) darüber hinaus (u.a. Nachbarländer).

Das System überprüfte regelmässig Fahrtangebote und Fahrtgesuche und meldete den Mitgliedern Vorschläge für Fahrgemeinschaften. In diesem Jahr (Januar bis Ende Oktober 2017) gab es insgesamt 7238 Übereinstimmungen, im Durchschnitt 24 Übereinstimmungen pro Tag (vgl. Abb. 8). Wie viele Vorschläge effektiv in einer Fahrgemeinschaft resultierten, lässt sich nicht sagen. Die Mitglieder hatten verschiedene Möglichkeiten, untereinander Fahrgemeinschaften zu vereinbaren (telefonisch, Chat, etc.), sodass keine Aussage über realisierte Fahrgemeinschaften möglich ist (Anzahl, gemeinsam zurückgelegte Strecke, CO₂-Einsparung etc.).

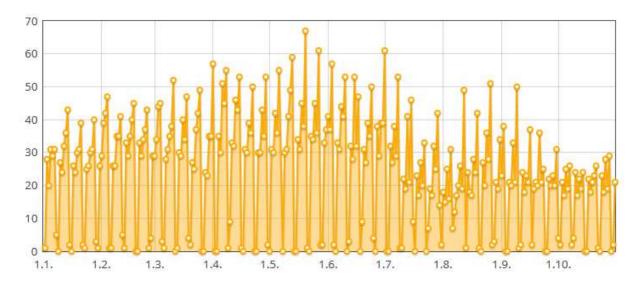


Abb. 8: Anzahl Übereinstimmungen von Fahrangeboten und -gesuchen im Zeitraum von Januar 2017 bis Ende Oktober 2017

Zur Umweltwirkung ist keine Aussage möglich, da die wenigsten Fahrgemeinschaften über das flinc-System bestätigt wurden. Einige ausgewählte Fahrgemeinschaften zeigten folgende Einsparungen (kurze und längere Strecken, die gemeinsam zurückgelegt werden):





Auswahl	CO₂-Einsparung	Einsparung
Fahrgemeinschaft 1	12.9 kg	CHF 11
Fahrgemeinschaft 2	59.2 kg	CHF 24
Fahrgemeinschaft 3	557 g	CHF 2
Fahrgemeinschaft 4	6.9 kg	Euro 4
Fahrgemeinschaft 5	26.5 kg	CHF 10

Tab. 1: Einsparungen (monetär⁴ und CO₂) der letzten Fahrgemeinschaften

5. Beurteilung der Zielerreichung

Die 2014 formulierten quantitativen und qualitativen Ziele wurden nur teilweise erreicht. Abweichungen der Zielerreichung werden wie folgt begründet:

5.1 Quantitative Ziele und deren Bewertung

Bis Ende 2015 sind folgende Werte erreicht: 750 Gruppenmitglieder und 6'000 angebotene Fahrten pro Monat



Diese Zielwerte wurden nicht erreicht. Ende 2015 zählte «PubliRide Baden» 558 Mitglieder (Stand 31.12.2015). Die Lancierung von PubliRide erfolgte leicht verzögert, sodass der formulierte Zielwert knapp nicht erreicht werden konnte.

Gleiches gilt für den Zielwert der 6'000 angebotenen Fahrten: Im Monat Dezember 2015 wurden 1135 Strecken von Fahrern und Fahrerinnen sowie 775 Strecken von Mitfahrern und Mitfahrerinnen im flinc-System erfasst.

Die Abweichungen lassen sich damit erklären, dass die Bekanntmachung eines neuen Angebotes Zeit braucht. Zudem mussten erste Kommunikationsmassnahmen erprobt und deren Wirkung überprüft werden. Dank eines erfolgreichen Baustellenmanagements blieb die erwartete Verschärfung der Verkehrssituation im Zentrum von Baden aus. Damit entfiel ein wichtiger «Aufhänger» in der Bewerbung von «PubliRide Baden».

Per Ende 2016 erfolgt eine weitere Steigerung auf: 2'000 Gruppenmitglieder, 16'000 angebotene Fahrten pro Monat



Das per Ende 2016 angestrebte Ziel wurde deutlich verfehlt. Die erhoffte Steigerung gelang nicht (vgl. Abb. 4). Ende 2016 zählte «PubliRide Baden» 767 Mitglieder (Stand 31.12.2016). Im Monat Dezember 2016 wurden 973 Strecken von Fahrern und Fahrerinnen sowie 964 Strecken von Mitfahrern und Mitfahrerinnen im flinc-System erfasst.

Die Zahl der bei flinc registrierten Personen im Perimeter lag per Ende 2016 bei 924 (157 Personen, die nicht Teil der Gruppe «PubliRide Baden» waren). Die angebotenen Fahrten im Monat Dezember 2016 lagen insgesamt bei 3261 Angeboten, die angefragten Fahrten insgesamt bei 3099 (Total der erfassten Fahrten von Mitgliedern von «PubliRide Baden» und weiterer flinc-Nutzer und Nutzerinnen im gleichen Perimeter).

Die Abweichungen lassen sich damit erklären, dass die gewählten Massnahmen zu wenig Wirkung zeigten bzw. die Zielgruppe nicht adäquat angesprochen wurde. Dank eines erfolgreichen Baustellenmanagements blieb die erwartete Verschärfung der Verkehrssituation im Zentrum von Baden aus. Damit entfiel ein wichtiger «Aufhänger» in der Bewerbung von «PubliRide Baden».

Das Thema findet Eingang in mind. 10 Medienberichten der Region und in drei nationalen



Mit «PubliRide Baden» konnte das mediale Interesse geweckt werden. Insbesondere die Aargauer Zeitung interessierte sich nicht nur bei der Lancierung von «PubliRide Baden» für das Mitfahrnetzwerk, sondern erkundigte sich regelmässig über dessen Entwicklung bzw. die bisherigen Erfahrungen. Im Zusammenhang mit der Lancierung weiterer PubliRide-Gemeinden und -Regionen wurde bei der

⁴ Fahrer und Fahrerinnen konnten für jede erfasste Strecke festlegen, ob sie für eine Mitfahrt den flinc-Preis wünschen oder ob sie diese kostenfrei anbieten. Beim flinc-Preis handelt es sich um einen Vorschlag, der auf Basis der vorausberechneten gemeinsamen Fahrtzeit und des Umweges ermittelt wird. Es handelt sich dabei um eine Preis-Empfehlung.





Berichterstattung wiederholt auch auf das bereits laufende Pilotprojekt in Baden verwiesen. PubliRide stiess allgemein auf Interesse bei verschiedenen Medien.

Auswahl der Berichterstattung zu «PubliRide Baden»:

- Aargauer Zeitung, 18. Februar 2015: Countdown am Schulhausplatz Baustart vor Sommerferien geplant
- SRF, Regionaljournal Aargau Solothurn, 29. Mai 2015: Baden macht gegen Verkehrschaos mobil
- Radio Argovia, 29. Mai 2015: Verkehrsentlastung Schulhausplatz
- Aargauer Zeitung, 29. Mai 2015: Wegen Schulhausplatz-Umbau: Im Stau mit einem Fremden
- Kanton Aargau, Newsletter Schulhausplatz Baden Nr. 1, Juni 2015: Baustart Schulhausplatz Baden
- PCtipp.ch, 26. Juni 2015: Gegen Stau gibt's jetzt die Online-Plattform «PubliRide»
- Mobilservice / News, 31. August 2015: PubliRide und Taxito: Neue Mitfahrangebote in der Pilotphase
- Umwelt Aargau, Oktober 2015: Baubegleitende Kommunikation Neugestaltung Schulhausplatz Baden
- Einfach sein, Kundeninformation A-Welle, Dezember 2015: Gemeinsam fahren wir
- Aargauer Zeitung, 5. April 2016: Google-Auto bald auch im Aargau oder wie der Verkehr der Region künftig aussehen soll
- Schweizer Gemeinde, 16. April 2016: Intelligente Mobilität als Gemeinschaftswerk
- Einfach sein, Kundeninformation A-Welle, Dezember 2016: «PubliRide Baden»
- Mobilservice / Praxisbeispiel, 3. Mai 2016: Plattform für Fahrgemeinschaften: «PubliRide Baden»
- aargaumobil, Praxisbeispiel Gemeinden, Mai 2016: Plattform für Fahrgemeinschaften: «Publi-Ride Baden»
- AutomobilRevue online, 28. Mai 2016: Kenny's Auto-Center feiert 40-jähriges Unternehmen und verlost einen Jubiläumspreis
- Aargauer Zeitung, 8. Januar 2017: PubliRide: Fehlender Verkehr auf neuer App für Fahrgemeinschaften

5.2 Qualitative Ziele und deren Bewertung

Z4 Baden FahrMit entlastet die Strassen rund um die Stadt Baden und wird als attraktive Alternative zum Alleinfahren im Auto wahrgenommen



Mit «PubliRide Baden» konnten Fahrten vermieden werden. Die Zahl der realisierten Fahrgemeinschaften ist nicht bekannt. Bei der genannten Anzahl Mitglieder und deren Aktivitäten müssen die realisierten Fahrgemeinschaften in Bezug auf die Verkehrsentlastung als vernachlässigbar bewertet werden.

Schaut man sich die im System erfassten Fahrten an, so haben nur wenige Ziel- bzw. Startort Baden (vgl. Anhang 2). Das eigentliche Ziel, mit PubliRide zu einer Verkehrsentlastung im Zentrum von Baden beizutragen, wurde damit ebenfalls deutlich verfehlt.

Grund dafür kann sein, dass Baden mit dem öffentlichen Verkehr (Bus, Bahn) sehr gut erreichbar ist und dass viele für den Weg zur Arbeit, Aus- und Weiterbildung den öffentlichen Verkehr wählen. Personen, die mit dem Auto nach Baden fahren, haben evt. keine Bereitschaft, innerhalb Badens Umwege für einen Mitfahrer bzw. eine Mitfahrerin in Kauf zu nehmen. Dies ist gerade zu Stosszeiten aufgrund des hohen Verkehrsaufkommens mit grösseren Zeitverlusten verbunden.

Das Baustellenmanagement berücksichtigt das Projekt bei sämtlichen Kommunikationskanälen



Die Bewerbung von «PubliRide Baden» erfolgte insbesondere auf der kantonalen Baustellenwebseite www.baden-zentrum.ch unter Mobilitätstipps und im ersten Baustellen-Newsletter (Juni 2015), der an 100'000 Haushalte der Region Baden verschickt wurde (vgl. Anhang 1). Im zweiten Newsletter (Juni 2017) wurde auf einen nochmaligen Hinweis auf «PubliRide Baden» aus Platzgründen und im Hinblick auf das Ende des Pilotprojekts (Dez. 2017) verzichtet. Insgesamt fiel die Bewerbung etwas geringer aus als ursprünglich erhofft.





Zum Beispiel konnte bei den zahlreichen Baustellenführungen das Potential für die Bewerbung von «PubliRide Baden» nicht ausgeschöpft werden.

Die Medien der Region greifen das Thema Fahrgemeinschaften auf und verkaufen es als Trend, bei dem es sich lohnt, mitzumachen

Das Thema Fahrgemeinschaft wurde wie oben erwähnt (vgl. Z3) mehrfach von den regionalen Medien aufgegriffen. Dabei standen aber die aktuelle Nutzung bzw. die bisherigen Erfahrungen im Vordergrund. Die Artikel fielen nicht so aus, dass die Leserschaft ermuntert wurde, PubliRide zu nutzen. Zwar wurde bei Medienanfragen immer wieder darauf geachtet, dass die Landingpage www.publiride.ch/baden kommuniziert wurde. Sie wurde aber i.d.R. in der Berichterstattung nicht genannt. Anders als bei anderen PubliRide-Gemeinden/-Regionen führten bei «PubliRide Baden» Berichterstattungen nicht nachweislich zu neuen Mitgliedern.

Es setzt wichtige Impulse in Richtung nachhaltiger Mobilität in Baden



Hier fällt die Bewertung ähnlich wie bei Z4 aus. Sicherlich konnten die Mitglieder, die bei «PubliRide Baden» bzw. bei fllinc registriert sind, fürs Thema Fahrgemeinschaften gewonnen werden. Es sind aber verhältnismässig wenig Personen. Bestimmt konnte mit «PubliRide Baden» ein Impuls und ein Beitrag für eine nachhaltige Mobilität gesetzt werden. Die damit erzielte Wirkung muss aber als gering eingestuft werden. Wenngleich aktuell «Sharing» in Medien und Fachkreisen viel thematisiert wird, ist der Anteil an Fahrgemeinschaften im Alltag noch gering. Obwohl viel Potential in Ridesharing steckt, muss es auch in Baden noch als Nischenphänomen bewertet werden. Nichtsdestotrotz hat das Pilotprojekt gezeigt, dass es Leute gibt, die interessiert und bereit sind, Mobilitätsangebote wie «PubliRide Baden» zu nutzen.

Z8 Durch die gute Akzeptanz im Grossraum Baden gibt es Nachfolgeprojekte im Kanton Aargau und national



Nicht aufgrund der guten Akzeptanz aber aufgrund der mit «PubliRide Baden» verbundenen Berichterstattung stiess das Mitfahrnetzwerk auf Interesse. Die Pilotversuche «Blauen FahrMit» und «Baden FahrMit / PubliRide Baden» legten den Grundstein für das Mitfahrangebot «PubliRide». Die Markteinführung erfolgte 2016 für die Kundensegmente Gemeinden und Unternehmen:

- Pilotprojekt PubliRide Valais (in zwei Zonen): Juni 2015 bis Juni 2017
- PubliRide Blauen: seit 2016, in Anschluss ans Pilotprojekt
- PubliRide Bucheggberg: seit Juni 2016
- PubliRide Häggenschwil: seit August 2016
- PubliRide LUKS (Firmenlösung für das Luzerner Kantonsspital): seit Januar 2016
- PubliRide für ein weiteres Unternehmen: seit Juni 2016

Diese Projekte / Aufträge profitierten von den Entwicklungsarbeiten und Erfahrungen, welche im Rahmen von «PubliRide Baden» gemacht wurden. Weitere Offerten für beide Kundensegmente konnten ausgestellt werden. Offerten wurden aus unterschiedlichen Gründen abgelehnt (z.B. Kosten, fehlende Finanzierung, zu kleiner potentieller Nutzerkreis, andere Vorstellungen). Zusätzlich erhielt PostAuto viele Anfragen von interessierten Gemeinden, Regionen und Unternehmen (darunter auch aus dem Kanton Aargau), welche schliesslich aber nicht in einer Offerte bzw. einem Auftrag resultierten.

Erkenntnisse, welche PostAuto bisher mit «PubliRide Baden» im Speziellen und PubliRide im Allgemeinen gesammelt hat, wurden u.a. in Fachkreisen geteilt. Eine Auswahl der geleisteten Beiträge zwecks Multiplikation und Erfahrungsaustausch:

- Veranstaltung von Energie Schweiz für Gemeinden (MMU, 28. April 2015),
- College for Collaborative Mobility cocomo, Mobilitätsakademie (5. Mai 2015)
- Mobilitätskonferenz von Energie Schweiz / Bundesamt für Energie (Februar 2016)
- Praxisbeispiel «PubliRide Baden» je für Mobilservice und aargaumobil (Mai 2016)
- Unterstützung im Rahmen des Projektes Projektes «Hype or Promise? The Contribution of Collaborative Consumption to Saving Energy» [kurz: SharingEco], Teil von NFP 71 «Managing





Energy Consumption» (Auskünfte, Inputs zur online-Umfrage, Aufruf zur Beteiligung an der Umfrage unter den Mitgliedern von «PubliRide Baden» und PubliRide Valais, Teilnahme am Workshop 24. Januar 2017)

- Teilnahme am Ideenworkshop zum Thema Carpooling des Bundesamtes für Energie (15. Juni 2016)
- aargaumobil-Seminar «Fahrgemeinschaften bilden» (16. November 2016), Präsentation zu «PubliRide Baden gemeinsam fahren wir»
- Mobilitätssalon (23. November 2016), Vortrag zu «PubliRide» im Workshop «Vernetzt unterwegs – kollaborative Mobilität»
- Mitarbeit in der Arbeitsgruppe «Sharing» von Avenir Mobilité (drei Workshops zwischen Oktober 2016 und Februar 2017), Konkretisierung der Idee «nationale Carpooling-Offensive» des Bundes (Bundesamt für Energie)
- Forschungsprojekt «GetMobil geteilte und vernetzte Mobilitätsdienstleistungen», Experteninterview (Juli 2017)

6. Erkenntnisse

Bei der Erstellung des Projektantrages lagen erst wenige Erfahrungen mit dem ersten Pilotprojekt / Mitfahrnetzwerk «Blauen FahrMit» vor. Diese liessen sich aber nur teilweise auf Baden übertragen (andere Rahmenbedingungen, urbanes Umfeld). Für die Lancierung von «PubliRide Baden» fehlten Erfahrungswerte. PostAuto und badenmobil betraten damit Neuland. Entsprechend basierte vieles auf Annahmen und Vermutungen.

Die Bekanntmachung und Bewerbung von «PubliRide Baden» stellte sich als herausfordernd und aufwändig heraus. Der gewählte Perimeter führte nicht zum gewünschten Ergebnis. Die Mitgliederzahl blieb unter den Erwartungen. Die Baustelle im Zentrum von Baden hat die Verkehrssituation nicht in dem Mass verschärft wie angenommen. Der erwartete Druck zur Veränderung des Mobilitätsverhaltens unter den Autofahrenden blieb grösstenteils aus.

Auch sonst konnte das Potential (hohe Anzahl an Einwohner und Einwohnerinnen sowie Mitarbeitenden) innerhalb des Perimeters von «PubliRide Baden» nicht ausgeschöpft werden. Das lag einerseits daran, dass zu wenig Firmen und Gemeinden für das Projekt gewonnen werden konnten und diese ihre Multiplikatoren-Funktion nur in geringem Mass wahrgenommen haben. Der Perimeter führte zwar zu einer Vielzahl von Personen, die potentiell Fahrgemeinschaften bilden könnten. Es erfordert aber auch, dass die zahlreichen Kommunikationskanäle bekannt sind und mit wenig Aufwand genutzt werden können. Im Rahmen des Pilotprojektes lag der Fokus v.a. auf der Stadt und Region Baden.

Andererseits waren die gewählten Massnahmen für die Bewerbung nicht alle gleich wirksam bzw. nicht / kaum nachvollziehbar, welchen Beitrag sie zur Entwicklung von «PubliRide Baden» geleistet haben. Das Verhältnis von Aufwand (Kosten) und Wirkung (neue Mitglieder) fiel bei gewissen Massnahmen negativ aus. Der Streuverlust war insgesamt gross. Bei der Bewerbung einer Mitfahrplattform liegt die Herausforderung auch darin, dass sowohl potentielle Fahrer und Fahrerinnen als auch potentielle Mitfahrer und Mitfahrerinnen gewonnen werden müssen. Die gezielte und wirksame Ansprache der sehr heterogenen Zielgruppe stellte eine grosse Herausforderung dar. Bei einigen Nutzern und Nutzerinnen mögen bestimmt soziale und/oder ökologische Gründe im Vordergrund stehen. Bei anderen reichte dies nicht aus. Ein attraktives Anreizsystem fehlte. Die Aussicht, den einen oder anderen Franken durch eine Mitfahrt zu verdienen, reicht als Motivation in der Schweiz bisher nicht aus. Ebenso wenig traf dies auf das Verlosen von Preisen o.ä. zu, was zwar punktuell die Nutzung unterstützen konnte, aber mittel- und langfristig nicht den gewünschten Effekt brachte. Allerdings dürfen Anreize auch nicht zu hoch ausfallen (allfälliger Fehlanreiz mit unerwünschten Auswirkungen).

Ein Mitfahrnetzwerk wie «PubliRide Baden» war kein Selbstläufer, sondern erforderte regelmässige Bewerbung. Die Kombination von konventionellen Bewerbungsmassnahmen mit online-Massnahmen sowie Bewerbung via Social Media war angesichts der heterogenen Zielgruppe grundsätzlich gut. Über online-Kommunikation und via Social Media hätte bestimmt noch mehr erreicht werden können. Zu Beginn des Pilotprojektes lagen dazu kaum Erfahrungen vor, weshalb diese Massnahmen im Kommunikationskonzept zu wenig Beachtung fanden bzw. im Laufe des Pilotprojektes zu wenig effektiv eingesetzt werden konnten.



Die gelbe Klasse.

Das Pilotprojekt hiess «PubliRide Baden», welches konsequent beworben wurde. Die Nutzer und Nutzerinnen bewegten sich aber ausschliesslich auf der flinc-Plattform (Web oder App), bei denen die PubliRide-Elemente nur in geringem Mass oder gar nicht ersichtlich waren. Die Bewerbung von «Publi-Ride» und «flinc» war herausfordernd und für interessierte Personen evt. auch verwirrlich. Gleiches galt für die direkte Kommunikation mit den Mitgliedern der Gruppe «PubliRide Baden», welche nur via flinc erfolgen konnte.

Das flinc-System hat sich bewährt und ist einfach in der Handhabung. Die automatische Vermittlung in Echtzeit ist ebenso nützlich wie die Besonderheit der «Live-Position»⁵. Gleiches gilt für die Möglichkeit, eine Fahrt sowohl als Fahrer / Fahrerin als auch als Mitfahrer / Mitfahrerin im System zu erfassen und damit die eigenen Chancen für eine Fahrgemeinschaft zu erhöhen. Auch die Anzeige von öV-Verbindungen in den flinc-Anwendungen und die Fahrtangebote in der PostAuto-App hat technisch gut funktioniert. Allerdings sind keine Aussagen dazu möglich, wie oft sie genutzt wurden.

Sharing-Angebote bewegen sich in der Schweiz noch eher in einer Nische und werden nur von einem kleinen Teil der Bevölkerung regelmässig genutzt (Ausnahme: Carsharing). Dies gilt besonders fürs Peerto-Peer-Ridesharing. In der Schweiz gibt es bisher keine Mitfahrkultur, sodass die Bildung von Fahrgemeinschaften mit unbekannten Personen eher Überwindung braucht. Zwar finden viele Fahrgemeinschaften grundsätzlich sinnvoll. Die Meinung ändert sich aber, wenn man selber solche bilden sollte. Unter den Mitgliedern der Gruppe «PubliRide Baden» hat es aber Personen, die regelmässig Fahrten eintragen. Sie sind entweder ausreichend motiviert, das Angebot zu nutzen (auch wenn sie vielleicht nur wenige passende Vorschläge erhalten) bzw. haben damit positive Erfahrungen gemacht. Sie scheinen wenig Vorbehalte zu haben, jemanden mitfahren zu lassen bzw. bei jemandem einzusteigen. Zusätzlich scheint sich für sie die Handhabung leicht in den Alltag integrieren zu lassen. Aufwand und Kosten für Betrieb und Bewerbung von «PubliRide Baden» waren aber unverhältnismässig hoch für diese Kerngruppe der regelmässigen Nutzer und Nutzerinnen. Im Zusammenhang mit Ridesharing fällt immer wieder der Begriff der «kritischen Masse». Trotz den Erfahrung in Baden lässt sich nicht sagen, wie hoch die verschiedenen Kennzahlen ausfallen müssten, um die «kritische Masse» zu erreichen.

Wenngleich die technologischen Möglichkeiten die Vermittlung erleichtern, braucht es diverse Schritte bis eine Fahrgemeinschaft zustande kommt:

- 1. Kenntnis vom Angebot «PubliRide Baden» haben
- 2. Interesse am Angebot «PubliRide Baden» haben
- 3. Wissen, wo und wie man sich registrieren muss (www.publiride.ch/baden)
- 4. Profil einrichten und Fahrten erfassen, möglichst auch flinc-App nutzen
- 5. Geduld haben und aktiv bleiben, auch wenn sich im Mitfahrnetzwerk noch wenig tut
- 6. Auf Vorschläge des flinc-Systems reagieren
- 7. Bereit sein, die vorgeschlagene Fahrgemeinschaft auch wirklich einzugehen

Eine Fahrgemeinschaft kommt nur zustande, wenn Datum, Zeit und Strecke grösstenteils übereinstimmen und wenn beide Seiten bereit sind, zusammen zu fahren. Wird nur von einer Seite bestätigt, kommt keine Fahrgemeinschaft zustande. D.h. der Weg zur Fahrgemeinschaft (= Erfolg / = gewünschte Wirkung) ist lang. Faktor Mensch kann da schon mal in die Quere kommen.

Für manche mag es einfacher sein, Fahrgemeinschaften zu bilden, wenn die andere Person bereits bekannt ist (z.B. wohnhaft im gleichen Ort oder beim gleichen Arbeitgeber tätig). Damit sind manchmal auch Start- oder Zielort identisch, was die Chancen für eine Fahrgemeinschaft erhöht.

Der öffentliche Verkehr in der Region Baden ist sehr gut (Angebot, Zuverlässigkeit) und deckt die Bedürfnisse vieler Personen ab, sodass eine Mitfahrmöglichkeit nicht von Interesse ist und keine attraktive Alternative darstellt. Zudem sollten ja auch nicht öV-Fahrgäste «abgeworben» werden, sondern Autofahrende dazu motiviert werden, zusammen statt allein zu fahren.

15

⁵ Dank der "Live-Position" können Mitfahrer und Mitfahrerinnen direkt in der flinc-App sehen, wo ihr Fahrer bzw. ihre Fahrerin gerade ist und wie lange er / sie noch zum vereinbarten Treffpunkt braucht.





Auch der hohe Wohlstand in der Schweiz / in der Region Baden trägt nicht dazu bei, dass Fahrgemeinschaften in breiteren Bevölkerungskreisen auf Interesse stossen. Ein hoher Motorisierungsgrad und vielfach langjährige Gewohnheiten (Auto fahren, alleine fahren, täglichen Stau in Kauf nehmen, keine Vollkostenrechnung seitens Auto-Besitzern und -Besitzerinnen, hohe Zahlungsbereitschaft für die Mobilität per Auto) sind für die Bildung von Fahrgemeinschaften nicht förderlich. Die Bildung von Fahrgemeinschaften ist in der Schweiz nicht üblich (gesellschaftliche Akzeptanz) und entspricht nicht den sozialen / individuellen Normen. Ridesharing ist insgesamt als Massnahme unpopulär. Die aktuellen Rahmenbedingungen in der Schweiz sind (noch) wenig Ridesharing-förderlich. Der Nutzen für den Einzelnen liegt nicht auf der Hand, der volkswirtschaftliche Nutzen kann zu wenig aufgezeigt werden.

7. Ausblick

Das Pilotprojekt «PubliRide Baden» wird per 10. Dezember 2017 abgeschlossen. Die Nutzer und Nutzerinnen werden vorgängig über das Ende des Pilotprojektes informiert. Nach dem 10. Dezember 2017 werden sowohl die Landingpage als auch die Gruppenseite aufgehoben. Damit entfallen alle PubliRidespezifischen Besonderheiten. Die Mitglieder von «PubliRide Baden» sind weiterhin als flinc-Nutzer und - Nutzerinnen registriert und können die flinc-Anwendungen (Web, App) weiterhin kostenlos nutzen.

8. Finanzbericht

PubliRide Baden		
Projektdauer August 2014 bis Dezember 2017		
	Betrag CHF inkl. MWST	
Drittkosten		
2014	4'400	
2015	64'389	
2016	22'949	
2017	13'876	
Total	105'614	
Eigenleistungen (PostAuto, badenmobil)		
2014	24'000	
2015	50'438	
2016	9'600	
2017	6'750	
Total	90'788	
Total Kosten (Drittkosten, Eigenleistungen)	196'402	



Erträge Kt. AG	53'736	
Erträge Bund	50'504	
Erträge Sponsoren	25'500	
Total Erträge	129'740	
Zusatzbudget für Sachkosten (PostAuto)		
2016	5'000	
2017	5'000	
Total	10'000	
Projektkosten inkl. Eigenleistungen		
gemäss Antrag 2014	139'560	

Das Pilotprojekt wurde vom Bund und Kanton Aargau massgeblich finanziell unterstützt. Die Gesamtbeiträge sind ausgewiesen. Vier Sponsoren trugen zu weiteren Mitteln bei (Soll: 26500.- / Ist: 25500). Die Abweichung ist minimal. Es konnten nur zwei Goldsponsoren gewonnen werden. Da die Sponsorenakquise sehr zeitintensiv war, wurde ab 2016 darauf verzichtet. Stattdessen wurden seitens PostAuto zusätzliche Mittel für Sachkosten bewilligt. Damit liessen sich gewisse Massnahmen zur Bewerbung gezielt realisieren und die erneute Sponsorensuche vermeiden.

Sowohl bei den Drittkosten als auch bei den Eigenleistungen ergaben sich Abweichungen von der ursprünglichen Planung:

- Bei den Drittkosten ergaben sich v.a. bei der Realisierung von Kommunikationsmassnahmen Abweichungen. So wurden teilweise andere Massnahmen realisiert als ursprünglich geplant. Einige der Massnahmen liessen sich nicht realisieren bzw. erwiesen sich im Laufe der Projektumsetzung als nicht zielführend. Das veränderte Massnahmen-Spektrum führte tw. zu Mehrkosten. Zusätzlich galt es v.a. auch während der Startphase Opportunitäten zu nutzen (wie z.B. Werbung für «PubliRide Baden» auf der Rückseite der Parktickets des Kantonsspitals Baden), was v.a. 2015 zu Mehrkosten geführt hat.
- Mehraufwände haben sich auch bei den Eigenleistungen ergeben (v.a. 2015). Diese gehen vor allem zu Lasten von PostAuto. Sie haben einerseits damit zu tun, dass die Aufwände für die technische Entwicklung (Koordination mit Lieferanten, interne Abstimmung etc.) höher ausfielen. Das Mitfahrnetzwerk «PubliRide» wurde nicht nur als Pilotprojekt in der Region Baden eingeführt. Es wurde parallel zum neuen Produkt von PostAuto entwickelt. Eine klare Trennung der damit verbundenen Eigenleistungen war nicht immer möglich. Gleiches gilt für die ungeplanten Aufwände, welche sich im Bereich von IT-Sicherheit und Datenschutz aufgrund von Konzernbestimmungen ergaben.
- «PubliRide Baden» ist auf Interesse gestossen und wurde v.a. 2015 und 2016 verschiedentlich an Anlässen vorgestellt. Dabei ging es einerseits um «PubliRide Baden» (Information, Multiplikation). Andererseits bot sich damit aber auch die Gelegenheit, «PubliRide» als neue Dienstleistung von PostAuto vorzustellen. Auch hier war eine klare Trennung der Aufwände jeweils schwierig. Ein Teil der zusätzlichen Leistungen wird als Akquisitionsaufwand für «PubliRide» bewertet.





Anhang

Anhang 1: Bewerbung von «PubliRide Baden»

Landingpage «PubliRide Baden»: www.publiride.ch/baden



Registrieren

Einloggen

flinc > Gemeinsam fahren wir. PubliRide Baden | Das Mitfahrnetzwerk für unsere Region.



Baden ist ein wichtiges regionales Zentrum. Das zeigt sich auch am Verkehrsaufkommen: Täglich fahren über 55'000 Autos ins Stadtzentrum. An einigen Punkten kommt es zu Staus und Wartezeiten. Viele Fahrzeuglenker sind im Pendlerverkehr alleine unterwegs. Fahrgemeinschaften könnten deshalb helfen, Verkehrsprobleme zu vermindern.

Mit PubliRide stellen badenmobil und die PostAuto Schweiz AG eine Plattform zur Verfügung, mit der du etwas dazu beitragen kannst, damit der Verkehr flüssiger rollt. flinc hilft dir, eine Fahrgemeinschaft einfach und flexibel zu organisieren. So sparst du Platz auf den Strassen der Region, Fahrt- und Parkkosten und schonst die Umwelt. Die PostAuto-App und flinc zeigen dir mit einer Abfrage Verbindungen mit dem ÖV und Mitfahrgelegenheiten.



Jetzt kostenlos anmelden





Mobilitätstag 2016, Infostand badenmobil



Informationen zur Velostation in Baden und dem Mitfahrnetzwerk PubliRide Baden. bfu-Infoparcours zum Thema Velo und Sicherheit. > badenmobil.ch







Gruppenseite «PubliRide Baden»

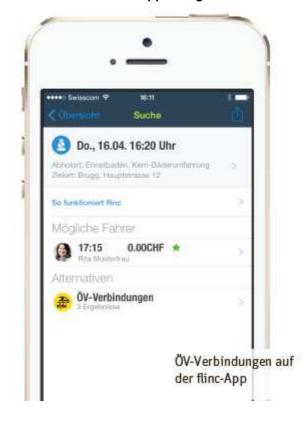
PubliRide Baden



Baden ist ein wichtiges regionales Zentrum. Das zeigt sich auch am Verkehrsaufkommen: Täglich fahren über 55'000 Autos ins Stadtzentrum. An einigen Punkten kommt es zu Staus und Wartezeiten. Viele Fahrzeuglenker sind im Pendlerverkehr alleine unterwegs. Fahrgemeinschaften könnten deshalb helfen, Verkehrsprobleme zu vermindern.

Mit PubliRide stellen badenmobil und die PostAuto Schweiz AG eine Plattform zur Verfügung, mit der du etwas dazu beitragen kannst, damit der Verkehr flüssiger rollt. flinc hilft dir, eine Fahrgemeinschaft einfach und flexibel zu organisieren. So sparst du Platz auf den Strassen der Region, Fahrt- und Parkkosten und schonst die Umwelt. Die PostAuto-App und flinc zeigen dir mit einer Abfrage Verbindungen mit dem ÖV und Mitfahrgelegenheiten.

flinc- und PostAuto-App: Integration von öV-Verbindungen bzw. Mitfahrangeboten















Publishie ist das noun Mither entre erk to unserer Ragion. Via Computer oder Handy bössen Sto nut der besellerten Plattform Misc Februan autrieben oder Anden. Damit sted Sie günztiger und Statogischer untamags.

except.

Alle Publi Stater sind nell Profit, C-Maril and Headynamene registriert. Sie setscheiden vorber, mit neur sie Schreen, jedo geneilmene Pakri eriel bei Rinc artemi.

Pub Skider follows vorsum
Wer just mitmacht, gukört au den Lancouberen
einen apermenden Projekta und hilft mit, dezs
der Verkaler Skaalger rollt.

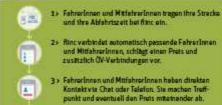
Falogomelischeit und bfleetliche Verbale aus aleer Hand





So fahren PubliRider gemeinsam





4> PubliRider sind gemeinsem umweltschonender unterwegs, sparen Platz und Geld.

Projektidee

Der Verhahr in der Regt on Beden stütest au die Grosse auther Lebbungsfühlighalt. Die Ung sichtleng des Schaftmanpietzen is I seine Integliffe beihrentundrichtungse mit sich, dedenn sich und die Posityko Schweick Zu siehen die zu am Adam, um allen sess Robittällisteren zur elebbieren. Palegameinschaften acheiten Piete.



Registrieren

Via Websette publiride.ch/baden oder via filnc-App unkompliziert und kostenios anmelden.



Gemeinsam fahren wir. PubliRide Baden

publiride.ch/baden







Plakat



Sponsorendokumentation



Website von badenmobil: permanenter Hinweis auf «PubliRide Baden»

Mobilitätstag

PubliRide

Velostation

carvelo2go

Fotowettbewerb "So geht

Mobilität heute"

PubliRide Baden

Fahrgemeinschaften und öffentlicher Verkehr

PubliRide ist das neue Mitfahrnetzwerk in unserer Region. Via Computer oder Handy kannst du auf der bewährten Plattform flinc Fahrten anbieten oder finden. Damit bist du günstiger und ökologischer unterwegs.

Projektidee

Der Verkehr in der Region Baden stösst an die Grenzen seiner Leistungsfähigkeit. Die Umgestaltung des Schulhausplatzes in Baden bringt Verkehrseinschränkungen mit sich. badenmobil und die

PostAuto Schweiz AG nehmen dies zum Anlass, um eine neue Mobilitätsform zu etablieren. Fahrgemeinschaften schaffen Platz.

Zum Film

Hier kannst du dir den Film zu PubliRide Baden ansehen. Film: Gemeinsam fahren wir.

Via Webseite publiride.ch/baden oder via flinc-App unkompliziert und kostenlos anmelden



Parkticket Kantonsspital Baden



Give away

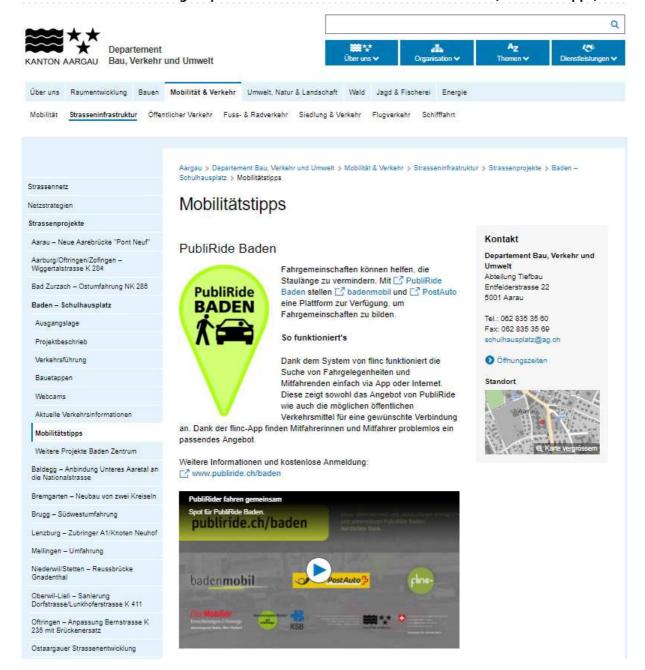






Dia galba Klassa

Website vom Kanton Aargau: permanenter Hinweis auf «PubliRide Baden» (Mobilitätstipps)







Baustellen-Newsletter der Kantons Aargau (Juni 2015): Artikel zu «PubliRide Baden»

Schulhausplatz Baden | Newsletter 1 | Juni 2015 | Mobilitätstipps

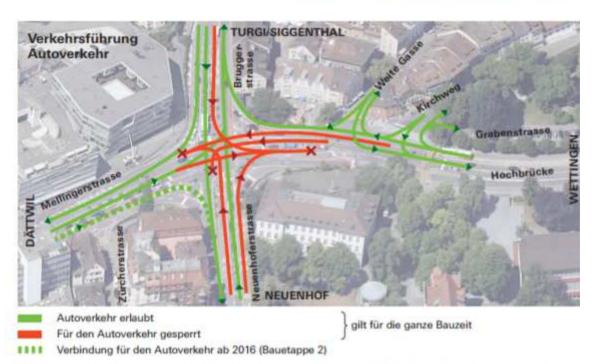
Gemeinsam Badens Strassen entlasten

Baden ist ein wichtiges regionales Zentrum, was sich auch am Verkehrsaufkommen zeigt: Täglich fahren 55'000 Autos durchs Stadtzentrum. Staus und Wartezeiten an neuralgischen Punkten sind schon heute an der Tagesordnung. Mit der Grossbaustelle beim Schulhausplatz kann es zu weiteren Engpässen kommen.

Fahrgemeinschaften können helfen, Verkehrsprobleme zu vermindern. Mit Publiftide Baden stellen badenmobil und PostAuto eine Plattform zur Verfügung, um solche Fahrgemeinschaften zu bilden. Dies ist ein aktiver Beitrag, um Platz auf den Strassen zu sparen und zugleich die Umwelt zu schonen. Bei 100 Fahrgemeinschaften von je zwei Personen können umgerechnet 400 Meter Stau vermieden werden.

Dank dem System von flinc funktioniert die Suche von Fahrgelegenheiten und Mitfahrenden einfach via App oder Internet. Diese zeigt sowohl das Angebot von PubliRide wie auch die möglichen öffentlichen Verkehrsmittel für eine gewünschte Verbindung an. Dank der flinc-App finden Mitfahrerinnen und Mitfahrer problemlos ein passendes Angebot.





Hinweis zum Bahnhof West: Die Zufahrt zu den Parkplätzen am Bahnhof West erfolgt aufgrund der verlegten Haltestelle der RVBW Bus Linie Nr. 2 während der gesamten Bauzeit von der Haselstrasse.





Banner für online-Werbung





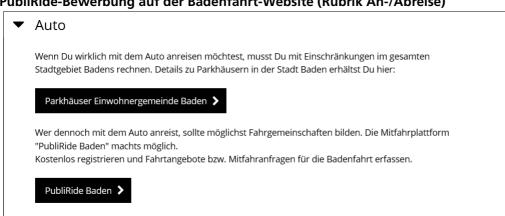


Facebook-Posts





PubliRide-Bewerbung auf der Badenfahrt-Website (Rubrik An-/Abreise)







Anhang 2: Fahrplan der Gruppe «PubliRide Baden» (am Beispiel des 2. November 2017)





Angebot eines Fahrers bzw. einer Fahrerin

Anfrage eines Mitfahrers bzw. einer Mitfahrerin

Θ	-	Do., 02.11. 03:10 Uhr	Urdorf - Dübendorf
2	•	Do., 02.11. 04:00 Uhr	Neuenhof - Baden "Einkaufen"
2		Do., 02.11. 05:15 Uhr	Neuenhof - Lengnau
2	0	Do., 02.11. 05:30 Uhr	Mellingen - Niedergösgen
2	0	Do. 02.11. 5:30 Uhr	Mellingen - Schönenwerd
2	0	Do. 02.11. 5:30 Uhr	Mellingen - Niedergösgen
2	0	Do. 02.11. 5:30 Uhr	Mellingen - Olten
2	O	Do. 02.11. 5:45 Uhr	Villmergen - Nesslau-Krummenau "Es wäre auch möglich von Villmergen nach Samstagern Bahnhof"
Θ	0	Do. 02.11, 5:45 Uhr	Weiningen - Dietikon "Arbeiten"
Θ	3	Do. 02.11. 5:45 Uhr	Döttingen - Buchs "Arbeit"
Θ	*	Do. 02.11. 6:00 Uhr	Küssaberg - Baden "Entweder Aufteilen der Kosten oder abwechseln."
Θ	1	Do. 02.11. 6:10 Uhr	Birmenstorf (AG) - Regensdorf
Θ	1	Do. 02.11. 6:10 Uhr	Wettingen - Regensdorf
0	1	Do. 02.11. 6:15 Uhr	Widen - Affoltern am Albis
Θ	•	Do. 02.11. 6:15 Uhr	Lenzburg - Baden "Zeiten und Tage unregelmässig. Bitte nachfragen."
<u>ā</u>	0	Do. 02.11. 6:15 Uhr	Wohlen - Muri
Θ	0	Do. 02.11. 6:15 Uhr	Wohlen - Muri
2	2	Do. 02.11. 6:30 Uhr	Böttstein - Baden
Θ	•	Do. 02.11. 6:30 Uhr	Oberrohrdorf - Buchs
2		Do. 02.11. 6:45 Uhr	Oberrohrdorf - Ristet
\oplus	\$	Do. 02.11. 6:45 Uhr	Ehrendingen - Niederrohrdorf





←	rdorf via Bellikon, Berikon-Widen, ensdorf. Zusteigen in diesen
Do. 02.11. 7:00 Uhr Obersiggenthal - Opfik	ron
Do. 02.11. 7:00 Uhr Niederrohrdorf - Olten	1
Brugg - Aarau Do. 02.11. 7:00 Uhr "Zur Berufsschule Aarau sein"	u - sollte spätestens 08:00 da
Oberrohrdorf - Ristet	
Do. 02.11. 7:15 Uhr Küssaberg - Klettgau	
🕣 💲 Do. 02.11. 7:15 Uhr Küssaberg - Klettgau	
O Do. 02.11. 7:15 Uhr Dietikon - Risch	
Do. 02.11. 7:30 Uhr Berikon - Muri	
Oo. 02.11. 7:30 Uhr Villmergen - Pfäffikon	SZ
O Do. 02.11. 7:30 Uhr Eggenwil - Dietikon	
→ Do. 02.11. 7:30 Uhr Zürich - Birr	
🕀 💯 Do. 02.11. 7:30 Uhr Berikon - Muri	
Do. 02.11. 7:30 Uhr Untersiggenthal - Bade	en
O Do. 02.11. 7:30 Uhr Lenzburg - Widen	
Do. 02.11. 7:40 Uhr Ettenheim - Lahr/Schw	varzwald
Oletikon - Baar "Arbeiten"	
O Do. 02.11. 8:00 Uhr Leibstadt - Dietikon	
Oottikon - Aarau "fahre zur Arbeit"	
Do. 02.11. 8:00 Uhr Dättwil AG - Zürich	
O Do. 02.11. 8:00 Uhr Birmenstorf - Wettinger	en
Do. 02.11. 8:30 Uhr Ehrendingen - Dietikoi	





2	•	Do. 02.11. 12:30 Uhr	Zürich - Walenstadt "Ich möchte meine Freundin besuchen in der Klinik Haus Sedrun, Walenstadt, sie ist auf dem Rollstuhl."
Ž	9	Do. 02.11. 12:30 Uhr	Lahr/Schwarzwald - Ettenheim
\oplus	J	Do. 02.11. 13:00 Uhr	Döttingen - Buchs "Arbeit"
0	1	Do. 02.11. 15:00 Uhr	Buchs - Döttingen
0	®	Do. 02.11. 15:30 Uhr	Baden - Küssaberg "Fahrt geht über Zoll Zurzach, es kann auch dort zugestiegen werden. Bei Regelmässigen Fahrgemeinschaften entweder aufteilen der Fahrten oder"
2	0	Do. 02.11. 16:00 Uhr	Neuenhof - Fislisbach
Θ	0	Do. 02.11. 17:00 Uhr	Nesslau-Krummenau - Villmergen
2	0	Do. 02.11. 17:00 Uhr	Olten - Niederrohrdorf
Θ	J	Do. 02.11. 17:00 Uhr	Döttingen - Waldshut-Tiengen "Einkaufen :-)"
Θ	0	Do. 02.11. 17:15 Uhr	Muri - Wohlen
2	0	Do. 02.11. 17:15 Uhr	Muri - Wohlen
\oplus	9	Do. 02.11. 17:15 Uhr	Wettingen - Birmenstorf "Abfahrzeit ist flexibel zu betrachten. Ich bitte um frühzeitige Anmeldung, danach gebe ich genaue Abfahrtszeit an."
Θ	1	Do. 02.11. 17:15 Uhr	Regensdorf - Wettingen
<u>ā</u>	-	Do. 02.11. 17:25 Uhr	Aarau - Brugg "von der Berufsschule Aaarau nach Hause"
\oplus	0	Do. 02.11. 17:30 Uhr	Birr - Zürich
Θ	2	Do. 02.11. 17:30 Uhr	Klettgau - Küssaberg
2	2	Do. 02.11. 17:30 Uhr	Klettgau - Küssaberg
2	9	Do. 02.11. 18:00 Uhr	Opfikon - Obersiggenthal
\oplus	9	Do. 02.11. 18:00 Uhr	Baden - Lenzburg "Zeiten und Tage unregelmässig. Bitte nachfragen."





2	9	Do. 02.11. 18:00 Uhr	Zürich - Dättwil AG
2		Do. 02.11. 18:00 Uhr	Lengnau - Neuenhof
Θ	9	Do. 02.11. 18:00 Uhr	Pfäffikon SZ - Villmergen
<u>ā</u>	-	Do. 02.11. 18:30 Uhr	Dietikon - Ehrendingen
<u>\$</u>	2	Do. 02.11. 18:45 Uhr	Muri - Berikon
\oplus	2	Do. 02.11. 18:45 Uhr	Muri - Berikon
2	0	Do. 02.11. 19:10 Uhr	Villmergen - Nesslau-Krummenau
2	•	Do. 02.11. 20:30 Uhr	Walenstadt - Zürich "Ich möchte meine Freundin besuchen in der Klinik Haus Sedrun, Walenstadt, sie ist auf dem Rollstuhl."
<u>ā</u>	0	Do. 02.11. 23:00 Uhr	Fislisbach - Neuenhof
Θ	-	Do. 02.11. 23:00 Uhr	Dietikon - Leibstadt