

Vorlage Federführende Dienststelle: Fachbereich Stadtentwicklung und Verkehrsanlagen Beteiligte Dienststelle/n:	Vorlage-Nr: FB 61/0381/WP17 Status: öffentlich AZ: Datum: 05.02.2016 Verfasser: Dez. III / FB 61/300						
"Knöllchen" gegen Tagesticket hier: Ratsantrag 74/17 der Fraktion Die Linke vom 26.03.2015							
Beratungsfolge: TOP: __ <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">Datum</td> <td style="width: 30%;">Gremium</td> <td style="width: 50%;">Kompetenz</td> </tr> <tr> <td>18.02.2016</td> <td>MA</td> <td>Kenntnisnahme</td> </tr> </table>		Datum	Gremium	Kompetenz	18.02.2016	MA	Kenntnisnahme
Datum	Gremium	Kompetenz					
18.02.2016	MA	Kenntnisnahme					

Beschlussvorschlag:

Der Mobilitätsausschuss teilt das Anliegen der im Ratsantrag 74/17 formulierten Strategie, mit Hilfe geeigneter Aktionen, Autofahrer zum freiwilligen Umstieg auf andere Verkehrsmittel zu motivieren. Die im Antrag vorgeschlagene Aktion „'Knöllchen' gegen Tagesticket“ wird aber für ungeeignet gehalten und daher abgelehnt. Der Ratsantrag 47/17 gilt damit als behandelt.

Der Ausschuss beauftragt die Verwaltung in Abstimmung insbesondere mit dem AVV und der ASEAG, den Ausbau des P+R-Konzeptes weiter zu verfolgen.

Erläuterungen:

Anlass:

Die Fraktion „Die Linke“ hat in einem Ratsantrag vom 26.03.2015 die Verwaltung beauftragt, mit dem AVV ein Konzept zu erstellen, wie die Kampagne „Das wäre Ihnen mit uns nicht passiert“ aus der Stadt Fürth übertragen werden könnte.

Erläuterung:

Unter dem Motto „Das wäre Ihnen mit uns nicht passiert“ führt die Infra Fürth Verkehr eine Marketingkampagne durch, die die Vorteile des ÖPNV spielerisch herausstellt. Das Fürther Konzept sieht vor, dass Parksündern zusammen mit dem Strafzettel die Möglichkeit offeriert wird, die bezahlte Knöllchen-Quittung gegen ein Tagesticket einzutauschen.

Die Verwaltung hat das Thema mit dem AVV diskutiert, der wiederum nach weiterer Recherche folgende Rückmeldung gegeben hat:

„Die Aktion hat zum Start eine große Werbewirksamkeit und somit ein hohes Maß an Öffentlichkeit erreicht. Die Inanspruchnahme des Angebotes blieb bisher jedoch hinter den Erwartungen zurück. So wurden seit Beginn der Aktion in 2013 bis Sommer 2015 insgesamt nur 20 Anforderungen an das Verkehrsunternehmen gestellt, von denen lediglich 15 Anträge bewilligt werden konnten.

Aus Sicht des AVV wäre eine vergleichbare Aktion nur dann sinnvoll, wenn diese im Rahmen einer größer angelegten Kampagne einen von mehreren Bausteinen darstellen würde, so wie es in Fürth auch realisiert wurde. Mit unterschiedlichen Aktionen könnten PKW-Fahrer an verschiedenen Orten mit der alternativen Nutzung von Bussen und Bahnen konfrontiert werden und zu einem Umdenken angeregt werden. Die Aufmerksamkeit durch Presse und Öffentlichkeitsarbeit könnte auf diese Weise über ein Jahr wiederholt und somit verstärkt werden.

Wir geben jedoch zu bedenken,

- dass es aus unserer Sicht kritisch zu betrachten ist, Parksünder (auch wenn es nur um die Parkzeitüberschreitung geht) zu belohnen durch ein kostenloses Ticket,
- dass aus der Erfahrung Sonderangebote/Rabatte etc. vergleichsweise viel Arbeitszeit in der Vorbereitung binden, während die Wirkung von Preisanreizen beim Adressaten nicht selten gering bleiben,
- dass eine Übersteigerkampagne vom MIV auf den ÖPNV auch als „Wink mit dem Zeigefinger“ verstanden werden kann, was nicht unsere Absicht ist; vielmehr möchten wir das Bewusstsein für nachhaltige Mobilität fördern und die Existenz verschiedener Mobilitätsdienste, einschl. der PKW-Nutzung da nicht jeder eine Alternative hat, fördern,
- dass es aus unserer Sicht wesentlichere Zielgruppen und Werbebotschaften gibt, die im Rahmen der Kommunikationskonzepte auch zwischen Verbund und Verkehrsunternehmen abgestimmt werden.

Sollte der Mobilitätsausschuss oder die Verwaltung andere Schwerpunkte sehen und eine breite Zustimmung für eine entsprechende Kampagne finden, sind wir gerne bereit, dieses zum Jahresbeginn im Rahmen der Marketingplanung und -abstimmungen berücksichtigen. Für das Ziel, PKW-Nutzer auf den ÖPNV zu locken, werden gezielte Aktionen zu P+R als zielführender erachtet.“

Die Verwaltung schließt sich der Einschätzung des AVV an und empfiehlt daher, keine Ressourcen für diese Aktion aufzuwenden.

Der weitere Ausbau des P+R sowie dessen Vermarktung soll insbesondere mit den Akteuren AVV und ASEAG abgestimmt werden.

Die Auswahl von Zielgruppen und Aktionen zur effizienten Gewinnung von Umsteigern vom Pkw auf den Umweltverbund unter dem Motto „Aachen clever mobil“ ist als Maßnahme im Luftreinhalteplan beschlossen und wird als wesentliche Aufgabe der Strategie „Mobilitätsmanagement“ im Rahmen der Verkehrsentwicklungsplanung Aachen weiter verfolgt und ausgearbeitet.

Anlage/n:

Ratsantrag 74/17 vom 26.03.2015