

Eine Steigerung des öV-Anteils ist machbar

Eine Studie des Verbandes öffentlicher Verkehr (VöV) der Schweiz zeigt auf, wie der öV-Anteil am Gesamtverkehr gesteigert werden kann

Ueli Stüchelberger, Bern; Philipp Gasser, Genève

In der Schweiz benutzen seit Jahren immer mehr Menschen den öffentlichen Verkehr (öV). Trotzdem stagniert der Anteil des öV am Gesamtverkehrsaufkommen – der sogenannte Modalsplit – seit Jahren. Der Verband öffentlicher Verkehr (VöV) hat deshalb eine Studie in Auftrag gegeben, die aufzeigt, wie der Modalsplit in Zukunft nachhaltig gesteigert werden kann. Das Ergebnis: Eine Steigerung des öV-Anteils ist möglich mit einem Bündel aus 38 größerer und kleinerer Maßnahmen, die sich zum Teil gegenseitig beeinflussen.

VöV-Studie

Die VöV-Studie „Perspektiven zur Erhöhung des Modalsplits des öffentlichen Verkehrs – Mehr Agilität für die Zukunft“, welche das Planungsbüro Citec Ingénieurs Conseils im Auftrag des Verbands öffentlicher Verkehr der Schweiz (VöV) erarbeitet hat, wurde im Juni 2021 den Medien vorgestellt.

Zuerst werden die großen Herausforderungen der Schweiz der Jahre 2040 bis 2050 beleuchtet (demografische Herausforderungen, Generationenwechsel, umweltpolitische, raumplanerische und technische Herausforderungen). Anschließend werden die fünf Hauptfaktoren der Verkehrsträgerwahl dargestellt:

- Die Qualität des Angebots ist entscheidend bei der Wahl des Verkehrsträgers.
- Die Reisezeit ist ein wesentlicher Faktor bei der Wahl des Verkehrsträgers.
- Der Einfluss des Preises auf die Wahl des Verkehrsträgers ist wichtig, aber weniger entscheidend als die Reisezeit.
- Die Attraktivität des öV ist zumindest teilweise von der Qualität des Wegs auf den letzten Kilometern abhängig.
- Die Wettbewerbsfähigkeit des öV im Vergleich zu anderen Verkehrsträgern ist als System zu analysieren.

Hauptteil der Studie ist eine Auflistung von 38 Maßnahmen zur Steigerung des Verkehrsanteils des öV in der Schweiz, die analysiert und bewertet werden. Die Maßnahmen werden in sechs Handlungsfelder aufgliedert:

Handlungsfeld 1: Verbesserung des öffentlichen Verkehrsangebots.

Handlungsfeld 2: Entwicklung neuer Transportprodukte.

Handlungsfeld 3: Einflussnahme auf die Raumentwicklung.

Handlungsfeld 4: Einflussnahme auf die zeitlichen Aspekte der Alltagsmobilität.

Handlungsfeld 5: Stärkung der Akzeptanz des öffentlichen Verkehrs.

Handlungsfeld 6: Reduktion der Attraktivität des privaten Personenwagens.

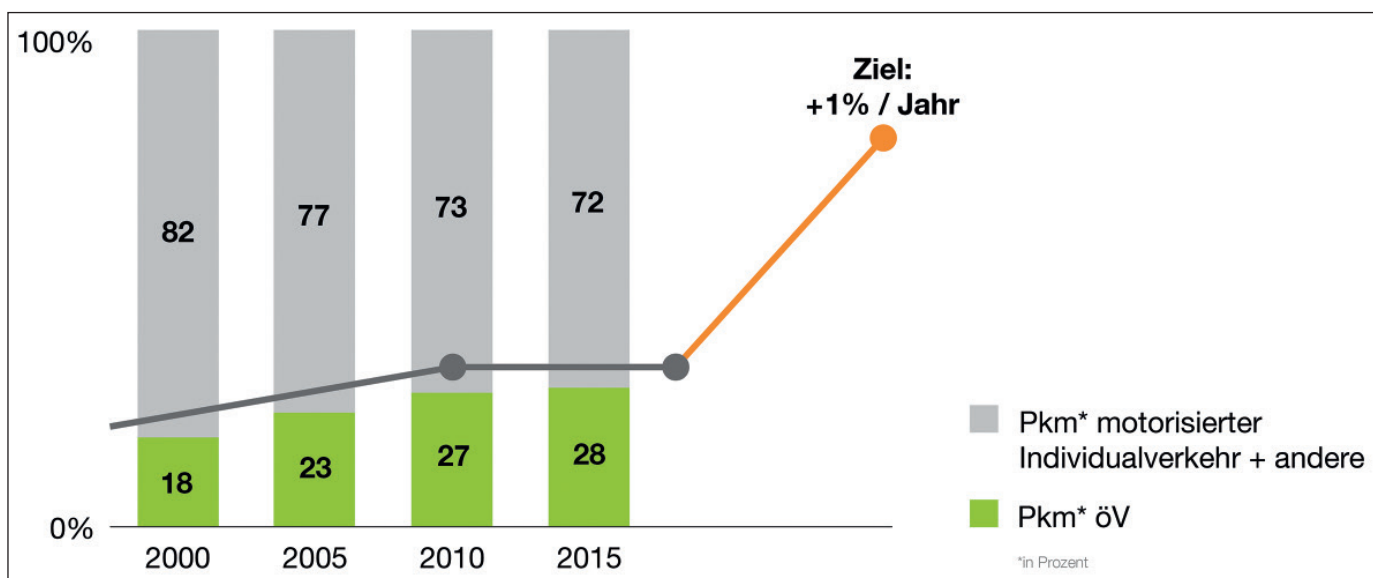


Abb.1: Modalsplit.

Grafik: VöV

Diese Maßnahmen lassen sich folgenden Themenfeldern zuordnen:

- Aktionen betreffend das Verkehrsangebot
 - direkte Verbesserung des öV-Angebots (Handlungsfeld 1),
 - Reduktion der komparativen Vorteile anderer Verkehrsträger (insbesondere MIV) (Handlungsfeld 6).

- Aktionen betreffend die Verkehrsnachfrage
 - Stimulieren und Steuern der Nachfrage (Handlungsfeld 2),
 - Verändern der Wahrnehmung der Verkehrsträger, Aufwerten des Images des öV (Handlungsfeld 5).

- Aktionen mit räumlicher Wirkung
 - Ausrichten der Raumplanung zugunsten des öV (Handlungsfeld 3).

- Aktionen betreffend die zeitlichen Aspekte der Alltagsmobilität
 - Beeinflussen der Verkehrszeiten (Handlungsfeld 4).

Allerdings stellen diese 38 Maßnahmen keine abschließende Liste dar. Vielmehr sollen sie die Diskussion zur Mobilität der Zukunft eröffnen und die Akteure darin ermutigen, Initiativen zu ergreifen. Einzeln betrachtet haben die Maßnahmen einen jeweils mehr oder weniger signifikanten Einfluss und entfalten ihre Wirkung kurz- bis langfristig sowie klein- bis großräumig. Die Analysen zeigen, dass jene mit dem größten Einfluss auf die Entwicklung des Modalsplit folgende Aspekte betreffen:

- Erhöhung des öV-Angebots: erhöhte Frequenz, neue Linien; Anpassung des Angebots entsprechend der Entwicklung der Nachfrage (neue Produkte, flexible Preisgestaltung, vereinfachter Verkauf, Berücksichtigung des fluktuierenden Freizeitmobilitätsbedarfs);
- Raumplanung: Schaffen von Zentren der Funktionen Arbeit, Wohnen, Freizeit und Einkaufen in räumlicher Anordnung um die Knotenpunkte des öV sowie Verbesserung der Schnittstellen und deren Erreichbarkeit;
- Einschränkungen des motorisierten Individualverkehrs, vor allem des Pendelverkehrs;
- allgemeine Verbesserung des Images des öV bei Benutzern – und in der breiten Öffentlichkeit.

Es ist wichtig, dass diese Maßnahmen koordiniert werden, um als ganzes System zu wirken. Das Zusammenspiel ist entschei-



Zum Autor

Ueli Stückelberger (52), Jurist, ist seit 2011 Direktor des Verbandes öffentlicher Verkehr (VöV). Zuvor war er beim Bundesamt für Verkehr (BAV) als Leiter des Rechtsdienstes und danach als Leiter der Abteilung Politik tätig.



Zum Autor

Philipp Gasser (59), der Verfasser der Studie, ist Verkehrsingenieur und diplomierter Stadtplaner EFPL. Seit 2002 arbeitet er bei Citec, einem international tätigen Büro für Mobilitätsfragen. Seit 2006 ist er Partner und Mitglied der Geschäftsleitung.

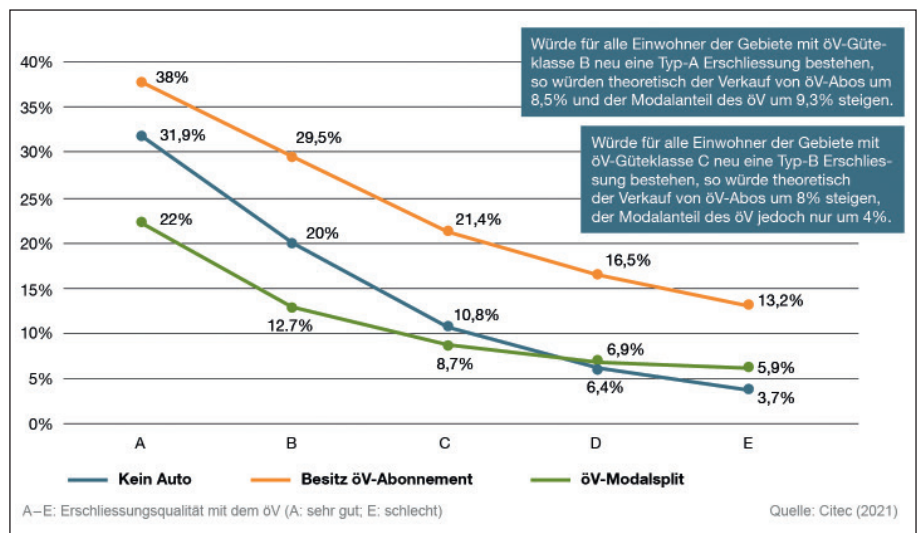


Abb. 2: Kurvenverlauf zur Erschließungsdichte und zu Abos.

Grafik: Citec

dend und nicht die alleinige Umsetzung einiger besonders effektiv erscheinender Maßnahmen.

In Bezug auf die zurückgelegten Distanzen entfallen derzeit 28 Prozent aller Personenkilometer auf den öffentlichen Verkehr. Mit der Umsetzung der wichtigsten in dieser Studie vorgeschlagenen Maßnahmen kann der Modalsplit der zurückgelegten Distanzen mittel- bis langfristig voraussichtlich über 40 Prozent betragen. Im Kontext dieser sich selbst begünstigenden Zusammenhänge hängt das Hervorbringen und Umsetzen von Lösungen betreffend den öffentlichen Verkehr nicht nur von der öV-Branche (Unternehmen und Betreiber) ab, sondern impliziert ein auf umfassende-

ren Strategien beruhendes Vorgehen. Der Bund, die Kantone und die Agglomerationen sind direkt betroffen und handeln, wie auch die Transportunternehmen, bereits. Diese Bemühungen müssen gestärkt werden.

Erkenntnisse des VöV

Für den VöV sind die Ergebnisse und die vorgeschlagenen Maßnahmen dieser Studie wegweisend. Der Verband will mit der Studie und der Thematisierung des Modalsplits einen konkreten Beitrag zur Erreichung der Klimaziele leisten und dabei namentlich auf die diesbezüglich große Bedeutung des öffentlichen Verkehrs hinweisen.

Mit fassbaren Maßnahmen und entsprechenden Beispielen soll aufgezeigt werden, dass einerseits viele Maßnahmen notwendig sind, andererseits es auch sehr viele Transportunternehmen wie Gemeinwesen gibt, die entsprechende gute Beispiele schon umgesetzt haben.

Konkret zieht der VöV diese Erkenntnisse aus der Studie:

■ Große Bedeutung des öffentlichen Verkehrs zur Erreichung der Klimaziele

Die Klimaziele können ohne Maßnahmen beim Verkehr nicht erreicht werden. Wegen seiner hohen Energieeffizienz und seines geringen Emissionsausstoßes ist die Bedeutung des öffentlichen Verkehrs zur Erreichung der Klimaziele sehr groß. Zu diesen klimapolitischen Stärken des öV kommt dazu, dass der öV dank seiner „großen Gefäße“ wenig Raum braucht. Alle diese Stärken werden in Zukunft an Bedeutung noch gewinnen. Eine Steigerung des öV-Anteils am Gesamtverkehrsvolumen ist deshalb anzustreben.

■ Eine Steigerung des öV-Anteils ist machbar

Eine Steigerung des öV-Anteils ist nicht nur unabdingbar zur Erreichung der Klimaziele, sondern auch machbar: In der Studie wird konkret aufgezeigt, dass eine erhebliche Steigerung des Modalsplits möglich ist. Andererseits ist die Zielerreichung auch eine sehr große Herausforderung.

■ Ein Bündel von Maßnahmen ist notwendig

Es gibt nicht *die* Maßnahme – nur ein Bündel von vielen Maßnahmen führt zu einer Steigerung des öV-Anteils am

Gesamtverkehr. Je nach Region (Stadt, Agglomeration, ländlicher Raum) sind auch nicht überall dieselben Maßnahmen von gleicher Bedeutung.

■ Attraktives öV-Angebot als Kernmaßnahme

Kernmaßnahme ist ein gutes öV-Angebot. Dazu gehören ein dichter Takt, eine gute Erschließung in der Fläche, kurze Reisezeiten und eine hohe Qualität (Zuverlässigkeit, Sauberkeit et cetera). Beim Faktor Zeit ist nicht nur die Fahrzeit, sondern die ganze Reisezeit zu berücksichtigen, also auch die Wegzeit des ersten und letzten Kilometers sowie die Umsteigezeiten in den Knoten.

■ Bedeutung der öV-Preise nicht überbewerten

Zwar ist der Preis eines „Produkts“ immer wichtig. Unbestritten können die Leistungen des öffentlichen Verkehrs auch zu teuer sein. Trotzdem darf man die Bedeutung der öV-Preise nicht überbewerten. Die Elastizität ist nicht sehr groß. Ein attraktives öV-Angebot ist viel wichtiger als der Preis. Eine wesentliche Verbilligung des Tarifniveaus führt nicht automatisch zu einem starken Kundenanstieg. Hingegen ist es sinnvoll, mit punktuellen Maßnahmen (wie etwa mit neuen Produkten) zu versuchen, neue Kunden zu gewinnen.

■ Der öffentliche Verkehr muss sich weiterentwickeln

Auch wenn der öffentliche Verkehr schon heute gut positioniert ist, darf dies nicht zum Stillstand führen, es muss eine Weiterentwicklung geben. Namentlich die sich wandelnden Kundenbedürfnisse im Freizeitverkehr erfordern neue, geänderte Angebote, wie beispielsweise neue Direktverbindungen, flexible, auf Freizeitbedürfnisse zugeschnittene

Fahrpläne, aber auch genügend Platz für Gepäck und Fahrräder. Ebenso ist eine gute Abstimmung mit den anderen Verkehrsträgern unabdingbar. Dabei müssen stets die Kundenbedürfnisse im Fokus stehen.

■ Den öV „breit“ denken (Vielfalt)

Es braucht nicht nur Maßnahmen betreffend den öffentlichen Verkehr selbst, sondern auch andere Maßnahmen, wie zum Beispiel Carsharing, gute Umsteigeknoten, Maßnahmen auf der Straße (etwa reduzierte Parkplatzzahl in den Zentren, Busspuren), eine bessere Abstimmung zwischen Verkehrsplanung und Raumplanung.

■ Positiver Kreislauf

Je dichter eine Siedlung ist, desto höher ist die Qualität und die Intensität des öV-Angebotes und desto größer ist die Anzahl autofreier Haushalte. Dies führt zu einem positiven Kreislauf. Denn die Bewohnenden von autofreien Haushalten benutzen den öV überdurchschnittlich, was wiederum zu einem verbesserten öV-Angebot führt.

■ Alle sind gefordert

Bei der Umsetzung der Maßnahmen sind nicht nur die Transportunternehmen selbst gefordert, sondern alle. Da eine Steigerung des öV-Anteils am Gesamtverkehr eine immense Herausforderung darstellt, braucht es das Zusammenwirken aller, das heißt der Transportunternehmen, der Behörden und der Politik auf allen Staatsebenen. Ziel muss sein, dass auf allen Staatsebenen entsprechende Maßnahmenpläne erarbeitet werden, die konkret auf das entsprechende Gemeinwesen zugeschnitten sind.

Die Studie ist für die Schweiz erarbeitet worden. Zwar gibt es in der Schweiz einige öV-Spezialitäten wie die schon bestehende Dichte (Takt und Raum) des öV-Verkehrsangebots und die spezifischen Angebote im alpinen Raum. Diese Maßnahmen sind nicht 1:1 auf andere Staaten oder Regionen übertragbar. Deshalb gelten die abstrakten Zahlen der Studie nur für die Schweiz. Hingegen sind die Grundgedanken und der Großteil der in der Studie vorgeschlagenen Überlegungen, Stoßrichtungen und Maßnahmen allgemein gültig.

Der VöV ist sich weiter bewusst, dass namentlich die Maßnahmen betreffend ein verbessertes öV-Angebot erhebliche finanzielle Mittel der öffentlichen Hand erfordern. Hier ist die finanzielle Ausgangslage nicht in allen Ländern gleich gut wie in der Schweiz.

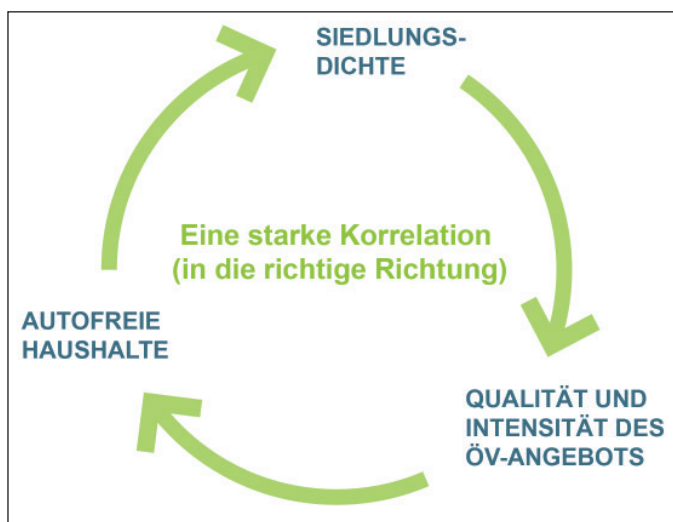


Abb. 3: Positiver Kreislauf. Grafik: Citec

Die Herausforderung der finanziellen Mittel sollte aber nicht dazu führen, die Frage der Kosten der Maßnahmen zu rasch ins Zentrum der Diskussion zu stellen. Denn zu berücksichtigen ist, dass viele Maßnahmen nicht sehr viel kosten, sondern eher den entsprechenden politischen Willen voraussetzen.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass ein attraktives und zuverlässiges Angebot des

öffentlichen Verkehrs zu einer höheren Auslastung und dies wiederum auch zu einer höheren Kostendeckung führt. Eine höhere Kostendeckung führt zu einer entsprechend geringeren Belastung der öffentlichen Hand.

Ein hoher öV-Anteil entlastet die Straße und kann je nach Situation auch dazu führen, dass gewisse Straßen nicht ausgebaut werden müssen. Deshalb dürfen nicht ein-

fach die Kosten von einzelnen Maßnahmen addiert werden, sondern es ist immer eine finanzielle Gesamtbetrachtung vorzunehmen. Zum Schluss sei wiederholt, auch wenn es eventuell etwas zu selbstbewusst klingt: Der öffentliche Verkehr ist Teil der Lösung.

Die Studie finden Sie unter www.voev.ch/modalsplitstudie.

Zusammenfassung/Summary

Eine Steigerung des öV-Anteils ist machbar

Der Anteil des öffentlichen Verkehrs am Gesamtverkehrsaufkommen in der Schweiz – der sogenannte Modalsplit – beträgt heute bis 28 Prozent (gemessen an den zurückgelegten Distanzen). Im internationalen Vergleich sind dies hohe Werte. Dennoch gilt es kritisch festzustellen, dass der öV-Modalsplit seit längerem stagniert. Deshalb hatte der VöV beim Genfer Planungsbüro Citec eine Studie in Auftrag gegeben. Sie beschreibt und analysiert, wie der öV wieder Verkehrsanteile gewinnen kann. Die Studienautoren präsentierten entlang von sechs Handlungsfeldern 38 Maßnahmen, welche einzeln betrachtet einen mehr oder weniger signifikanten Einfluss haben und ihre Wirkung kurz- bis langfristig sowie klein- bis großräumig entfalten. Werden die vorgeschlagenen Maßnahmen koordiniert, können sie als Ensemble eine Steigerung des öV-Modalsplits bewirken. Der Anteil an den mit dem öV zurückgelegten Distanzen kann von heute 28 auf über 40 Prozent steigen.

Increase of public transport is possible

The share of public transport in the total transport volume in Switzerland – the so-called modal split – is currently up to 28 per cent (measured in distances travelled). In international comparison, these are high values. Nevertheless, it must be noted critically, that the public transport modal split has been stagnating for some time. For this reason, VöV commissioned a study from the Geneva planning office Citec. The study describes and analyses how public transport can gain transport shares again. The study authors presented 38 measures along six fields of action which individually have a more or less significant influence and develop their effect in the short to long-term as well as in small to large areas. If the suggested measurements are coordinated, they can increase the modal split of public transport as an ensemble. The share of distances covered by public transport can grow from currently 28 to more than 40 per cent.

ANZEIGE

Lassen Sie sich unverbindlich beraten!

DER NAHVERKEHR DIGITALE SONDERDRUCKE

Onlinemarketing mit Ihrem DER NAHVERKEHR-Fachartikel zur Nutzung in Ihren digitalen Kanälen

Werben Sie mit Ihrem maßgeschneiderten digitalen Sonderdruck!

Wir finden mit Ihnen die beste Ergänzung zu Ihrem Onlinemarketingmix, sodass Sie Ihre digitale Reichweite optimal ausnutzen können.



Für mehr Informationen besuchen Sie www.busundbahn.de/digitale-sonderdrucke-dnv



Interesse? Ihre Ansprechpartnerin: **Martina Hennig**

@ lizenzen@dvvmedia.com | ☎ 040 237 14 139

✉ DVV Media Group GmbH, Heidenkampsweg 73–79, 20097 Hamburg