

MOBILITÄT

rGVK OASE 2040

Regionales Gesamtverkehrskonzept Ostaargau

Programm Mobilitätsmanagement



Impressum

Herausgeber

Departement Bau, Verkehr und Umwelt
Abteilung Verkehr
5001 Aarau
www.ag.ch

Externe Fachspezialisten

Programm Mobilitätsmanagement
Synergo, Zürich | Planungsbüro Jud AG,
Zürich

rGVK OASE 2040
Regionales Gesamtverkehrskonzept Ostaargau

Programm Mobilitätsmanagement



Übersicht Dokumentation



rGVK OASE 2040

- 1.01 rGVK OASE, Gesamtbericht
- 1.02 Fuss- und Veloverkehrskonzept
- 1.03 Programm Mobilitätsmanagement

◀◀◀ Sie haben diesen Bericht vor sich.

Vertiefungsstudie Raum Brugg-Windisch

- 2.01 Massnahmenbericht Raum Brugg-Windisch
- 2.02 Übersichtskarte
- 2.03 Stadt- und Freiraum, Bericht
- 2.04 Situationsplan mit Querprofilen ZEL-BW
- 2.05 Längenprofil ZEL-BW
- 2.06 Bericht zur Umweltsituation ZEL-BW
- 2.07 Variantenstudien ZEL-BW
- 2.08-2.12 Fachdossiers, Berichte

Vertiefungsstudie Raum Baden

- 3.01 Massnahmenbericht Raum Baden
- 3.02 Übersichtskarte
- 3.03 Stadt- und Freiraum, Bericht
- 3.04 Situationsplan ZEL-Ba
- 3.05 Längenprofil ZEL-Ba
- 3.06 Bericht zur Umweltsituation ZEL-Ba
- 3.07 Variantenstudien ZEL-Ba
- 3.08-3.12 Fachdossiers, Berichte

ZEL-BW: Zentrumsentlastung Brugg / Windisch

ZEL-Ba: Zentrumsentlastung Baden

rGVK OASE 2040

Die OASE ist ein regionales Gesamtverkehrskonzept (rGVK) für den Ostargau mit Zeithorizont 2040. Das Konzept sieht aufeinander abgestimmte Massnahmen für alle Verkehrsträger vor – den Fuss- und Veloverkehr, den öffentlichen Verkehr sowie den motorisierten Individualverkehr.

Der Ostargau ist eine dynamische und wirtschaftlich starke Region, die überdurchschnittlich wächst. Das rGVK OASE 2040 zeigt auf, wie die Menschen in dieser Region auch in Zukunft mobil bleiben.

Die wachsende Bevölkerung und Anzahl Arbeitsplätze stellen hohe Anforderungen an die zukünftige Organisation von Siedlung und Verkehr. Der kantonale Richtplan und die Mobilitätsstrategie mobilitätAARGAU zeigen, wie Siedlung und Verkehr optimal aufeinander abgestimmt sein müssen. Es werden gezielt räumliche Akzente gesetzt und differenzierte Ziele für die einzelnen Verkehrsmittel in den verschiedenen Raumtypen verfolgt.

Dabei muss die Mobilität in der Stadt andere Ansprüche erfüllen als diejenige auf dem Land. In den städtischen Räumen, wo das Wachstum massgeblich stattfindet, soll den steigenden Mobilitätsbedürfnissen mit Verkehrslösungen begegnet werden, welche weniger Flächen beanspruchen. Der Fuss- und Veloverkehr soll deshalb in den Kernstädten, ländlichen Zentren und urbanen Entwicklungsräumen gefördert werden, um Kapazitätsengpässen im öffentlichen Verkehr (öV) und dem motorisierten Individualverkehr (MIV) zu begegnen und die Ortskerne zu entlasten. Der öV wird insbesondere auf den Achsen in die Kernstädte sowie zwischen den Kernstädten und urbanen Entwicklungsräumen gefördert.

Das vorliegende regionale Gesamtverkehrskonzept Ostargau stellt für den Ostargau die Weichen für die Mobilität von morgen.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	III
1 Ausgangslage und Aufgabenbeschrieb	1
1.1 Auftrag	1
1.2 Das rGVK OASE	1
1.3 Zukünftige Entwicklung im Mobilitätsbereich	2
1.4 Vertiefungsstudie Mobilitätsmanagement – Einordnung	2
2 Die Rolle des Mobilitätsmanagements im rGVK OASE	4
2.1 Elemente und Ansatzpunkte des Mobilitätsmanagements	4
2.2 Zielsetzung Quantensprung	6
2.3 Fuss- und Veloverkehrskonzept	8
2.4 Schlussfolgerungen für das anzustrebende Mobilitätsmanagement	9
3 Potenziale und Perimeter	9
3.1 Ansatzpunkte entlang der Wege: „Veloverkehrskampagne“	9
3.2 Ansatzpunkt an den Standorten „Rahmenbedingungen standortbezogenes MM“	11
3.3 Gesamtperimeter MM-Programm	13
4 Programm Mobilitätsmanagement für das regionale Gesamtverkehrskonzept Ostargau .	14
4.1 Überblick	14
4.2 Akteure im Mobilitätsmanagement	15
4.3 Veloverkehrskampagne	16
4.4 Rahmenbedingungen standortbezogenes Mobilitätsmanagement	27
5 Kosten	31
5.1 Veloverkehrskampagne	31
5.2 Rahmenbedingungen standortbezogenes Mobilitätsmanagement	31
5.3 Gesamtkosten	31
Anhang A-1: Veloverkehrskampagne	1
Anhang A-2: Potenzialanalysen	1
A: Potenzial Veloverkehrskampagne	2

B: Potenzial Rahmenbedingungen für MM 8
C: Einfluss weiterer Indikatoren 12

Zusammenfassung

Mobilitätsmanagement (MM) ist ein integrierter Bestandteil des regionalen Gesamtverkehrskonzepts Ostargau (rGVK OASE) und übt darin eine Querschnittsfunktion aus. Eine maximale Wirkung in Richtung der angestrebten Ziele des Gesamtverkehrskonzepts entsteht vor allem durch die Kombination der Strasseninfrastrukturvorhaben mit den Fuss- und Veloverkehrsmassnahmen. Das MM trägt massgebend zur Zielerreichung bei. Besonders wirkungsvoll sind die Massnahmen des MM, wenn sie an Standorten – also bei Quell- und Ziel-Orten des Verkehrs – und entlang der Wege der Verkehrsteilnehmenden ansetzen.

Damit folgt das rGVK OASE auch der Strategie mobilitätAARGAU 2016, in der das MM als Teil einer modernen und verkehrsmittelübergreifenden Verkehrsplanung verankert ist.

Damit die dem rGVK OASE hinterlegte Wirkung erzielt werden kann, ist eine massgebliche Erhöhung des Fuss- und Veloverkehrsanteils beim Modal-Split notwendig. Das für das rGVK OASE erarbeitete Fuss- und Veloverkehrskonzept (FVV-Konzept) definiert dazu Elemente und Massnahmenfelder. Das Mobilitätsmanagement leistet dabei einen wesentlichen Beitrag im FVV-Handlungsfeld „Velokultur“. Unabdingbar ist auch, dass neben den im FVV-Bereich erfolgten Ansätzen entlang der Wege, auch an den Standorten („dort wo der Verkehr entsteht und endet“) mit Mobilitätsmanagement die notwendigen Voraussetzungen geschaffen werden.

Das Programm Mobilitätsmanagement konzentriert sich im OASE-Raum konkret auf die beiden Programmelemente: „Veloverkehrskampagne“ (Ansatzpunkt „entlang der Wege“) und „Rahmenbedingungen standortbezogenes Mobilitätsmanagement“ (Ansatzpunkt an den Standorten).

Die „Veloverkehrskampagne“ wird im um die Gemeinden Fislisbach und Würenlos ergänzten Bearbeitungssperimeter des FVV-Konzepts umgesetzt. Ihr inhaltlicher Gegenstand ist das im FVV verfolgte Zielbild mit der Aufwertung des gesamten Velonetzes und der Bildung von Velovorzugsrouten. Die Veloverkehrskampagne verfolgt verschiedene Ziele: Die geplanten und umgesetzten Massnahmen aus dem FVV bekanntmachen und eine neue Velokultur etablieren, indem das Velo als modernes, sparsames, gesundes und sicheres Verkehrsmittel „vermarktet“ wird. Das Kampagnenprogramm beziehungsweise dessen Umsetzung ist auf die drei zeitlichen Umsetzungsstufen (2023, 2030 und 2040) des FVV-Konzepts abgestimmt. Zielgruppe der Kampagne ist grundsätzlich die gesamte Bevölkerung im Kampagnenperimeter, die direkt als Verkehrsteilnehmende oder indirekt über Betreibende von Standorten angesprochen wird. Die Kampagne setzt sich aus 23 Massnahmen mit unterschiedlichen Prioritäten zusammen. 17 Massnahmen sind auf die direkte Kommunikation mit der Bevölkerung konzipiert, 6 Massnahmen sind auf verschiedene Arten von Multiplikatoren beziehungsweise Standortbetreiber ausgerichtet. Betreffend Zuständigkeiten für den Aufbau und Betrieb werden bei den meisten Massnahmen die bestehende Organisationseinheit „ba-

denmobil“ im Raum Baden und eine neu zu schaffende Organisationseinheit „bruggmobil“ für den Raum Brugg vorgeschlagen.

Die Umsetzung des Programmelements „Rahmenbedingungen für standortbezogenes Mobilitätsmanagement“ bezieht ergänzend zum Raum für die Veloverkehrskampagne die Gemeinden Ehrendingen, Killwangen und Spreitenbach mit ein. In den Planungsinstrumenten „Kommunaler Gesamtplan Verkehr“ (KGV), „Bau- und Nutzungsordnung“ (BNO) sowie in „Sondernutzungsplanungen mit den zugehörigen Sondernutzungsvorschriften“ (SNV) werden behörden- und grundeigentümer-verbindliche Grundlagen für ein standortbezogenes MM geschaffen. Diese tragen dazu bei, dass einerseits bestehende, vor allem aber neu entstehende Standorte sich so entwickeln, dass die angestrebte Verlagerung vom Auto zum Velo und auch zu anderen Verkehrsmitteln unterstützt werden kann. Die zu schaffenden Rahmenbedingungen tragen auch dazu bei, dass die angestrebte Siedlungsentwicklung und die geplanten flankierenden Massnahmen zur gewünschten Attraktivierung vor allem der urbanen Räume und zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität führen können. Die Erreichbarkeit dieser Räume wird dabei prioritär auf den Fuss-, Velo- und öffentlichen Verkehr ausgerichtet.

Die Existenz der Organisationseinheit „badenmobil“ im Raum Baden und einer neu zu schaffenden Organisationseinheit „bruggmobil“ für den Raum Brugg bilden ihrerseits eine wichtige Rahmenbedingung für die Umsetzung der Veloverkehrskampagne und von weiteren Massnahmen des Mobilitätsmanagements. Diese Organisationseinheiten sind daher entsprechend zu positionieren und langfristig zu sichern.

Die Kosten für die Vorbereitung und Umsetzung der Veloverkehrskampagne werden auf rund 3.1 Millionen Franken geschätzt, bei einer Laufzeit von 11 Jahren. Dies ergibt durchschnittliche Kosten von 280'000 Franken pro Jahr.

Für die Erarbeitung der Grundlagen für die Integration des MM in die Planungsinstrumente von Brugg Regio und die Optimierung derjenigen für den Raum Baden sowie für die Erarbeitung von Grundlagen zu einer Organisationseinheit „bruggmobil“ ergeben sich einmalige Kosten von rund 100'000 Franken, die verteilt auf 2-3 Jahre anfallen dürften.

Für beide Programmelemente zusammen sind demnach Kosten von rund 3.2 Millionen (exkl. MWSt.) Franken zu erwarten.

1 Ausgangslage und Aufgabenbeschrieb

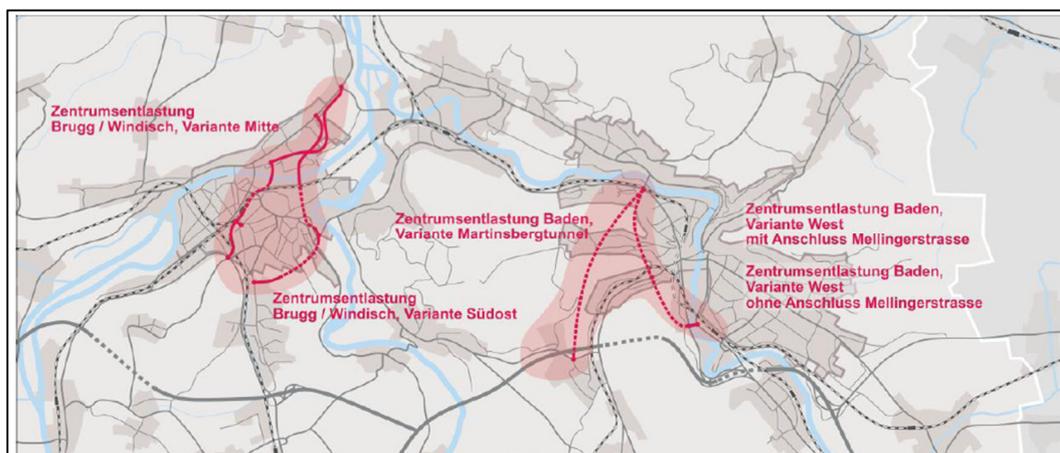
1.1 Auftrag

Im Rahmen der Vertiefungsstudien zur Ermittlung der Bestvarianten und der Erarbeitung des Gesamtverkehrskonzepts Ostaargau wurde das Projektteam bestehend aus Planungsbüro Jud und synergo beauftragt, für die beiden Räume Brugg und Baden ein Mobilitätsmanagement-Programm auszuarbeiten. Im vorliegenden Schlussbericht ist der aktuelle Stand des Programms dokumentiert.

1.2 Das rGVK OASE

Das rGVK OASE ist ein verkehrsmittelübergreifendes, regionales Gesamtverkehrskonzept für den Raum Ostaargau (Regionen Baden¹, Brugg und Zurzibiet) mit dem Realisierungshorizont 2040. Aus den bisherigen Planungsarbeiten resultiert, dass für den Zeithorizont 2040 sowohl im Raum Brugg als auch im Raum Baden eine Ergänzung des Kantonsstrassennetzes durch ein neues Strasseninfrastrukturelement – eingebettet in ein Gesamtkonzept – aus gesamtheitlicher und volkswirtschaftlicher Sicht sinnvoll und damit weiter zu verfolgen ist. Im Rahmen des Projekts sollen dazu für die beiden Räume Brugg und Baden Zentrumsentlastungen für den motorisierten Individualverkehr (MIV) geplant und realisiert werden. Dazu werden aus verschiedenen Varianten die jeweiligen Bestvarianten identifiziert.

Abbildung 1-1: Strasseninfrastruktur-Bestvarianten auf Richtplanstufe Zwischenergebnis: Linienführungen der Strasseninfrastruktur-Bestvarianten



Legende: rosarote Flächen: Bereich für Optimierungen der Linienführung im Rahmen der Weiterentwicklung bis zur Festsetzung

Quelle: Botschaft an den Grossen Rat 3.5.2017, Festsetzung als Zwischenergebnis; Abb. 3.

¹ Im Laufe der Planungsarbeiten wurde der Perimeter von Baden Regio im Süden erweitert. In der vorliegenden Vertiefungsstudie wurde diese Erweiterung aufgenommen.

1.3 Zukünftige Entwicklung im Mobilitätsbereich

In der Zukunft stehen im Mobilitätsbereich grössere Umbrüche an. Die in der Interpellation Chopard² aufgeworfene Frage:

"Teilt der Regierungsrat die Prognose, dass sich in den nächsten Jahrzehnten im Bereich Mobilität grosse Umbrüche abzeichnen? Falls Ja: In welcher Form werden diese im aktuellen Projekt OASE berücksichtigt?"

beantwortet der Regierungsrat zusammenfassend wie folgt:

„Der Regierungsrat ist auch der Meinung, dass sich aus heutiger Sicht in den nächsten Jahrzehnten im Bereich Mobilität grössere Umbrüche abzeichnen. Er ist sich bewusst, dass Fortschritte in der Transport- und Informationstechnik die künftigen Verkehrssysteme massgeblich verändern werden. (...).

Auf der einen Seite bieten die Innovationen im Bereich Fahrerassistenz und Verkehrssteuerung / "Automatisierung des Verkehrs" die Chance, die bestehende Infrastruktur besser auszunutzen. Dank kürzerer Fahrzeugabstände und gleichmässigerem Verkehrsfluss können unter anderem die Kapazität und die Zuverlässigkeit im MIV gesteigert werden. Auf der anderen Seite dürften völlig autonom fahrende Fahrzeuge zu einer sehr viel höheren Verkehrsnachfrage und damit zu einem Mehrbedarf an Verkehrsflächen und -trassees führen. (...). Die Auslastung und die Verfügbarkeit der Fahrzeuge – mehrheitlich im individuellen Besitz oder überwiegend Sharing-Systeme beziehungsweise kommerzielle Anbieter – werden neben dem Preis die Auswirkungen auf das künftige Verkehrsverhalten und den zusätzlichen Flächenbedarf wesentlich prägen. Diese Überlegungen werden unter einem gesamtverkehrlichen Ansatz, wie dies im regionalen Gesamtverkehrskonzept Ostaargau (OASE) vorgesehen ist, soweit möglich berücksichtigt, indem zum Beispiel zusätzliche Flächen für Strassen, für Velorouten oder Veloabstellanlagen proaktiv mittels raumplanerischer Instrumente gesichert werden.“

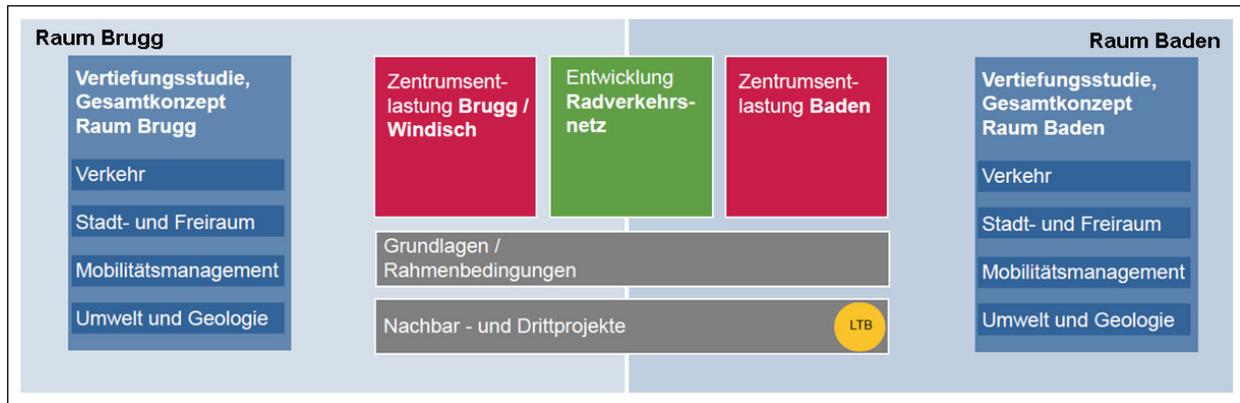
1.4 Vertiefungsstudie Mobilitätsmanagement – Einordnung

Das Gesamtverkehrskonzept definiert als Ausgangslage für das Projekt verschiedene Elemente³, die in den MIV-Vertiefungsstudien mitberücksichtigt werden. Darin ist auch das Mobilitätsmanagement (MM) integriert, das u.a. Querschnittsfunktionen übernimmt und einen wichtigen Beitrag zur Zielerreichung leistet.

² Interpellation Max Chopard-Acklin, SP, Nussbaumen-Obersiggenthal (Sprecher), und Kim Schweri, Grüne, Untersiggenthal, vom 14. November 2017 betreffend OASE Ostaargauer Strassenentwicklung im Raum Siggenthal

³ Ostaargauer Strassenentwicklung OASE-Synthesebericht (2015), S. 65

Abbildung 1-2: Verankerung des Mobilitätsmanagements



Quelle: BVU AVK

Eine maximale Wirkung in Richtung der angestrebten Ziele des Gesamtverkehrskonzepts entsteht vor allem durch die Kombination der Strasseninfrastrukturvorhaben mit einer Ergänzungsstrategie Fuss- und Veloverkehr (FVV). Der Fuss- und insbesondere der Veloverkehr sollen dabei eine stärkere Rolle in der Abwicklung der künftigen Verkehrsbedürfnisse übernehmen, nicht zuletzt auch, um die durch die Strasseninfrastrukturvorhaben erzielte Entlastungswirkung sicherzustellen.⁴

Das vorliegende Mobilitätsmanagement-Programm für den OASE-Raum unterstützt in erster Linie obiges Bestreben mit entsprechenden Zielsetzungen und Massnahmen (vgl. Kapitel 4).

Im rGVK OASE-Synthesebericht wird ergänzend zum MM festgehalten: „Die Massnahmen des MM sind in der Regel schnell umsetzbar und damit auch geeignet, mit ihrer verkehrlichen und kommunikativen Wirkung die zum Teil sehr langen Realisierungsphasen von eher angebotsorientierten Projekten zielführend zu begleiten. Besonders wirkungsvoll sind die Massnahmen des MM, wenn sie im Umfeld von oder in dichten, städtischen Räumen bei Ziel- und/oder Quellorten des Verkehrs angewendet werden.“⁵

Nicht zuletzt aus diesen Gründen wurde denn auch der Einbezug des Mobilitätsmanagements und aller Verkehrsträger in das Gesamtverkehrskonzept durch die Gemeinden bereits in den 2014 durchgeführten Gemeinde-Workshops immer wieder gefordert. So kann die auf Bundes- und Kantons-Ebene geforderte Abstimmung von Siedlung und Verkehr auch in den Gemeinden weiter optimiert werden.

Bezüglich der zukünftigen Entwicklung der Mobilität wird differenzierend zur Haltung des Regierungsrats davon ausgegangen, dass die Anzahl Fahrzeuge im individuellen Besitz von Privatpersonen mittelfristig stark zurückgehen wird, da die Verfügbarkeit von autonom verkehrenden und durch kommerzielle Anbieter betriebenen „Robo-Taxis“ besonders in den urbanen Räumen attraktiver und kostengünstiger ausfallen wird als Besitz und Nutzung ei-

⁴ Vgl. Metron, rGVK OASE-Fuss- und Veloverkehrskonzept, Zusammenfassung

⁵ Ostaargauer Strassenentwicklung OASE, Synthesebericht (2015), S. 70

gener Fahrzeuge. Auch hierzu ergeben sich aber Synergien mit dem MM-Programm, da hier Voraussetzungen geschaffen werden sollen, die zum Beispiel für Bauherren und Investoren bei der Parkplatzerstellungspflicht neue Spielräume schaffen.

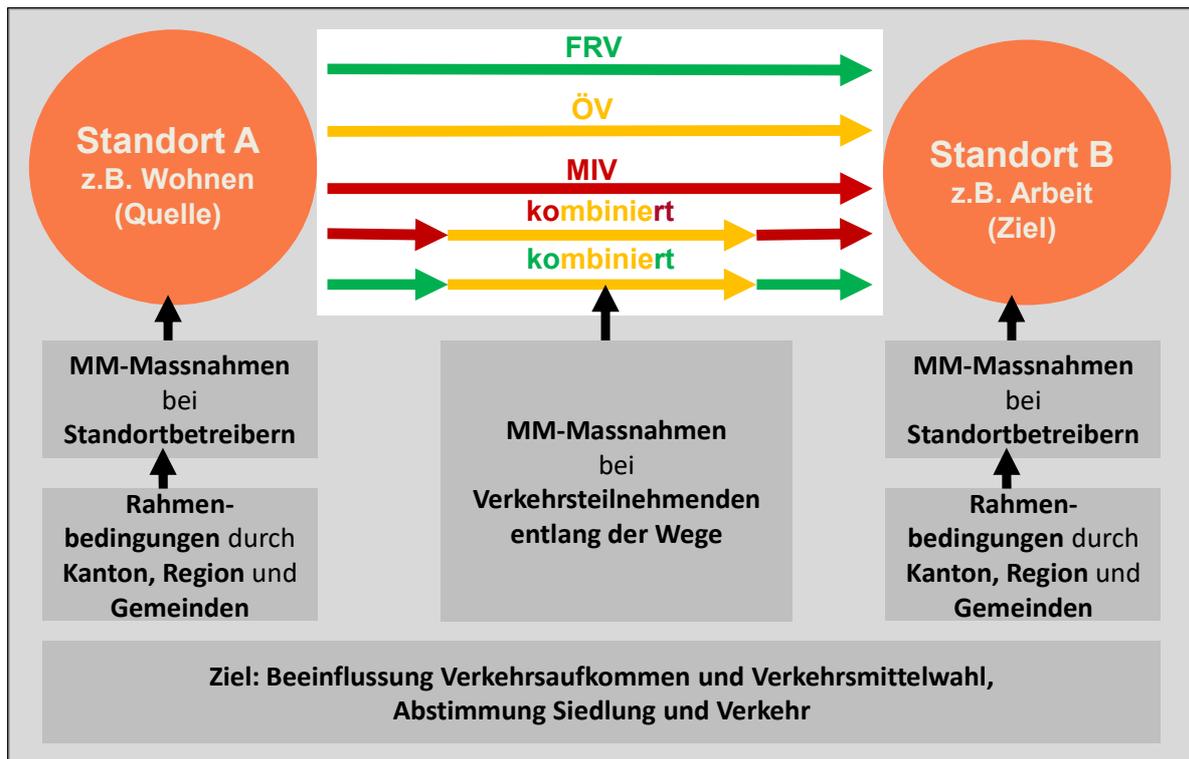
2 Die Rolle des Mobilitätsmanagements im rGVK OASE

2.1 Elemente und Ansatzpunkte des Mobilitätsmanagements

Mobilitätsmanagement (MM) ist in der Strategie mobilitätAARGAU, die vom Grossen Rat 2016 beschlossen wurde, als Teil einer modernen und verkehrsmittel-übergreifenden Verkehrsplanung verankert. Eines ihrer Ziele ist, den Verkehrsmiteinsatz effizient und nachhaltig zu gestalten. Dazu soll das Mobilitätsmanagement verstärkt werden. Durch Information, Beratung, Anreize sowie Koordination von Angeboten werden Verkehrsteilnehmende bei der Wahl des situativ besten und effizientesten Verkehrsmittels (oder einer Kombination davon) unterstützt. Innovative und modulare Mobilitätslösungen stehen dabei im Vordergrund. Massnahmen des Mobilitätsmanagements tragen auch dazu bei, dass die Kapazität des bestehenden Verkehrsangebots optimal genutzt wird. Damit leistet das Mobilitätsmanagement auch gemäss den in der Ausgangslage definierten Anforderungen seinen Beitrag zu einem funktionierenden Verkehrssystem bei gleichzeitiger Befriedigung der Mobilitätsbedürfnisse. Es unterstützt dabei auch die Erhöhung des Modal-Split-Anteils der flächeneffizienten Verkehrsmittel, insbesondere des Fuss- und Veloverkehrs sowie die Bestrebungen des Verkehrsmanagements und sensibilisiert die Akteure und Verkehrsteilnehmenden für die Mobilitätsziele im OASE-Raum.

Besonders wirkungsvoll sind die Massnahmen des MM, wenn sie an Standorten – also bei den Quell- und/oder Ziel-Orten des Verkehrs – angewendet werden. Sie setzen aber auch an den wichtigsten Verkehrsachsen beziehungsweise bei den Wegen der Verkehrsteilnehmenden an. Die entsprechenden Zusammenhänge sind in der nachstehenden Abbildung illustriert.

Abbildung 2-1: Elemente und Ansatzpunkte des Mobilitätsmanagements



Ansatzpunkte bei den Standorten (Quell- und Ziel-Orte der Verkehrsnachfrage)

- An einem Standort (zum Beispiel bestehende oder neu entstehende Wohn- und Arbeitsorte, aber auch grössere Einkaufs- und Freizeitangebote sowie Schulen) werden Massnahmen des Mobilitätsmanagements zur Beeinflussung des Verkehrsaufkommens und der Verkehrsmittelwahl umgesetzt (Massnahmen-Beispiele: Bewirtschaftung der Parkplätze, finanzielle Anreize zur Nutzung des öV bei Mitarbeitenden sowie Bewohnerinnen und Bewohnern, hochwertige Veloabstellanlagen etc.).
- Die Massnahmen werden dazu in der Regel in einem Mobilitätskonzept gefasst, das vom Betreiber eines Standorts entwickelt wird und als Basis zur Umsetzung dient. Bei zukünftigen Standorten wie zum Beispiel neuen Bauprojekten und Arealentwicklungen berücksichtigen Bauherrschaften/Grundeigentümer das MM bereits in der Planungsphase (Beispiele: Testplanung – Wettbewerb – Sondernutzungsplanung) und konkretisieren die Umsetzung von zielgerichteten Massnahmen spätestens bei der Baueingabe eines Projekts ebenfalls in Form eines Mobilitätskonzepts.
- Der Kanton (zum Beispiel in der Richtplanung) und insbesondere die Gemeinden (zum Beispiel in Leitbildern, in der Bau- und Nutzungsordnung BNO, im Kommunalen Gesamtplan Verkehr KGV oder in Sondernutzungsplanungen) schaffen die notwendigen Rahmenbedingungen für die zielführende Berücksichtigung des Mobilitätsmanagements durch Bauherren/Grundeigentümer im Rahmen des Planungsprozesses eines neuen Standorts. Sie stellen dabei im Rahmen der ihnen zugewiesenen Bewilligungsprozesse die Verankerung und Umsetzung der massgebenden Inhalte sicher.

Ansatzpunkte entlang der Wege

- Die Gemeinden schaffen – gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit privaten Grundeigentümern – die nötigen Voraussetzungen, um die kombinierte Mobilität zu fördern, indem bestehende Park+Ride-Anlagen sowie Bike+Ride-Anlagen ausgebaut oder neu erstellt beziehungsweise die notwendigen Flächen gesichert werden. Zudem sichern sie die notwendigen Flächen für den Ausbau des Carsharing-Standortnetzes und stellen sie bereit.
- Der Kanton integriert im Baustellenmanagement von zu definierenden MIV- und öV-Projekten die verkehrsrelevante Kommunikation sowie die zugehörigen MM-Massnahmen (Beispiel: Baustellen-Management Schulhausplatz Baden). In einem standardisierten Abstimmungsprozess zwischen AVK und ATB wird jeweils projektspezifisch geregelt, bei welchen Bauvorhaben und wie die baubegleitende Kommunikation und das MM stufengerecht in den Bauprozess integriert werden sollen.
- Bestehende und zukünftige regionale Mobilitätsplattformen von Transportunternehmen und/oder Gemeinden, wie zum Beispiel badenmobil (www.badenmobil.ch) für die Region Baden, verstärken ihre Beratungs- und Sensibilisierungsaktivitäten gegenüber den Verkehrsteilnehmenden im Bereich der kombinierten Mobilität, des öV, Fuss- und Veloverkehrs und der effizienten Auto-Nutzung.

2.2 Zielsetzung Quantensprung

Damit die dem Gesamtverkehrskonzept hinterlegte Wirkung erzielt wird, ist insbesondere eine massgebliche Erhöhung des Fuss- und Veloverkehrsanteil beim Modal-Split notwendig. Die wichtigsten Gründe sind:

- Innerhalb des OASE-Perimeters bestehen auf verschiedenen, in den Studien zur Zentrumsentlastungen definierten Streckenabschnitten des ÖV und MIV bereits heute Kapazitätsengpässe.
- Das Bevölkerungswachstum im Kanton Aargau wird bis 2040 mit 30 % prognostiziert, was mit einem Verkehrswachstum von ca. 40 % einhergeht.
- Diesem Verkehrswachstum begegnet der Kanton Aargau gemäss Mobilitätsstrategie 2016 mit räumlich differenzierten Zielen (vgl. folgende Abbildung 2-2).

Abbildung 2-2: Zielbild Veränderung Anteile am Gesamtverkehr bis 2040 nach Raumtypen

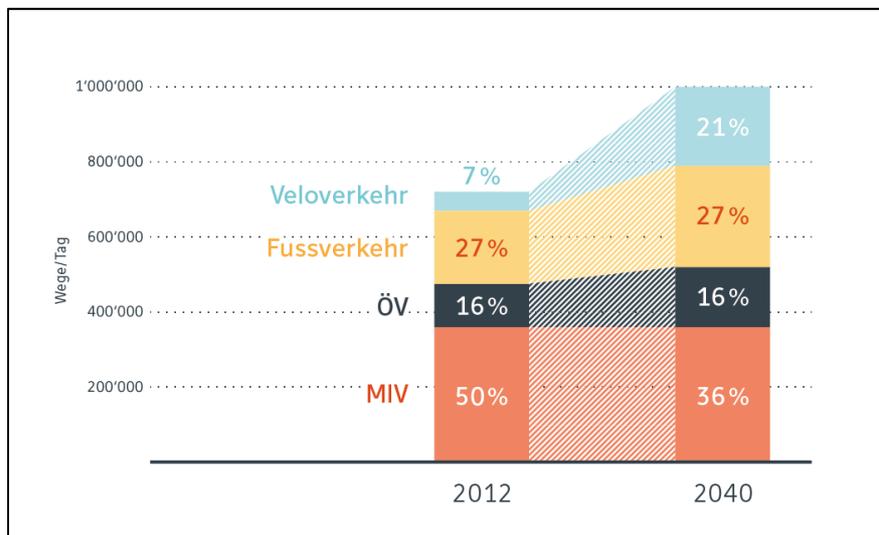


Quelle: mobilitätAARGAU, 2016

Die vorstehende Zielsetzung für das Gesamtverkehrskonzept entspricht auch den Vorgaben der Mobilitätsstrategie mobilitätAARGAU. Die Abstimmung zwischen Siedlung und Verkehr wird in der Strategie hoch gewichtet; es werden gezielt räumliche Akzente gesetzt und differenzierte Ziele für die einzelnen Verkehrsmittel in verschiedenen Raumtypen verfolgt. Dabei muss die Mobilität in der Stadt andere Ansprüche erfüllen als diejenige auf dem Land. In den städtischen Räumen, wo das Wachstum massgeblich stattfindet, soll den steigenden Mobilitätsbedürfnissen mit flächeneffizienten Mobilitätslösungen begegnet werden. Der Fuss- und Veloverkehr soll deshalb in den Kernstädten, ländlichen Zentren und urbanen Entwicklungsräumen gefördert werden, um Kapazitätsengpässen im öffentlichen Verkehr (öV) und dem motorisierten Individualverkehr (MIV) zu begegnen und die Ortskerne zu entlasten. Im OASE-Perimeter sind die genannten Raumtypen massgebend vertreten. Da die künftigen Mobilitätsbedürfnisse in diesen Raumtypen vermehrt zu Fuss, mit dem Velo oder mit Bus und Bahn abgewickelt werden, sinkt der Anteil Autofahrten am Gesamtverkehr.

Um die zukünftigen Mobilitätsbedürfnisse bewältigen zu können, wird im Binnenverkehr des OASE-Perimeters ein Quantensprung im Fuss- und Veloverkehr bis ins Jahr 2040 angestrebt. Die zurückgelegten Wege innerhalb des OASE-Perimeters werden beim MIV planiert, während sie beim öV und beim Fussverkehr im Rahmen ihrer bisherigen Verkehrsmittelanteile linear wachsen. Der zusätzlich anfallende Mehrverkehr soll innerhalb des OASE-Perimeters über den Veloverkehr abgewickelt werden. Dies heisst, den heutigen Anteil von 7 % bis 2040 auf neu 21 % zu verdreifachen⁶.

Abbildung 2-3: Erhöhung Veloverkehrsanteil im Binnenverkehr bis 2040



Quelle: Metron, rGVK OASE-Fuss- und Veloverkehrskonzept

⁶ Für weitere Ausführungen zum Quantensprung: vgl. Metron, rGVK OASE-Fuss- und Veloverkehrskonzept, Kapitel 2.

2.3 Fuss- und Veloverkehrskonzept

Das Fuss- und Veloverkehrskonzept für den OASE-Raum sieht folgende Elemente vor, um den erwähnten Quantensprung zu erreichen⁷:

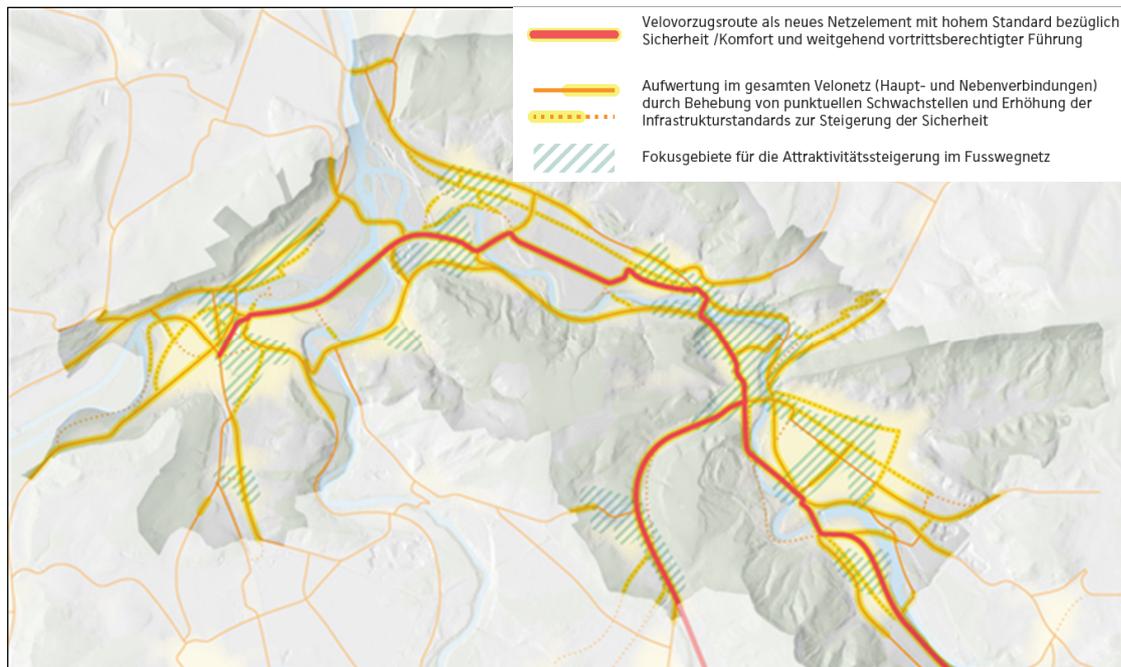
1. Erhöhte Infrastrukturstandards
2. Vorzugsroute als neues Netzelement
3. Laufende Umsetzung, proaktive Sicherung
4. Velokultur entwickeln
5. Weiterentwicklung des Fusswegenetzes

Die daraus abgeleiteten Massnahmenfelder für das FVV-Konzept sind⁸:

- Velonetzinfrastruktur
- Veloabstellanlagen
- Raumsicherung
- Finanzierung
- Unterhalt und Service
- Zuständigkeit, personelle Ressourcen
- Mobilitätsmanagement / Marketing (Velokultur)

Sie werden im nachstehend dargestellten Raum umgesetzt:

Abbildung 2-4: Zielbild Fuss- und Veloverkehrsstrategie



Quelle: Metron, rGVK OASE-Fuss- und Veloverkehrskonzept

Eine detaillierte Beschreibung der Massnahmen findet sich im FVV-Konzept

⁷ Für Details vgl. Metron, rGVK OASE-Fuss- und Veloverkehrskonzept, Kapitel 3

⁸ Metron, rGVK OASE-Fuss- und Veloverkehrskonzept, Kapitel 6

2.4 Schlussfolgerungen für das anzustrebende Mobilitätsmanagement

Mobilitätsmanagement (MM) ist ein wichtiges, unterstützendes Handlungsfeld, um den Quantensprung im FVV zu erreichen.

Der Aufbau der im FVV-Konzept angestrebten „Velokultur“ kann nur durch entsprechende Aktivitäten im Bereich der Information und Sensibilisierung erreicht werden. Hierzu leistet das Mobilitätsmanagement einen wertvollen Beitrag.

Unabdingbar ist auch, dass neben den im FVV-Konzept verfolgten Ansätzen entlang der Wege (Netzbildung; Querschnitts- und Knoten-Standards) und der dort umgesetzten Massnahmen des Mobilitätsmanagements (zum Beispiel Schaffen von Voraussetzungen für die Errichtung von Park+Ride- beziehungsweise Bike+Ride-Anlagen, MM bei Baustellen) auch Ansätze an den Standorten („dort wo der Verkehr entsteht und endet“; zum Beispiel Etablieren von Mobilitätskonzepten, Parkraumbewirtschaftung, Sensibilisierungsaktionen) verfolgt werden. Auch hier leistet das Mobilitätsmanagement einen entscheidenden Mehrwert.

Wie bereits in Kapitel 2.1 erwähnt, konzentriert sich das Mobilitätsmanagement auf die zwei Ansatzpunkte „entlang der Wege“ und „an Standorten“ und daraus abgeleitete Programmelemente. Für die anvisierte Wirkung des Gesamtverkehrskonzepts und für den angestrebten Quantensprung im FVV heisst dies für das Mobilitätsmanagement im OASE-Raum konkret:

- **Ansatzpunkt entlang der Wege: „Veloverkehrskampagne“ (VVK)**
- **Ansatzpunkt an den Standorten: „Rahmenbedingungen standortbezogenes Mobilitätsmanagement“ (RMM).**

Beide Programmelemente werden in den folgenden Kapiteln konkretisiert.

3 Potenziale und Perimeter

In diesem Kapitel werden die raumbezogenen Potenziale für die beiden Programmelemente „Veloverkehrskampagne“ und „Rahmenbedingungen standortbezogenes MM“ dargestellt. Für die Ermittlung der Potenziale wurden verschiedene Indikatoren analysiert. Aus den Potenzialen werden die Perimeter für die beiden Programmelemente abgeleitet.

3.1 Ansatzpunkte entlang der Wege: „Veloverkehrskampagne“

Für die Analyse, wieweit in einzelnen Gemeinden ein Potenzial für eine Veloverkehrskampagne gegeben ist, wurden die nachstehenden Indikatoren untersucht:

- Veloreisezeit zum Zentrum der nächstgelegenen Kerngemeinde Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch
- Durchschnittlicher Werktagsverkehr (DWV) der Gemeinde zur nächstgelegenen Kerngemeinde Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch
- Erwarteter Einwohnerzuwachs bis 2040 und Umfang noch unüberbauter Bauzonen
- Bestandteil des Bearbeitungsperimeters FVV-Konzept (vgl. Abb. 2-4).

Die Details sowie die grafisch aufbereiteten Resultate sind im Anhang A-2 ersichtlich.

Ein hohes Potenzial für die „Veloverkehrskampagne“ weisen alle Gemeinden im Bearbeitungsperimeter des FVV-Konzepts (vgl. Abbildung 2-4, grau hinterlegt) sowie die Gemeinden Fislisbach und Würenlos auf. Ehrendingen, Mellingen und Spreitenbach bieten ein mittleres Potenzial, die übrigen Gemeinden nur ein geringes. Im Raum Zurzibiet besteht in keiner Gemeinde ein Potenzial, wenn das Potenzial wie angenommen definiert ist (vgl. folgende Tabelle 3-1 bzw. Anhang A-2).

Tabelle 3-1: Potenzial Veloverkehrskampagne in Gemeinden im 30-Minutenperimeter

Gemeinde	Veloreisezeit < 20 Minuten	DWV 2040 > 1'000	Zuwachs > 1'000 EW o. 20 ha Bauland	Bearbeitungsperimeter FVV-Konzept	Potenzial Veloverkehrskampagne
Baden	X	X	X	X	hoch
Birmenstorf (AG)	X				gering
Birr			X		gering
Birrhard					gering
Brugg	X	X	X	X	hoch
Ehrendingen		X	X		mittel
Ennetbaden	X	X		X	hoch
Fislisbach	X	X	X		hoch
Freienwil					gering
Gebenstorf	X	X	X	X	hoch
Habsburg	X				gering
Hausen (AG)	X	X	X	X	hoch
Killwangen	X				gering
Lupfig	X		X		gering
Mellingen		X	X		mittel
Mülligen					gering
Neuenhof	X	X	X	X	hoch
Niederrohrdorf					gering
Oberrohrdorf					gering
Obersiggenthal	X	X	X	X	hoch
Remigen					gering
Riniken	X				gering
Rüfenach	X				gering
Scherz					gering
Schinznach-Bad	X				gering
Schinznach-Dorf		X			gering
Spreitenbach		X	X		mittel
Turgi	X	X	X	X	hoch
Untersiggenthal	X	X	X	X	hoch
Villigen					gering
Villnachern	X				gering
Wettingen	X	X	X	X	hoch
Windisch	X	X	X	X	hoch
Würenlingen			X		gering
Würenlos	X	X	X		hoch

Lesebeispiel: Für die Gemeinde Obersiggenthal ist das Velokampagnenpotenzial hoch (grün), weil für alle Indikatoren die gesetzten Schwellenwerte erreicht wurden: Die Veloreisezeit ins Zentrum Baden ist kleiner als 20 Minuten. Mit einem für 2040 zu erwartenden DWV im motorisierten Individualverkehr von > 1'000 Fahrten nach Baden nutzen noch viele Personen das Auto für diese Beziehung, was auf ein relevantes Umlagerungspotenzial hinweist. Zudem ist für Obersiggenthal bis 2040 ein Einwohnerzuwachs um mehr als 2'000 Personen zu erwarten und sind mehr als 20 ha Bauland noch unüberbaut. Die Gemeinde liegt zudem im FVV-Bearbeitungsperimeter (Abb. 2-4). Die Gemeinde Ehrendingen weist ein mittleres Potenzial (gelb) aus, die Gemeinde Birr ein geringes (rot) Potenzial aus. Weitere detailliertere Informationen dazu sind im Anhang A-2 zu finden.

Verbesserungen von infrastrukturellen Voraussetzungen im Bereich des Veloverkehrs bilden eine wesentliche Grundlage, um eine Velokultur neu zu bilden und um neue Velofahrende zu gewinnen beziehungsweise bestehende Velofahrende in ihrer Verkehrsmittelwahl zu bestätigen. Solche Infrastrukturen entstehen im Bereich des Bearbeitungssperimeters des FVV-Konzepts. Dieser wird daher – aufgrund des hohen Potenzials ergänzt durch die Gemeinden Fislisbach und Würenlos – als Raum für die Veloverkehrskampagne gesetzt.

3.2 Ansatzpunkt an den Standorten „Rahmenbedingungen standortbezogenes MM“

Für die Analyse, wieweit in einzelnen Gemeinden ein Potenzial für die Optimierung der Rahmenbedingungen für ein standortbezogenes MM gegeben ist, wurden die nachstehenden Indikatoren untersucht:

- Durchschnittlicher Werktagsverkehr (DTV) der Gemeinde zur nächstgelegenen Kerngemeinde Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch
- Erwarteter Einwohnerzuwachs bis 2040 und Umfang noch unüberbauter Bauzonen
- Anzahl DTV-Fahrten, die die Gemeinde durch die Kerngemeinden Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch generiert

Das Potenzial zum Programmelement „Rahmenbedingungen standortbezogenes MM“ (vgl. dazu auch Kapitel 2.1) deckt sich weitgehend mit dem in Kapitel 3.1 umschriebenen Potenzial der „Veloverkehrskampagne“. Folgende Abweichungen bestehen: Ein hohes statt mittleres Potenzial weisen die Gemeinden Ehrendingen und Spreitenbach auf, ein mittleres statt ein hohes Potenzial die Gemeinden Ennetbaden und Würenlos, ein mittleres statt ein geringes Potenzial die Gemeinde Schinznach Dorf. Auch hier besteht im Raum Zurzibiet in keiner Gemeinde ein Potenzial, wenn das Potenzial auf diese Weise definiert ist. (vgl. folgende Tabelle 3-2 bzw. Anhang A-2).

Gemeinden mit Entwicklungs- und Wohnschwerpunkten weisen zwar ein Massnahmenpotenzial für die Optimierung der Rahmenbedingungen des standortbezogenen MM auf, werden aber aufgrund der nicht oder nur schwach ausgeprägten verkehrlichen Beziehungen zu den Kerngemeinden der Räume Baden und Brugg nicht in die Bearbeitung des MM-Programms für das regionale Gesamtverkehrskonzept einbezogen.

Tabelle 3-2: Potenzial Rahmenbedingungen für das standortbezogene MM

Gemeinde	DWV 2040 > 1'000	Zuwachs > 1'000 EW o. 20 ha Bauland	Durchgangs- verkehr DTV 2040 > 5'000	Potenzial Rahmenbed. MM
Baden	X	X	X	hoch
Birmenstorf (AG)			X	gering
Birr		X	X	gering
Birrhard			X	gering
Brugg	X	X	X	hoch
Ehrendingen	X	X	X	hoch
Ennetbaden	X		X	mittel
Fislisbach	X	X	X	hoch
Freienwil				gering
Gebensdorf	X	X	X	hoch
Habsburg			X	gering
Hausen (AG)	X	X	X	hoch
Killwangen				gering
Lupfig		X	X	gering
Mellingen	X	X		mittel
Mülligen			X	gering
Neuenhof	X	X	X	hoch
Niederrohrdorf				gering
Oberrohrdorf				gering
Obersiggenthal	X	X	X	hoch
Remigen				gering
Riniken			X	gering
Rüfenach				gering
Scherz				gering
Schinznach-Bad				gering
Schinznach-Dorf	X		X	mittel
Spreitenbach	X	X	X	hoch
Turgi	X	X	X	hoch
Untersiggenthal	X	X	X	hoch
Villigen			X	gering
Villnachern			X	gering
Wettingen	X	X	X	hoch
Windisch	X	X	X	hoch
Würenlingen		X	X	gering
Würenlos	X	X		mittel

Lesebeispiel: Für die Gemeinde Obersiggenthal ist das Potenzial zur Optimierung der Rahmenbedingungen für das standortbezogene MM hoch (grün), weil für alle Indikatoren die gesetzten Schwellenwerte erreicht wurden: Mit einem im Jahr 2040 zu erwartenden DWV im motorisierten Individualverkehr von > 1'000 Fahrten nach Baden nutzen noch viele Personen das Auto für diese Beziehung, was auf ein relevantes Umlagerungspotenzial hinweist. Zudem ist für Obersiggenthal bis 2040 ein Einwohnerzuwachs um mehr als 2'000 Personen zu erwarten und sind mehr als 20 ha Bauland noch unüberbaut. Die Gemeinde erzeugt zudem einen Durchgangsverkehr (DTV) durch Baden von mehr als 5'000 Fahrten. Die Gemeinde Würenlos weist ein mittleres Potenzial (gelb) aus, die Gemeinde Würenlingen ein geringes (rot) Potenzial aus. Weitere detailliertere Informationen dazu sind im Anhang A-2 zu finden.

Potenzial für die Schaffung und Optimierung von Grundlagen des Mobilitätsmanagements zum Beispiel in Planungsinstrumenten besteht demnach auch in einem gegenüber dem Perimeter für die Velokampagne erweiterten Raum. Durch den Einbezug der zusätzlichen Gemeinden mit Potenzial können zum Beispiel mit Voraussetzungen für autoarmes Wohnen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die letztendlich zur Reduktion der MIV-Fahrten in

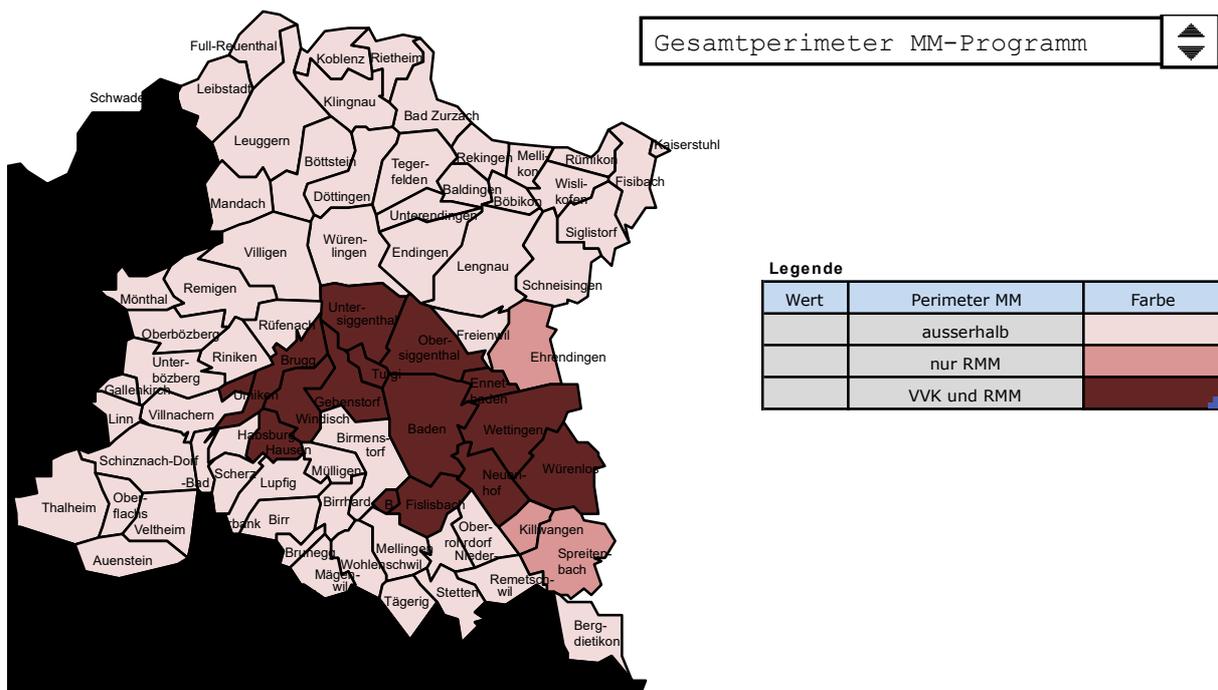
die Kerngemeinden Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch beitragen und ebenfalls – wenn auch in geringerem Mass als im Perimeter für die Veloverkehrskampagne – zu Verlagerungen auf den Veloverkehr führen. Sie leisten damit ebenfalls einen wichtigen Beitrag zu den rGVK OASE-Zielen. Der erweiterte Perimeter wird daher als Raum für die Schaffung von optimierten Rahmenbedingungen für das Mobilitätsmanagement (RMM) gesetzt.

3.3 Gesamtperimeter MM-Programm

Für die Bearbeitung im MM-Programm wird nun ein Gesamtperimeter hergeleitet. Er umfasst die beiden Räume für die Programmelemente "Veloverkehrskampagne" (VVK) und "Rahmenbedingungen standortbezogenes MM" (RMM). Der Raum für das Programmelement VVK umfasst alle Gemeinden mit hohem Potenzial für diese Kampagne. Dem Raum RMM werden alle Gemeinden mit hohem Potenzial für die Optimierung der RMM zugeteilt.

Ergänzend wurde auch noch geprüft, wieweit sich durch die Berücksichtigung der Gemeinden, die aufgrund der Ergebnisse der Potenzialanalyse einbezogen wurden, bereits ein für eine operative Umsetzung des MM-Programms nachvollziehbarer Gesamtperimeter ergibt. Die Prüfung zeigte, dass der Wegfall einzelner Gemeinden ohne hohe Potenziale (zum Beispiel Killwangen) zu offensichtlichen Lücken im Perimeter führen würde. Diese Lücken wurden im nachstehend dargestellten Gesamtperimeter geschlossen. Dieser definiert die Zuordnung der Gemeinden für die Bearbeitung im MM-Programm. Im ausgewiesenen Raum für die "Veloverkehrskampagne" werden dabei sowohl die "Veloverkehrskampagne" umgesetzt als auch die "Rahmenbedingungen standortbezogenes MM" optimiert. In den Gebieten ausserhalb des Raums für die "Veloverkehrskampagne" werden lediglich die „Rahmenbedingungen standortbezogenes MM“ optimiert.

Abbildung 3-1: Gesamtperimeter MM-Programm



4 Programm Mobilitätsmanagement für das regionale Gesamtverkehrskonzept Ostargau

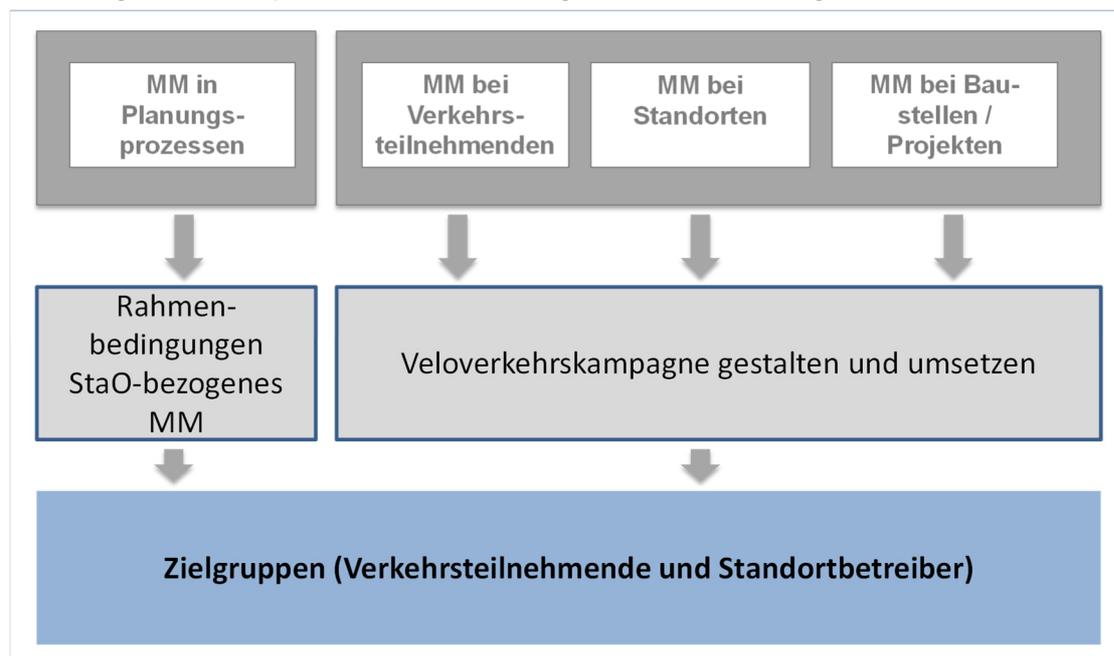
4.1 Überblick

Bei der Erarbeitung des Programms wurde eine Fokussierung des MM-Angebots auf die sich aus den Zielen ergebende spezielle Herausforderung vorgenommen: Den zu erreichende Quantensprung beim Veloverkehrsanteil und die damit verbundene Dämpfung des MIV-Wachstums zu erreichen. Die ausserhalb des Fokus gelegenen Verkehrsmittel (zum Beispiel Fussverkehr, ÖV) und Räume (zum Beispiel Zurzibiet) werden bezüglich MM lediglich im Rahmen bestehender Angebote (zum Beispiel aargaumobil) und Prozesse beeinflusst und bedient.

Über eine langfristig geplante und umzusetzende **Veloverkehrskampagne** wird ein starker Effort geleistet, um einerseits die Standort-Betreiber und -Entwickler zur Schaffung von hervorragenden Voraussetzungen für die Nutzung des Veloverkehrs zu gewinnen, und andererseits um die Verkehrsteilnehmenden auf die neu entstehenden Veloverkehrs-Infrastrukturen hinzuweisen und umzulenken.

Ausgehend von den im Mobilitätsmanagement typischerweise bearbeiteten Handlungsfeldern „MM in Planungsprozessen“, „MM bei Verkehrsteilnehmenden“, „MM bei Standorten“ und „MM bei Baustellen/Projekten“ (vgl. dazu auch die folgende Abbildung 4-1) wird die Erarbeitung von optimierten **Rahmenbedingungen für ein standortbezogenes MM** vorgesehen. Die so erarbeiteten Rahmenbedingungen ermöglichen den Gemeinden, in ihren Planungsprozessen das Mobilitätsmanagement einzufordern beziehungsweise den Bauherrschaften die entsprechenden Handlungsmöglichkeiten einräumen zu können.

Abbildung 4-1: Ansatzpunkte und Fokussierung des Mobilitätsmanagements



4.2 Akteure im Mobilitätsmanagement

Die Umsetzung von Massnahmen des Mobilitätsmanagements, insbesondere auch diejenige einer Veloverkehrskampagne, benötigt eine Organisationseinheit, welche nahe bei den kommunalen Akteuren (Gemeinde, Mobilitätsanbieter, Gewerbevereine etc.) gelegen ist und sich für eine Massnahmenumsetzung bis hin zur Ebene der Verkehrsteilnehmenden engagiert.

Situation Raum Baden

Im Raum Baden besteht die Organisationseinheit badenmobil, welche seit vielen Jahren im Bereich des Mobilitätsmanagements in der Region tätig ist. Ihre Finanzierung erfolgt über die Gemeinden von Baden Regio. Die Handlungsfähigkeit und die Finanzierung von badenmobil ist daher im Hinblick auf die Umsetzung des Gesamtverkehrskonzepts langfristig zu sichern.

Situation Raum Brugg

Eine analoge Organisationseinheit wie im Raum Baden ist im Raum Brugg (noch) nicht vorhanden. Seitens Brugg Regio werden aber bereits Themen im Mobilitätsbereich (zum Beispiel die Entwicklung von Apps) vorangetrieben. Im Hinblick auf das Gesamtverkehrskonzept ist auch im Raum Brugg eine Organisationseinheit zu entwickeln, die die Umsetzung der Projektziele und der geplanten Massnahmen begleitet und mitträgt. Bis zur Betriebsaufnahme einer solchen Einheit können die notwendigen Tätigkeiten durch Brugg Regio übernommen werden.

Diese Organisationseinheiten ergänzen so die kantonalen Angebote, welche sich in der Regel um die Massnahmenumsetzung auf der Ebene der Multiplikatoren (Gemeinden, Unternehmen) kümmert.

4.3 Veloverkehrskampagne

Verschiedene Beispiele belegen, dass es zur Förderung des Veloverkehrs neben der Verbesserung der notwendigen Veloverkehrsinfrastruktur auch zusätzliche Handlungsansätze braucht, die zu einer neuen Velokultur führen und den Verkehrsteilnehmenden den Nutzen, die Bequemlichkeit, das Image, etc. der Fortbewegung mit eigener Muskelkraft bewusst machen. Das heisst, es braucht ein eigentliches Marketing für das Velo. Stellvertretend für weitere Beispiele sind im folgenden Kapitel die beiden beispielhaften Kampagnen aus Baden-Württemberg und der Stadt Luzern dargestellt.

4.3.1 Beispiele

Initiative RadKULTUR, Baden-Württemberg⁹

Mit dem Ziel, Baden-Württemberg zum Wegbereiter einer modernen und nachhaltigen Mobilität der Zukunft zu machen, fördert das Land u.a. verstärkt den Veloverkehr. Gemäss der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes soll eine Verdoppelung der Veloverkehrsanteils gemessen an der Zahl der Wege von 8% im Jahr 2008 auf 16% bis 2020 und eine weitere Steigerung bis ins Jahr 2030 erfolgen. Neben der Verbesserung Veloinfrastruktur (Netzplanung, Erhöhung Verkehrssicherheit) ist ein Handlungsfeld der „Kommunikation und dem Verhalten“ gewidmet. 2012 hat das Ministerium für Verkehr in Baden-Württemberg die Initiative „RadKULTUR“ ins Leben gerufen. Ziel der Initiative ist, die Freude am Velofahren zu fördern und die Menschen zu motivieren, in ihrem Alltag ganz selbstverständlich das Velo zu nutzen. Sie stellt positive Erlebnisse und die Vorteile des Velofahrens in den Mittelpunkt und lädt zu zahlreichen attraktiven Veranstaltungen, Mitmach-Aktionen und Service-Angeboten ein.

Abbildung 4-2: Hauptbotschaft der Initiative



Quelle: www.radkultur-bw.de, Stand: 28.09.2018

⁹ Die folgenden Ausführungen stammen aus: Baden-Württemberg, Ministerium für Verkehr und Infrastruktur, Radstrategie Baden-Württemberg, Wege zu einer neuen Radkultur für Baden-Württemberg, Februar 2016; Baden-Württemberg, Ministerium für Verkehr, RadKultur Baden-Württemberg, Für Gemeinden, Städte und Landkreise, März 2017, vgl. www.radkultur-bw.de und direkt aus der erwähnten Website.

Die Kampagne ist als Baukastensystem konzipiert. Es handelt sich um eine Aktionskampagne, die aus verschiedenen Anlässen (Modulen) besteht, bei denen sich die Bevölkerung mit dem Velofahren auseinandersetzt. Als Umsetzer stehen Städte und Gemeinden im Mittelpunkt, die von der zentralen Umsetzungsorganisation beim Ministerium für Verkehr u.a. mittels Fördergeldern unterstützt werden, wenn sie sich als RadKULTUR-Kommune beteiligen und die zur Verfügung gestellten Module umsetzen. Im Vordergrund stehen dabei Aktionen wie „RadCHECK“, „RadSCHNITZELJAGD“ (Postenlauf mit Velo), „RadKULTUR-Tag“ (Tagveranstaltungen zum Thema Velofahren), Foto- und Kreativwettbewerbe, Indoor- und Outdoorservicestationen (Abgabe von Koffern mit Velowerkzeug an das örtliche Gewerbe, die es den Kunden für kleinere Reparaturen vor Ort verleihen; Outdoor-Servicepoints mit Velopumpe und Werkzeug).

Die Umsetzung der Aktionen vor Ort wird durch eine übergeordnete Kommunikation seitens Kampagnenleitung mittels Website, Facebook und zur Verfügung stehenden Werbematerial, etc. begleitet.

Die Initiative verfügt seit 2012 über ein jährliches Gesamtbudget von rund 1.3 Mio. Euro, welches vom Landesministerium noch sicher bis und mit 2019 gesprochen wurde. Davon gehen als Fördermittel ca. 50% an die beteiligten Städte und Gemeinden. Pro Stadt oder Gemeinde gilt grundsätzlich das Prinzip 1/3 Eigenfinanzierung und 2/3 Finanzierung durch die Initiative. Eine eigentliche Messung der Wirkung der Initiative in Bezug auf Verhaltensänderungen gibt es nicht, weil solche Veränderungen schwierig eruierbar sind. Einzelne Gemeinden messen jedoch die jährliche Entwicklung des Veloverkehrsanteils anhand von Daten aus Zählstellen.

„Spurwechsel“ – Velooffensive der Stadt Luzern¹⁰

Mit der Annahme des „Reglements für eine städtische Mobilität“ hat die Luzerner Bevölkerung im Herbst 2010 Vorgaben für die Mobilitätsplanung verabschiedet. Der Auftrag der Bevölkerung ist, den Modal-Split in der Stadt zugunsten der flächen- und energieeffizienten Verkehrsarten zu verändern. Das heisst konkret, dass der Veloverkehr in der Stadt Luzern gefördert werden muss. Die Stadt Luzern hat unter dem Slogan „Spurwechsel“ 2012 ihre mehrjährige Velooffensive gestartet. Diese basiert auf den drei Säulen Infrastruktur, Information/Kommunikation und Dienstleistungen. Das Hauptziel der Velooffensive in der Stadt Luzern ist, eine hohe Velokultur zu erzeugen. Die Kombination der drei Säulen ist der Schlüssel zum Erfolg.

Zwischen 2012 und 2015 wurden zahlreiche grössere und kleinere Veloinfrastrukturen realisiert, mit dem Ziel, störende und gefährliche Lücken im Velonetz zu schliessen und das Netz gesamthaft sicherer und attraktiver zu machen. Mit Information und Kommunikation wird da-

¹⁰ Die folgenden Ausführungen stammen aus: Stadt Luzern, Eingabe der Stadt Luzern für PRIX VELO: „Spurwechsel“ – Velooffensive der Stadt Luzern 2012-2015; vgl.

https://www.provelo.ch/fileadmin/redaktion/Bilder/Themen_und_Angebote/Infrastruktur/Prix_Velo_Infrastruktur/Projektbeschreibung_Luzern.pdf

ran gearbeitet, das Image des Velofahrens und die Affinität zum Velo bei der Bevölkerung und der Stadtverwaltung zu erhöhen, das Velofahren als Lifestyle-Produkt zu positionieren und über die geplanten beziehungsweise erfolgten Verbesserungen bei der Veloverkehrsinfrastruktur zu informieren.

Die Kommunikation nach aussen basierte zunächst auf einem Auftritt mit Logo (roter Velostreifen mit Visual „Spurwechsel“), gekoppelt mit wechselndem Slogan, um einerseits ein Wiedererkennungsmerkmal zu schaffen und andererseits um die Aufmerksamkeit der Bevölkerung zu gewinnen. Weiter wurden sogenannte „fahrende Plakate“ (Velo mit Anhänger) eingesetzt, mit denen Studenten regelmässig in der Stadt herumfahren. Ebenfalls wurden Werbeplakate auf den nextbike-Velos (Bike-Sharing-System im Raum Luzern, www.nextbike.ch) angebracht. Grössere Veloinfrastrukturen (zum Beispiel Velostation am Bahnhof Luzern, Eröffnung von Velo- und Gehwegen) wurden mittels eintägigen Festen, Ballonaktionen, Abgabe von Infomaterial vor Ort etc. eingeweiht. Die Roteinfärbungen bei wichtigen Velospuren im Zentrum wurden neu eingepasst. Des Weiteren wurden u.a. verschiedene Standaktionen bei laufenden Veranstaltungen, wiederkehrende Pressearbeit sowie Velorundfahrten mit Medien durchgeführt und ein „Velocityguide Stadt Luzern“ erstellt.

Abbildung 4-3: Logo «Spurwechsel» und Kommunikationsbeispiel Infrastrukturmassnahmen

The image shows a screenshot of a website page. On the left, there is a main heading 'Veloprojekte in der Stadt Luzern' in blue. Below it is a paragraph of text: 'Die Stadt Luzern will für Velofahrende attraktiver werden. Deshalb wird die Veloinfrastruktur laufend optimiert: Neue Radwege entstehen, Einbahnstrassen werden für Velofahrende geöffnet und komplizierte Verkehrssituation werden zu Gunsten der Velofahrenden geklärt.' Below this are three categories, each with a bicycle icon in a circle: 'Umgesetzte Projekte' (green icon), 'Projekte in Umsetzung' (green icon), and 'Zukünftige Projekte' (purple icon). On the right side, there is a 'Spurwechsel' logo at the top, followed by the text 'Tipps für unterwegs:' and a photo of a red bicycle with a sign that says 'Die gute Wahl!'. Below the photo is the text 'Velo mieten – in der Agglomeration Luzern einfach und überall.' and a link 'Alle News'.

Quelle: <http://www.luzernmobil.ch/verkehrsmittel/velo/stadt-luzern/veloprojekte>, Stand: 29.09.2018

Die Kommunikation nach innen beinhaltete die jährliche Durchführung von Veloausflügen mit den Mitarbeitenden des Tiefbauamtes, die Erstellung von Unterlagen für Teamausflüge mit dem Velo für sämtliche Abteilungen in der Verwaltung, die kostenlose Abgabe von Jahresabonnements für die Nutzung von Nextbike-Velos bei der Arbeit und in der Freizeit, inkl. Einführungskurse für die Nutzung des Bikesharing-Systems, Aufhängen von „Spurwechsel-Plakaten“ in den Verwaltungsgebäuden, jährliche Durchführung von Gratis-Velochecks, Teilnahme an der Kampagne „biketowork“ mit mehreren Teams, Beiträge im verwaltungsinternen „Stadtmagazin“, etc.

Im Bereich „Dienstleistungen“ wurde die bestehende Website www.luzernmobil.ch (Verkehrsmittel > Stadt Luzern > Velo) mit Informationen rund um das Velo ergänzt, die geplanten und durchgeführten Veloinfrastrukturprojekte, inkl. Fotos darin dokumentiert und die Resultate aus den Velozählstellen öffentlich zugänglich gemacht. Vor Ort wurde die Velostation am Bahnhof Luzern eingeführt, 12 Velopumpstationen an wichtigen Plätzen in der Stadt angebracht und ein Velobarometer am Schweizerhofquai aufgestellt.

Der Bau und die Verbesserung von Veloinfrastrukturen werden über Investitionskredite der Stadt oder das Bauprogramm des Kantons finanziert. Für die Säulen Information/Kommunikation und Dienstleistungen wurde zwischen 2014 und 2015 ein jährlicher Kredit von CHF 150'000 vom Stadtrat gesprochen. Geplant ist die Weiterführung dieser beiden Säulen ab 2019 mit einer Laufzeit von fünf Jahren und einer jährlichen Kredithöhe wie bisher. Beauftragt mit der Umsetzung wurde der Velobeauftragte der Stadt Luzern, der von einer Arbeitsgruppe assistiert wird. Eine Steuerungsgruppe stellte die Verbindung zur städtischen Verkehrskommission sicher. Die Kampagnenleitung wurde einer externen Agentur übertragen.

Die Velooffensive ist als Gesamtpaket mit den drei Säulen Infrastruktur, Information/Kommunikation und Dienstleistungen zu betrachten. Die Wirkung einzelner Massnahmen ist schwer abschätzbar und steht nicht im Vordergrund. Die Entwicklung an den 10 Velozählstellen in der Stadt Luzern zeigt jedoch, dass der Veloverkehr zwischen 2013 (4.87 Mio. gezählte Velos) und 2015 (5.52 Mio. gezählte Velos) um insgesamt 13% gestiegen ist.

Gewonnene Erkenntnisse im Hinblick auf das rGVK OASE

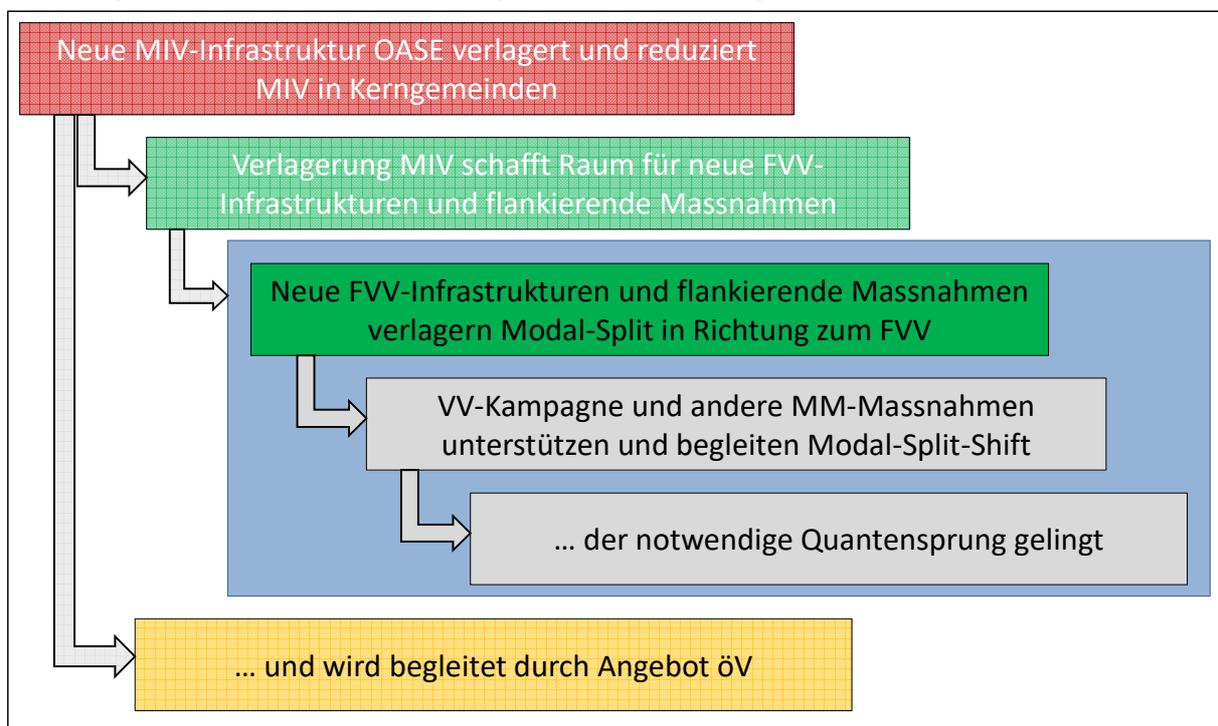
Die dargestellten Beispiele zeigen auf, dass eine Steigerung des Veloverkehrs nicht alleine durch die Verbesserung der Veloverkehrsinfrastruktur erzielt werden kann, sondern dass ein Marketing – so wie es auch durch die Anbieter des öffentlichen Verkehrs und auch durch die Autoindustrie erfolgt – notwendig ist, wenn eine neue Velokultur geschaffen werden soll. Das Marketing muss kontinuierlich und unter Einsatz von verschiedenen Massnahmen und Kommunikationsmitteln erfolgen und sicherstellen, dass die Kampagnenelemente als Teil eines zusammengehörenden Ganzen wahrgenommen werden. Die Beispiele zeigen auch auf, dass eine erfolgreiche Kampagne den Einsatz von genügend finanziellen Mitteln voraussetzt. Insbesondere dann, wenn – wie im Fall des rGVK OASE – ein Quantensprung erzielt werden soll. Der Bedarf an finanziellen Mitteln ist jedoch im Vergleich mit Investitionen in die Verkehrsinfrastrukturen gering. Diese Erkenntnisse und auch verschiedene in den umschriebenen Kampagnen getestete Massnahmen wurden in der in den folgenden Abschnitten dargestellten rGVK OASE-Veloverkehrskampagne aufgenommen.

4.3.2 Zielsetzungen

Die Veloverkehrskampagne verfolgt folgende Zielsetzungen:

- Die geplanten und umgesetzten Infrastrukturmassnahmen gemäss FVV-Konzept und deren potenziellen Nutzen bekannt machen.
- Das Velo als modernes, sparsames, schnelles, gesundes und sicheres Verkehrsmittel positionieren.
- Eine neue Velokultur etablieren.
- Einen wesentlichen Beitrag zum anvisierten Quantensprung beim Anteil des Veloverkehrs am Gesamtverkehr leisten (vgl. dazu auch folgende Abbildung) und ein Controlling der Entwicklung ermöglichen.

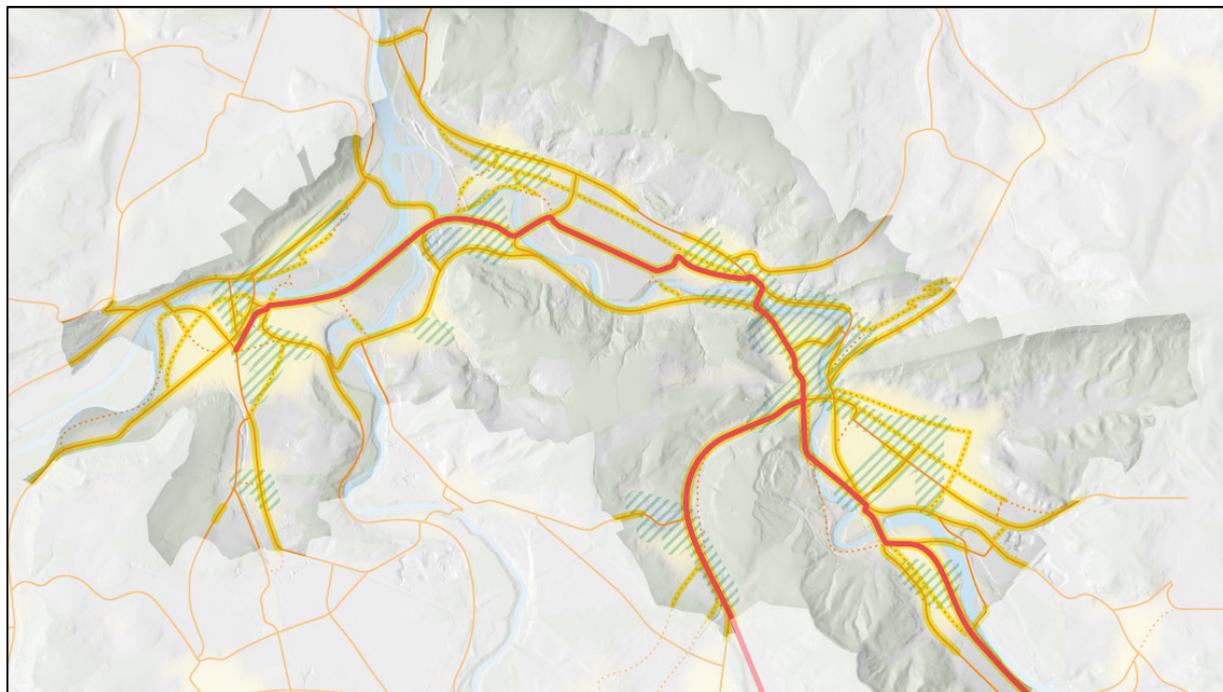
Abbildung 4-4: Schema zur Positionierung Veloverkehrskampagne im Zielkontext rGVK OASE



4.3.3 Inhaltlicher Gegenstand

Der inhaltliche Gegenstand der Veloverkehrskampagne bildet die gemäss FVV-Konzept geplante Netzentwicklung innerhalb des OASE-Perimeters (vgl. Abbildung 4-5), sowie die im FVV-Konzept definierten Elemente und Massnahmenfelder (vgl. Kapitel 2.3).

Abbildung 4-5: Zielbild Fuss- und Veloverkehrskampagne



-  Velovorzugsrouten als neues Netzelement mit hohem Standard bezüglich Sicherheit /Komfort und weitgehend vortrittsberechtigter Führung
-  Aufwertung im gesamten Velonetz (Haupt- und Nebenverbindungen) durch Behebung von punktuellen Schwachstellen und Erhöhung der Infrastrukturstandards zur Steigerung der Sicherheit
-  Fokusgebiete für die Attraktivitätssteigerung im Fusswegnetz

Quelle: Metron, rGVK OASE-Fuss- und Veloverkehrskonzept, Zusammenfassung

Im FVV-Konzept wird die Umsetzung der Massnahmen in Etappen vorgeschlagen, die durch die Veloverkehrskampagne aus dem MM-Programm unterstützt werden sollen¹¹.

Etappe 2023

Damit der anvisierte Quantensprung bis 2040 erreicht werden kann, muss vor den Zentrumsentlastungen mit der Umsetzung des Veloverkehrsnetzes begonnen werden. Das FVV-Konzept sieht bis 2023 folgende Umsetzungen vor, die auch prioritär im Agglomerationsprogramm 4. Generation aufgenommen werden müssen:

¹¹ vgl. Metron, rGVK OASE Fuss- und Veloverkehrskonzept, Kapitel 6.7

Netzinfrastruktur:

- Sofortmassnahmen (2023 umgesetzt)
- Schlüsselmassnahmen Engpässe (2023 teilweise umgesetzt, ansonsten weit vorangeschrittene Planung)
- Schlüsselmassnahmen Qualität (2023 teilweise umgesetzt, ansonsten weit vorangeschrittene Planung)
- Einfach umsetzbare Massnahmen mit hoher Wirkung (2023 teilweise umgesetzt, ansonsten weit vorangeschrittene Planung)

Weitere:

- Planerische Sicherung (Veloachsen in Siedlungsentwicklungsarealen, B+R-Anlagen an Bahnhöfen) (2023 laufend beziehungsweise abgeschlossen)
- Velozählstellen (2023 erstellt)
- Monitoring (Inbetriebnahme 2023)

Etappe 2030

In der Etappe 2030 liegt der Fokus auf der Umsetzung von Routen. Die Etappe ist eng mit dem Agglomerationsprogramm der 5. und 6. Generation verknüpft. Das FVV-Konzept sieht folgende Umsetzungen bis zu diesem Zeitpunkt vor:

Netzinfrastruktur:

- Umsetzung von Routen (1. Etappe) (2030 umgesetzt)

Weitere:

- Ausbau B+R-Standorte (2030 umgesetzt)
- Monitoring (laufend)

Etappe 2040

Bis zu diesem Zeitpunkt werden weitere Routen umgesetzt und diejenigen Abschnitte angegangen, welche in Abhängigkeit zur Zentrumsentlastung stehen.

Netzinfrastruktur:

- Umsetzung von Routen (2. Etappe) (2040 umgesetzt)
- Schlüsselmassnahmen in Abhängigkeit zu Zentrumsentlastung und weiteren Projekten (2040 umgesetzt)

Weitere:

- Monitoring (laufend)

4.3.4 Zeitperiode

Die Veloverkehrskampagne steht in engem Zusammenhang mit der gewählten Etappierung der Umsetzung des FVV-Konzeptes. Sie ist auf diese drei Umsetzungshorizonte abgestimmt.

Veloverkehrskampagne Zeitperiode 1: 2021 bis 2023

In dieser Zeitperiode erfolgt die Lancierung der Veloverkehrskampagne. Erste kleinere Ausbauten der Veloverkehrsinfrastruktur sowie ausgewählte Schlüsselmassnahmen sind umgesetzt. Die Planung später zu realisierender Infrastrukturmassnahmen läuft¹².

Veloverkehrskampagne Zeitperiode 2: 2029 bis 2031

Der Ausbau der Veloverkehrsinfrastruktur schreitet stetig voran. Bis 2030 sind die Velorouten (1. Etappe) umgesetzt.

Veloverkehrskampagne Zeitperiode 3: 2039 bis 2041

Die Umsetzung sämtlicher Massnahmen aus dem FVV-Konzept ist abgeschlossen. Die strassenseitigen Massnahmen zur Zentrumsentlastung sind umgesetzt.

Mit der gewählten Etappierung der Veloverkehrskampagne kann auf jeden Umsetzungshorizont mit entsprechenden Massnahmen (vgl. Kapitel 4.3.6) reagiert werden, was zu einer höheren Wirksamkeit und Wahrnehmung in der Öffentlichkeit führt und zum angestrebten Quantensprung beiträgt.

4.3.5 Zielgruppen und wichtigste Botschaften

Zielgruppe der Kampagne ist grundsätzlich die **gesamte Bevölkerung** im Raum für die Veloverkehrskampagne (vgl. Abb. 3-1). Ihr soll vermittelt werden, dass Velofahren eine schnelle, praktische, gesunde, kostengünstige, umweltschonende, beliebte und spassmachende Fortbewegungsart ist und dass sich die Räume Brugg und Baden für eine Verbesserung der Velo-Infrastruktur einsetzen.

Die Bevölkerung lässt sich entweder direkt als Verkehrsteilnehmende oder indirekt über Standortbetreibende als Multiplikatoren ansprechen. Als Leitfaden dienen die Haupt-Verkehrszwecke Arbeit, Freizeit, Einkaufen und Ausbildung. Entsprechend lassen sich folgende Unterzielgruppen (die sich teils überschneiden) unterscheiden:

¹² Falls Massnahmen für die Umsetzung im Rahmen des Agglomerationsprogramms 4. Generation vorgesehen sind, müssten diese bis voraussichtlich Ende 2019 eingereicht werden (Planungsstand, je nach Grösse Machbarkeitsstudie bis Vorprojekt). Der Baubeginn für diese A-Massnahmen der 4.Generation muss zwischen 2023 und 2026 liegen.

Verkehrsteilnehmende

- **Pendelnde:** Hier stehen Personen im Fokus, die eine gut mit dem Velo zurücklegbare Strecke mit dem Auto oder/und dem öV fahren. Ihnen soll aufgezeigt werden, dass sie in vielen Fällen mit dem Velo schneller und günstiger zur Arbeit kommen und darüber hinaus noch etwas für ihre Gesundheit tun. Diese Zielgruppe kann besonders gut während Baustellenphasen im MIV oder im öV während den Spitzenstunden angesprochen werden.
- **Personen im Freizeitverkehr:** Beim Freizeitverkehr besteht Potenzial für das Velo, insbesondere für Ausflüge in den beiden Räumen. Die Botschaft gegenüber MIV-Nutzende in der Freizeit: Velofahren macht Spass, ist praktisch und ist gesund.
- **Personen im Einkaufsverkehr:** Auch hier hat neben der konventionellen Velonutzung bei Einkäufen für den täglichen Bedarf oder beim Einkauf von Gütern (zum Beispiel Harasse) das Cargo-Velo Potenzial. In diesem Fall gilt es zu betonen, dass das Velo auch für den Transport von Lasten einsetzbar ist.
- **Schülerinnen und Schüler:** Schülerinnen und Schüler sind die Pendelnden von morgen. Es ist deshalb wichtig, ihnen schon heute die Vorteile der nachhaltigen Mobilität und das Velofahren näherzubringen, angesichts abnehmender Nutzerzahlen in diesem Alterssegment. Kinder wirken zudem gegenüber ihren Eltern als Multiplikatoren. Die Botschaft gegenüber den Schülerinnen und Schülern: Velofahren macht Spass und ist gesund.

Standortbetreibende

- **Unternehmen:** Arbeitgeber können einen entscheidenden Einfluss darauf haben, wie ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Arbeit kommen (zum Beispiel mit Infrastrukturmassnahmen wie Veloabstellplätzen und Velopumpen oder mit einem Bonussystem für Velopendelnde). Sie profitieren von vermindertem Raumbedarf für Parkfelder, entlastetem Verkehrsnetz und gesunderen Mitarbeitenden. Die Botschaft gegenüber Unternehmen: Velofahren spart Kosten und ist gesund.
- **Gemeindeverwaltungen:** Verwaltungen haben eine besondere Rolle, weil sie nicht nur Arbeitgebende sind, sondern auch als Vorbild für die Bevölkerung und Unternehmen dienen. Setzen sie in der eigenen Flotte auf nachhaltige Verkehrsmittel und fördern sie den Veloverkehr ihrer Mitarbeitenden, sendet dies starke Signale gegen Aussen. Die Gemeinde wiederum profitiert vom Imagegewinn als nachhaltige und engagierte Gemeinde. Die Botschaft gegenüber Verwaltungen: Velofahren fördert die Gesundheit der eigenen Mitarbeitenden und der Bevölkerung, spart Kosten und Raum, ist gut für die Umwelt und für das Image.
- **Betreiber von Freizeitangeboten:** Freizeitfahrten, also zum Beispiel Fahrten ins Kino, ins Theater, ins Fussballstadion, ins Freibad oder zur Sportstätte, sind für einen grossen Teil des Verkehrsaufkommens verantwortlich. Sind die Betreiber solcher Freizeitangebote sensibilisiert auf das Potenzial des Veloverkehrs, können sie Einfluss nehmen auf das Verkehrsverhalten ihrer Besucherinnen und Besucher. Hier gilt es zu betonen, dass Velofahren Kosten spart und gut für das Image ist. Zudem sinkt der Bedarf an Parkfeldern.

- **Detaillisten:** Dasselbe gilt für Einkaufszentren: Engagieren sich Betreiber von Einkaufsmöglichkeiten für eine nachhaltige Mobilität, etwa durch ein entsprechendes Infrastrukturangebot oder durch sonstige Anreize, können MIV-Fahrten eingespart werden. Die Botschaft gegenüber Betreibern von Einkaufsmöglichkeiten: Velofahren spart Kosten und ist gut für das Image.
- **Schulen:** Schulen können mit verschiedenen Massnahmen Einfluss darauf nehmen, wie ihre Schülerinnen und Schüler zur Schule kommen. Indem die Schulen auf nachhaltige Mobilität sensibilisiert werden, kann auf die kommende Pendlergeneration Einfluss genommen werden. Die Botschaften gegenüber Schulen: Velofahren ist gesund.

4.3.6 Massnahmen

Übersicht

Die Veloverkehrskampagne setzt sich aus total 23 Massnahmen zusammen. Davon sind 17 Massnahmen direkt auf die Kommunikation mit der Bevölkerung im Kampagnenperimeter konzipiert. 6 Massnahmen sind hingegen auf verschiedene Arten von Multiplikatoren beziehungsweise Standortbetreiber konzipiert und so indirekt auf die Bevölkerung ausgerichtet.

Die Massnahmen sind punkto Wichtigkeit nach Prioritäten eingeordnet:

- Prio. 1 (Wichtigkeit hoch): 11 Massnahmen
- Prio. 2 (Wichtigkeit mittel): 11 Massnahmen
- Prio. 3 (Wichtigkeit tief): 1 Massnahme

Betreffend Zuständigkeit für den Aufbau und Betrieb werden bei den meisten Massnahmen die bestehende Organisationseinheit badenmobil im Raum Baden und eine neu zu schaffende Organisationseinheit bruggmobil für den Raum Brugg vorgeschlagen.

Die einzelnen vorgeschlagenen Massnahmen sind nachstehend aufgeführt. Weitere Details zu den Massnahmen finden sich im Anhang A-1.

Kampagnen-Massnahmen – direkte Kommunikation mit den Verkehrsteilnehmenden

Allgemeine Massnahmen

Die nachstehenden 6 allgemeinen Massnahmen dienen dem Aufbau der Gesamtkampagne und der Instrumente zu deren Begleitung.

- Entwicklung Konzept und Elemente Dachkampagne (M1)
- Kampagnen-Website, Aufbau und Unterhalt (M2)
- Werbekampagne Velo, Aufbau und Umsetzung (M3)
- Velo-Wettbewerb über Social Media, Konzept und Umsetzung (M4)
- Velorouten-Plan Print und elektronisch, Erstellung und Produktion (M5)
- Velofahrkurse, Aufbau und Durchführung (M6)

Aktionen, Events

Die nachstehenden 5 Massnahmen ermöglichen die Durchführung von Aktionen und Events.

- Auftaktevent Mobilitätstag, eventuell jährliche Wiederholung (M7)
- Guerilla-Aktion als ergänzender Auftakt (M8)
- Velorundfahrt mit Medienschaffenden, Präsentation Ziele Veloförderung (M9)
- Auftaktevent kantonale und kommunale Verwaltung, Präsentation Ziele, Sensibilisierung für die Anliegen (M10)
- Event Eröffnung Velovorzugsroute oder wichtige Hauptverbindungen (M11)

Baustellen-Kommunikation

Die nachstehende Massnahme ermöglicht, Baustellen, die den Autoverkehr beeinträchtigen, gezielt für eine Kampagne für den Umstieg aufs Velo zu nutzen.

- Baustellen-Kommunikation, Konzept und Umsetzung, begleitende Medienarbeit (M12)

Veloförderung im Freizeit- und Einkaufsverkehr

Die 3 nachstehenden Massnahmen fokussieren gezielt auf den Freizeit- und Einkaufsverkehr.

- Kampagne Freizeitverkehr, Konzept und Umsetzung, begleitende Medienarbeit (M13)
- SlowUp – Baden Regio, Umsetzung (M14)
- Kampagne Einkaufsverkehr, Konzept und Umsetzung, begleitende Medienarbeit (M15)

Veloservices entlang dem Veloroutennetz

Die beiden nachstehenden Massnahmen stellen Serviceangebote für die Velofahrenden zur Verfügung.

- Velo-Barometer zur Visualisierung des Veloverkehrs (M16)
- Velopumpstationen (M17)

Veloförderung in Schulen

Die beiden nachstehenden Massnahmen fördern die Velonutzung in Schulen.

- Bike to school, Information und Förderung (M18)
- Defi Velo-Wettbewerb, Information und Förderung (M19)

Veloförderung mit Gewerbe

Die nachstehende Massnahme dient vor allem der Veloförderung für das Gewerbe.

- Ausbau Angebot carvelo2go in Wettingen, Brugg und Windisch (M20)

Veloförderung in Unternehmen

Die 3 nachstehenden Massnahmen dienen vor allem der Förderung der Velonutzung in Unternehmen.

- Bike to work, Information und Unterstützung (M21)
- Unterstützung Aufbau Belohnungssystem für Velo-Pendlerinnen (M22)
- Unterstützung Aufbau Fahrzeugflotten mit E-Cargo-Bikes (M23).

4.4 Rahmenbedingungen standortbezogenes Mobilitätsmanagement

4.4.1 Zielsetzungen

Mit geeigneten Rahmenbedingungen für ein standortbezogenes MM werden bei bestehenden, vor allem aber bei neu entstehenden oder sich entwickelnden Standorten die Voraussetzung für die Förderung des Veloverkehrs geschaffen, Die zu optimierenden Rahmenbedingungen tragen auch dazu bei, dass die angestrebte Siedlungsentwicklung und die geplanten flankierenden Massnahmen¹³ zur gewünschten Attraktivierung vor allem der urbanen Räume und zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität in denselben führen können. Die Erreichbarkeit dieser Räume wird dabei prioritär auf den Fuss-, Velo- und öffentlichen Verkehr ausgerichtet.

Als Ziel wird angestrebt, insbesondere in den Planungsinstrumenten „Kommunaler Gesamtplan Verkehr“ (KGV), „Bau- und Nutzungsordnung“ (BNO) sowie in „Sondernutzungsplanungen mit den zugehörigen Sondernutzungsvorschriften“ (SNV) behörden- und grundeigentümerverbindliche Grundlagen zu den nachstehenden Themenbereichen zu schaffen und einen konsequenten Vollzug zu unterstützen. Dabei müssen den Gemeinden entsprechende Grundlagen zur Verfügung gestellt werden.

- Definieren von Spielräumen zum Unterschreiten des Pflicht-Parkplatzbedarfs über die Vorlage eines Mobilitätskonzepts
- Schaffen von Voraussetzungen für autoarme Nutzungen
- Definieren von Möglichkeiten zur Begrenzung der Parkplatzzahl in definierten Raumtypen
- Verankern des Mobilitätsmanagements – Präzisierung Mobilitätskonzept – in kommunalen Planungsinstrumenten
- Bewirtschaftung von öffentlichen Parkfeldern im urbanen Raum
- Voraussetzungen für die Bewirtschaftung von Parkfeldern auf privatem Grund in urbanem Raum schaffen
- Voraussetzungen schaffen, um bei der Erreichbarkeit urbaner Räume prioritär auf den Fuss-, Velo- und öffentlichen Verkehr setzen zu können (z.B. prioritäre Einrichtung von attraktiven Fussverkehrsflächen und Veloabstellplätzen statt Autoabstellplätzen)
- Voraussetzungen für ein konsequentes Umsetzen der bestehenden quantitativen kantonalen Vorgaben zur Erstellung von Velo-Abstellplätzen schaffen
- Festsetzen von hohen qualitativen Anforderungen bei der Erstellung von Velo-Abstellplätzen und konsequentes Umsetzen derselben
- Erstellung von Bike+Ride-Anlagen an geeigneten Umsteigestationen.

¹³ Vgl. dazu SKK Landschaftsarchitekten, Mandat Stadt und Freiraum Region Baden/Wettingen, Erläuterungsbericht.

4.4.2 Rahmenbedingungen für MM im kommunalen Gesamtplan Verkehr

Situationsanalyse

Im Kommunalen Gesamtplan Verkehr (KGV) legen die Gemeinden die langfristigen verkehrlichen Zielsetzungen für ihre Gemeinde fest und stimmen die Entwicklung von Siedlung und Verkehr aufeinander ab. Der KGV dient demnach meist auch als Grundlage für die Erarbeitung beziehungsweise Weiterentwicklung der Bau- und Nutzungsordnung (BNO). Im KGV ist auch das Handlungsfeld des Mobilitätsmanagements zu bearbeiten. In den aktuellen Empfehlungen zum KGV wird für das Mobilitätsmanagement spezifiziert und festgelegt, welches die zentralen Fragestellungen sind (vgl. nachstehende Abbildung 4-6) und welche Mindestanforderungen zu erfüllen sind.

Abbildung 4-6: zentrale Fragestellungen des Mobilitätsmanagements im KGV

Fokus auf...		Darstellung	Zentrale Fragestellungen
Mobilitätsmanagement (MM)	Massnahmen des Mobilitätsmanagements		Sind die Möglichkeiten des MM für die Zielgruppe der Bevölkerung (z.B. Sensibilisierung) ausgeschöpft? Sind die Möglichkeiten des MM für die Zielgruppe der Verkehrserzeuger (z.B. Parkraum-Management) ausgeschöpft?

Quelle: angelehnt an BVU AVK: Empfehlungen zum kommunalen Gesamtplan Verkehr, 2017, S. 13

Beide Kerngemeinden der Räume Baden und Brugg verfügen heute über einen genehmigten KGV.

Massnahmen

Mit den Vorgaben zum KGV und deren konsequentem Vollzug ist für die Zukunft sichergestellt, dass die im Rahmen des OASE-Perimeters neu entstehenden oder aktualisierten KGV's Grundlagen und Zielsetzungen zum Thema Mobilitätsmanagement enthalten. Es soll darauf hin gearbeitet werden, dass die Gemeinden im Gesamtperimeter einen KGV aus eigenem Interesse erarbeiten beziehungsweise entsprechende Aktualisierungen gestützt auf die Anforderungen des Gesamtverkehrskonzepts vornehmen. Wie weit die Gemeinden ggf. zu entsprechenden Massnahmen verpflichtet werden könnten, ist zu einem späteren Zeitpunkt noch zu prüfen.

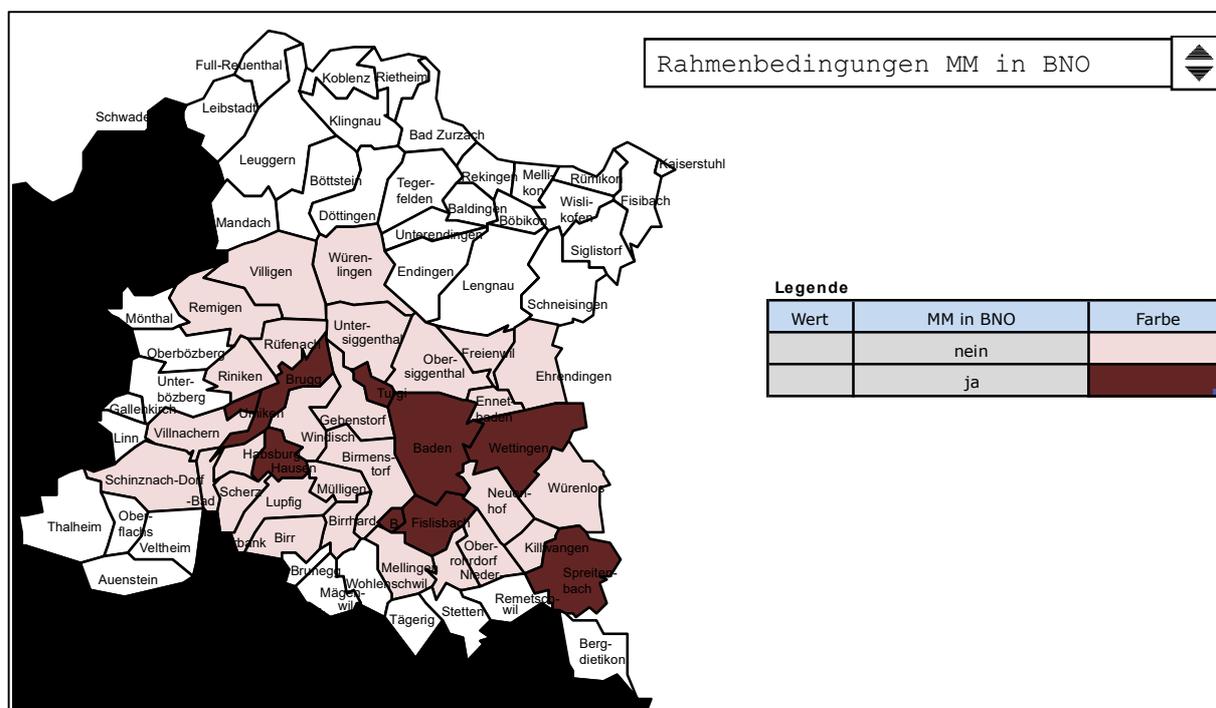
4.4.3 Rahmenbedingungen für MM in BNO und Sondernutzungsvorschriften

Situationsanalyse

Die Bau- und Nutzungsordnungen (BNO) einiger Gemeinden enthalten bereits Rahmenbedingungen für ein standortbezogenes MM. Bei allen Gemeinden im 30-Minuten-Veloparimeter wurde geprüft, ob bereits heute in der BNO Vorschriften enthalten sind, die in bestimmten Fällen über das Instrument eines Mobilitätskonzepts ermöglichen, die Mobilitätsentwicklung innerhalb der Gemeinde bei Bauprojekten aktiv zu gestalten beziehungsweise den Bauherrschaften entsprechende Handlungsmöglichkeiten einzuräumen. Bei den geprüften Instrumenten kann es sich zum Beispiel um generell gültige Vorgaben für ein Mobilitäts-

konzept für autoreduzierte Nutzungen (meist autoreduziertes Wohnen) oder auch nur um solche für ein Mobilitätskonzept in einem einzelnen, definierten Gebiet handeln. Neben der BNO wurden auch weitere Reglemente mit Bezug zur Parkierung geprüft, entsprechende Vorschriften wurden aber ausschliesslich in den analysierten BNO gefunden.

Abbildung 4-7: Gemeinden im 30-Minuten Veloperimeter mit Rahmenbedingungen für Mobilitätskonzepte in BNO; Zustand: heute



Lesebeispiel: Die Gemeinde Spreitenbach verfügt in der BNO über Rahmenbedingungen für Mobilitätskonzepte (dunkel), die Gemeinde Würenlos (hell) nicht. Die Gemeinde Bad Zurzach (weiss) liegt ausserhalb des untersuchten 30-Minuten-Veloperimeters.

Massnahmen

Die Auswertung zeigt, dass entsprechende Vorgaben in den BNO der Kerngemeinden (mit Ausnahme von Windisch) sowie in einzelnen zusätzlichen Gemeinden vorhanden sind. Hier kann direkt auf einen verstärkten Einsatz dieser Vorgaben hingearbeitet werden. In denjenigen Gemeinden des Gesamtperimeters MM (vgl. Abbildung 3.1), die noch über keine entsprechenden Grundlagen in der BNO verfügen, muss in einer ersten Priorität auf die Schaffung der entsprechenden Grundlagen hingearbeitet werden.

Die entsprechenden Regeln und Massnahmen sollen auch in die Sondernutzungsvorschriften (SNV) von innerhalb des Gesamtperimeters entstehenden Gestaltungsplänen integriert werden.

Situation Raum Baden

Unter Federführung von Baden Regio und in Abstimmung mit der Abteilung Verkehr des Kantons Aargau wurden im Rahmen der Erarbeitung eines regionalen Parkraumkonzepts Grundlagen für Vorschriften zur Erstellung und Bewirtschaftung von Parkfeldern sowie die dazu notwendigen Formulierungen und Regelungen im KGV, in der BNO sowie gegebenenfalls in spezifischen Parkierungs-Verordnungen sowie in Sondernutzungsvorschriften erar-

beitet. Die entsprechenden Grundlagen eignen sich auch sehr gut als Basis für die Etablierung von Grundlagen für Massnahmen des Mobilitätsmanagements – einzelne Elemente wie zum Beispiel das Thema „Mobilitätskonzept“ werden denn auch bereits detailliert aufgezeigt. Für die Gemeinden liegen somit konkrete Grundlagen vor, die – nach Prüfung und Anpassung an die spezifische Situation der Gemeinde – direkt umgesetzt werden können. Die Federführung der entsprechenden Arbeiten liegt bei den Gemeinden, über die Geschäftsstelle von Baden Regio erfolgt die entsprechende Koordination.

Im Rahmen des Gesamtverkehrskonzepts wird vorgesehen, dass alle im Gesamtperimeter MM (vgl. Abbildung 3-1) gelegenen Gemeinden die im Konzept vorgesehenen Planungsschritte umsetzen und die entsprechenden Massnahmen etablieren und anwenden. Aufgrund der übergeordneten Zielsetzungen des Gesamtverkehrskonzepts sind die bestehenden Grundlagen auf Optimierungsbedarf zu prüfen und ggf. entsprechend anzupassen.

Ergänzend zu den so geschaffenen planerischen Grundlagen können die Gemeinden auf die bestehenden kantonalen Angebote zurückgreifen, darunter auch diejenigen von aargaumobil.

Situation Raum Brugg

Für den Raum Brugg liegen noch keine gemeindeübergreifenden Grundlagen zum Mobilitätsmanagement vor. Die für das Gesamtverkehrskonzept notwendigen Grundlagen müssen daher auf Stufe von Brugg Regio in einem noch zu bildenden gemeindeübergreifenden Projekt erarbeitet und festgelegt werden. Die Unterlagen aus dem Raum Baden stehen dazu als Grundlagen zur Verfügung.

Auch im Raum Brugg kann ergänzend zu den zu schaffenden planerischen Grundlagen auf die bestehenden kantonalen Angebote zurückgegriffen werden, darunter auch diejenigen von aargaumobil.

5 Kosten

5.1 Veloverkehrskampagne

Die Kosten für die Vorbereitung und Umsetzung der Veloverkehrskampagne werden auf rund 3.1 Mio. CHF geschätzt, bei einer Laufzeit von 11 Jahren (Zeitperiode 1: 1 Jahr Vorbereitung und 3 Jahre Laufzeit, Zeitperiode 2: 3 Jahre Laufzeit, Zeitperiode 3: 3 Jahre Laufzeit). Dies ergibt durchschnittliche Kosten von 280'000 CHF pro Jahr.

5.2 Rahmenbedingungen standortbezogenes Mobilitätsmanagement

Für den Raum Brugg sind – in Anlehnung an die entsprechende Vorlage aus dem Raum Baden Regio – die Grundlagen für die Integration des MM in ihre Planungsinstrumente (KGV, BNO und SNV) zu erarbeiten und mit den Gemeinden abzustimmen. Gleichzeitig ist für den Raum Baden zu prüfen, wie weit die bereits bestehenden Grundlagen optimiert beziehungsweise die Verbindlichkeit ihrer Anwendung verstärkt werden muss. Die Kosten für die Vorbereitung und Umsetzung der entsprechenden Massnahmen werden auf rund CHF 50'000.- geschätzt.

Die notwendigen laufenden Prüf- und Abstimmungsarbeiten sowie die Betreuung der Bewilligungsprozesse sind in bestehenden Pflichtenheften der kommunalen und kantonalen Verwaltung beziehungsweise über heute bestehende kantonale Angebote (zum Beispiel aargomobil) abgedeckt.

Für die Erarbeitung von Grundlagen zu Organisation, Pflichtenheft und Finanzierung einer Organisationseinheit bruggmobil durch Brugg Regio sowie für entsprechende Inputs zur Optimierung der Organisation von badenmobil werden ebenfalls Aufwendungen von rund CHF 50'000.- geschätzt. Die Existenz dieser Organisationseinheiten ist ihrerseits eine wichtige Rahmenbedingung für die Umsetzung von Massnahmen der Veloverkehrskampagne und weiterer Massnahmen des Mobilitätsmanagements.

Insgesamt ergeben sich so einmalige Kosten von rund CHF 100'000.-, die verteilt auf 2-3 Jahre anfallen dürften.

5.3 Gesamtkosten

Insgesamt ist also mit folgenden beim Kanton anfallen Kosten für das MM-Programm zu rechnen:

Veloverkehrskampagne	CHF 280'000 über 11 Jahre = 3.1 Mio.
Rahmenbedingungen standortbezogenes MM	CHF 33'000 über 3 Jahre = 0.1 Mio.
Gesamthaft	CHF 3.2 Mio. (exkl. MWSt.)

Anhang A-1: Veloverkehrskampagne

Nachstehend finden sich die Details zu den im Kapitel 4.3.6 umschriebenen Massnahmen der Veloverkehrskampagne.

Tabelle 0-1: Kampagnen-Massnahmen – direkte Kommunikation mit den Verkehrsteilnehmenden

#	Massnahme	Kurzbeschreibung	Zielgruppen	Botschaften/Argument	Termin	Zuständigkeit für Aufbau und Umsetzung	Priorisierung nach Wichtigkeit (1: hoch, 3: tief)
Allgemeine Massnahmen							
M1	Entwicklung Konzept und Elemente Dachkampagne	Entwicklung Konzept Dachkampagne mit genauem Massnahmenbeschreibung, Zeitplan und Budget. Entwicklung Kommunikationselemente wie Logo, Slogan, Bildwelt, Textbausteine, Basispräsentation, Flyer, Imagefilm. Suche nach einer Kampagnen-Gallionsfigur. Evtl. mit Adaption für die beiden Teilräume.	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 1	badenmobil, (bruggmobil)	1
M2	Kampagnen-Webseite	Kampagnen-Webseite als zentrale Info-Plattform, dazu evtl. Social-Media-Kanäle (Facebook, Instagram), Konzept, Redaktion, Design, Programmieren, Unterhalt, Bewirtschaftung.	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2 / Zeitperiode 3	badenmobil, (bruggmobil)	1
M3	Werbekampagne Velo	Imagekampagne für das Velo, z.B. mit Plakaten, Inseraten, Kinowerbung, Social-Media-Ads. Konzept und Umsetzung, inkl. Media-Kosten.	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 1, 2 und 3: je einmal im ganzen FFV-Perimeter	badenmobil, (bruggmobil)	2
M4	Velo-Wettbewerb über Social Media	Velo-Wettbewerb für die ganze Bevölkerung, z.B. eine Schnitzeljagd im FRV-Perimeter mit der Aufforderung, Fotos von den Stationen zu machen und mit Hashtag auf Social Media zu laden. Verlosung von Preisen unter allen Teilnehmenden. Konzept und Umsetzung. Begleitende Medienarbeit.	Gesamte Bevölkerung, Fokus Familien	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 1, 2 und 3: je einmal im ganzen FFV-Perimeter	badenmobil, (bruggmobil)	2
M5	Velorouten-Plan Print und elektronisch	Velorouten-Plan mit allen neuen Routen, Abgabe an die gesamte Bevölkerung im FVV-Perimeter. Design, Produktion, Vertrieb.	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 2 oder 3: bei Eröffnung der neuen Velorouten	badenmobil, (bruggmobil)	2
M6	Velofahrkurse	Velofahrkurse für Kinder und Erwachsene, v.a. Migrantinnen, ältere Personen	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 1, 2 und 3: je einmal im ganzen FVV-Perimeter	badenmobil, (bruggmobil)	3

Fortsetzung Tabelle 0-1

#	Massnahme	Kurzbeschreibung	Zielgruppen	Botschafter/Argument	Termin	Zuständigkeit für Aufbau und Umsetzung	Priorisierung nach Wichtigkeit (1: hoch, 3: tief)
Aktionen, Events							
M7	Auftaktevent Mobilitätstag, evtl. jährliche Wiederholung	Auftaktevent gleichzeitig mit der Aufschaltung der Webseite: Bekanntgebung der Ziele Veloförderung, Sensibilisierung für die verkehrlichen Herausforderungen, Vorstellen Gallionsfigur, Veloparcours, Test E-Bikes, E-Cargo-Bikes, Reparatur-Workshop, Velo-Waschanlage etc. Konzept und Umsetzung. Begleitende Medienarbeit.	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 1: je ein Mobilitätstag in Brugg, Baden, Wettingen; Zeitperiode 2 und 3: analog	badenmobil, (bruggmobil)	1
M8	Guerilla-Aktion	Als Auftakt zum Mobilitätstag: Guerilla-Aktion in Baden und Brugg, z. B. Velo-Rätsel im öffentlichen Raum, die erst am Mobilitätstag aufgelöst werden. Konzept und Umsetzung. Begleitende Medienarbeit.	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	Zeitperiode 1: je eine Aktion in Brugg, Baden, Wettingen;	badenmobil, (bruggmobil)	2
M9	Velorundfahrt mit Medienschaaffenden	Veloausflug von Kantons- und Gemeindeexekutivmitglieder mit eingeladenen Journalisten, Präsentation der Ziele Veloförderung. Konzept und Umsetzung.	Gesamte Bevölkerung (via Medien)	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	vor dem Auftaktevent Mobilitätstag; Zeitperiode 1: je einmal im Raum Wettingen/Baden und Brugg/Windisch; Zeitperiode 2 und 3: analog	badenmobil, (bruggmobil)	1
M10	Auftaktevent kantonale und kommunale Verwaltung	Veloausflug mit den kantonalen und kommunalen Angestellten in den relevanten Departements, Präsentation der Ziele Veloförderung, Sensibilisierung für die Anliegen, Konzept und Umsetzung.	betroffene Verwaltungsangestellte Kt. Aargau, OASE-Gemeinden	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass.	vor dem Auftaktevent Mobilitätstag; Zeitperiode 1: je einmal im Raum Wettingen/Baden und Brugg/Windisch; Zeitperiode 2 und 3: analog	Kanton Aargau, ATB, betroffene Gemeinden	1
M11	Event Eröffnung Velovorzugsroute oder wichtige Hauptverbindungen	Offizielle Eröffnung von Abschnitten der Velovorzugsroute oder Hauptverbindungen, mit Fest für die Bevölkerung. Konzept und Umsetzung. Begleitende Medienarbeit.	Gesamte Bevölkerung	Velofahren ist schnell und praktisch.	Zeitperiode 2 oder 3: ab 3 Monate vor Eröffnung.	Kanton Aargau, ATB, betroffene Gemeinden	1

Fortsetzung Tabelle 0-1

#	Massnahme	Kurzbeschreibung	Zielgruppen	Botschaften/Argument	Termin	Zuständigkeit für Aufbau und Umsetzung	Priorisierung nach Wichtigkeit (1: hoch, 3: tief)
Veloförderung bei Baustellen							
M12	Baustellen-Kommunikation	Bei Baustellen, die den Autoverkehr beeinträchtigen: Gezielte Kampagne für den Umstieg aufs Velo in dieser Zeit. Konzept und Umsetzung. Begleitende Medienarbeit.	MIV-Pendlerinnen und Pendler im Einzugsgebiet Baustelle	Velo ist schnell, praktisch, kostengünstig und gesund.	Zeitperiode 2 und 3: ab 6 Monate vor Baubeginn bis Abschluss Bauarbeiten	Kanton Aargau, ATB, betroffene Gemeinden	1
Veloförderung im Freizeit- und Einkaufsverkehr							
M13	Kampagne Freizeitverkehr	Kampagne zur Nutzung des Velos im Freizeitverkehr, z.B. mit einem Wettbewerb für alle, die mit dem Velo ins Kino, Freibad, Sportanlage, etc. fahren. Konzept und Umsetzung. Begleitende Medienarbeit.	Personen im Freizeitverkehr	Velofahren macht Spass, ist praktisch und gesund.	Zeitperiode 1, 2 und 3: je einmal im ganzen FVV-Perimeter	badenmobil, (bruggmobil)	2
M14	slowUp - Baden Regio	Autofreier Erlebnistag auf einem gesperrten Strassenstück von rund 30km Länge. Umsetzung.	Gesamte Bevölkerung, Fokus Familien	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass	Zeitperiode 1, 2 und 3; je einmal im FVV-Perimeter Baden/Wettingen	badenmobil	2
M15	Kampagne Einkaufsverkehr	Kampagne zur Nutzung des Velos im Einkaufsverkehr, z.B. mit einem Wettbewerb. Konzept und Umsetzung. Begleitende Medienarbeit.	Personen im Einkaufsverkehr	Velofahren ist schnell und praktisch.	Zeitperiode 1, 2 und 3: je einmal im ganzen FVV-Perimeter	badenmobil, (bruggmobil)	2
Veloservices entlang dem Veloroutennetz							
M16	Velo-Barometer	Installation von 5 Velobarometern entlang vielbefahrenen Velorouten und insb. entlang Velovorzugsrouten zur Visualisierung des Veloverkehrs. Begleitende Medienarbeit.	Bevölkerung Einzugsgebiet Veloroute, interessierte Unternehmen	Velofahren ist schnell und beliebt.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2	betroffene Gemeinden	1
M17	Velopumpstationen	Installation von 10 Velopumpstationen an vielbefahrenen Strecken zur Erleichterung und Sichtbarmachen des Velofahrens. Auch Installation bei interessierten Unternehmen möglich. Material und Installation. Begleitende Medienarbeit.	Bevölkerung Einzugsgebiet Veloroute, interessierte Unternehmen	Velofahren ist praktisch und kostengünstig.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2	betroffene Gemeinden	1

Tabelle 0-2: Kampagnen-Massnahmen – indirekte Kommunikation über Standortbetreibende

#	Massnahme	Kurzbeschreibung	Zielgruppen	Botschaften/Argument	Termin	Zuständigkeit für Aufbau und Umsetzung	Priorisierung nach Wichtigkeit (1: hoch, 3: tief)
Veloförderung in Schulen							
M18	Bike to school	Förderung des Bike to school-Wettbewerbs bei Schulen. Information der Schulen.	Schülerinnen und Schüler via Schulen	Velofahren macht Spass und ist gesund.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2 / Zeitperiode 3	aargaomobil, badenmobil, (bruggmobil)	2
M19	Defi Velo	Förderung des Defi Velo-Wettbewerbs bei Schulen der Oberstufe. Information der Schulen.	Schülerinnen und Schüler via Schulen (Oberstufe)	Velofahren macht Spass und ist gesund.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2 / Zeitperiode 3	aargaomobil, badenmobil, (bruggmobil)	2
Veloförderung mit Gewerbe							
M20	Ausbau carvelo2go Wettingen und Teilraum Brugg/Windisch	carvelo2go startete kürzlich in Baden. Ausweitung auf Wettingen, Aufbau in Brugg/Windisch. Ziel: Je 5 Standorte in Wettingen und Brugg/Windisch	gesamte Bevölkerung, Fokus Familien via Hosts (Unternehmen, Verwaltungen)	Velofahren ist schnell, praktisch, gesund, kostengünstig, umweltschonend, beliebt und macht Spass	Zeitperiode 1	betroffene Gemeinden	2
Veloförderung in Unternehmen							
M21	Bike to work	Förderung des Bike to work-Wettbewerbs bei Unternehmen und bei Gemeindeverwaltungen. Information und Beratung.	Arbeitnehmende via Unternehmen, Verwaltung	Velofahren ist gesund, kostengünstig und raumsparend.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2 / Zeitperiode 3	aargaomobil, badenmobil, (bruggmobil)	2
M22	Belohnungssystem für VelopendlerInnen - Beratung	Anreiz ähnlich eines öV-Zustupfs für VelopendlerInnen. Information und Beratung.	Arbeitnehmende via Unternehmen	Velofahren ist gesund, kostengünstig und raumsparend.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2 / Zeitperiode 3	aargaomobil	1
M23	Fahrzeugflotten mit E-Cargo-Bikes - Beratung	Anreize für kommunale Verwaltungen und grosse Unternehmen, kleinere Nutzfahrzeuge durch E-Cargo-Bikes zu ersetzen. Information, Beratung, evtl. finanzielle Unterstützung.	Angestellte via Verwaltungen, grosse Unternehmen	Velofahren ist gesund, kostengünstig und raumsparend.	Zeitperiode 1 / Zeitperiode 2 / Zeitperiode 3	aargaomobil	1

Anhang A-2: Potenzialanalysen

Nachstehend finden sich die Ergebnisse der durchgeführten Potenzialanalysen zu den Programmelementen „Veloverkehrskampagne“ (Kapitel 4.3) und „Rahmenbedingungen standortbezogenes Mobilitätsmanagement“ (Kapitel 4.4).

A: Potenzial Veloverkehrskampagne

Für die Analyse, wieweit in einzelnen Gemeinden ein Potenzial für eine Veloverkehrskampagne gegeben ist, wurden die nachstehenden Indikatoren untersucht:

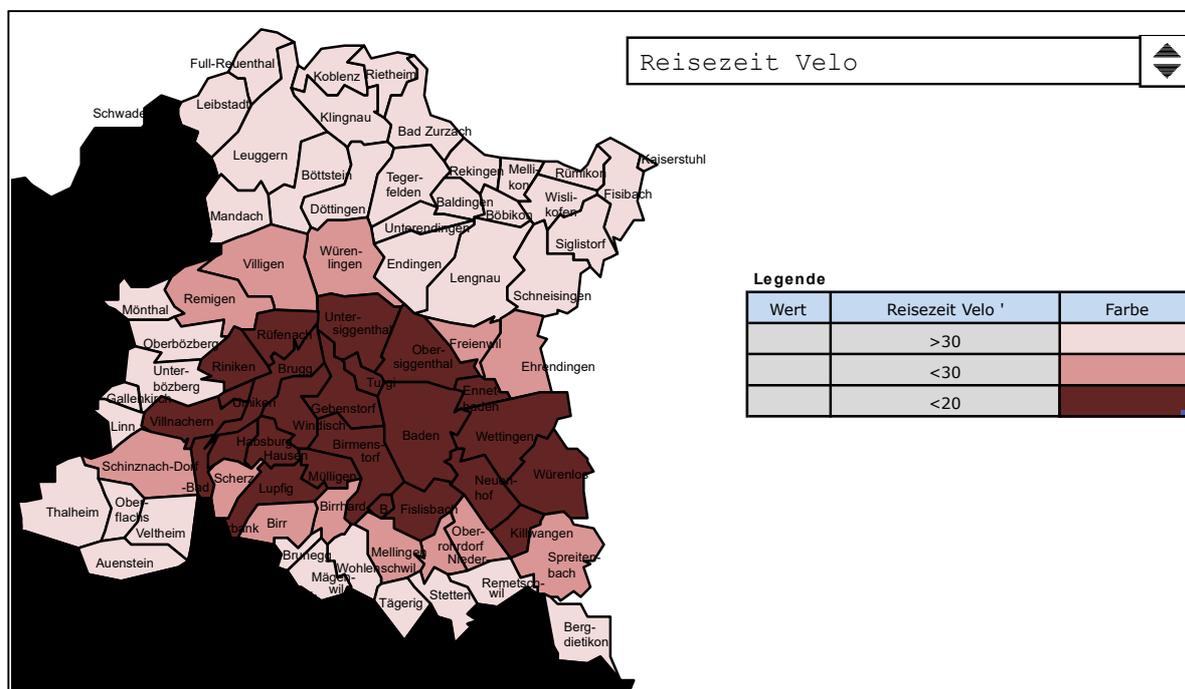
- Veloreisezeit zum Zentrum der nächstgelegenen Kerngemeinde Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch (a)
- Durchschnittlicher Werktagsverkehr (DTV) der Gemeinde zur nächstgelegenen Kerngemeinde Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch (b)
- Erwarteter Einwohnerzuwachs bis 2040 und Stand noch unüberbauter Bauzonen (c)
- Bestandteil des Bearbeitungsperimeters FVV-Konzept (vgl. Abb. 2-4) (d).

a) Veloreisezeit

Ein Potenzial für eine Veloverkehrskampagne im OASE-Raum ist in denjenigen Gemeinden vorhanden, von denen aus das nächstgelegene Ortszentrum einer Kerngemeinde innert zumutbarer Zeit mit dem Velo erreichbar ist. Allgemein als zumutbar eingestuft wird eine Veloreisezeit von 20 Minuten, was ohne Steigung etwa einer Distanz von 5 km entspricht. Mit der zunehmenden Verbreitung von E-Bikes wird dieser Perimeter weiter ausgedehnt, da einerseits die Geschwindigkeit zunimmt und andererseits der Kraftaufwand sinkt.

Die folgende Darstellung zeigt die Gemeinden im 20- und im 30-Minuten-Perimeter für motorlose Fahrräder. Es wird jeweils die längere Reisezeit beider Richtungen (bergauf) von Zentrum bis Zentrum gemäss Google Maps berücksichtigt.

Abbildung I: 20- und 30-Minuten-Perimeter Veloverkehr



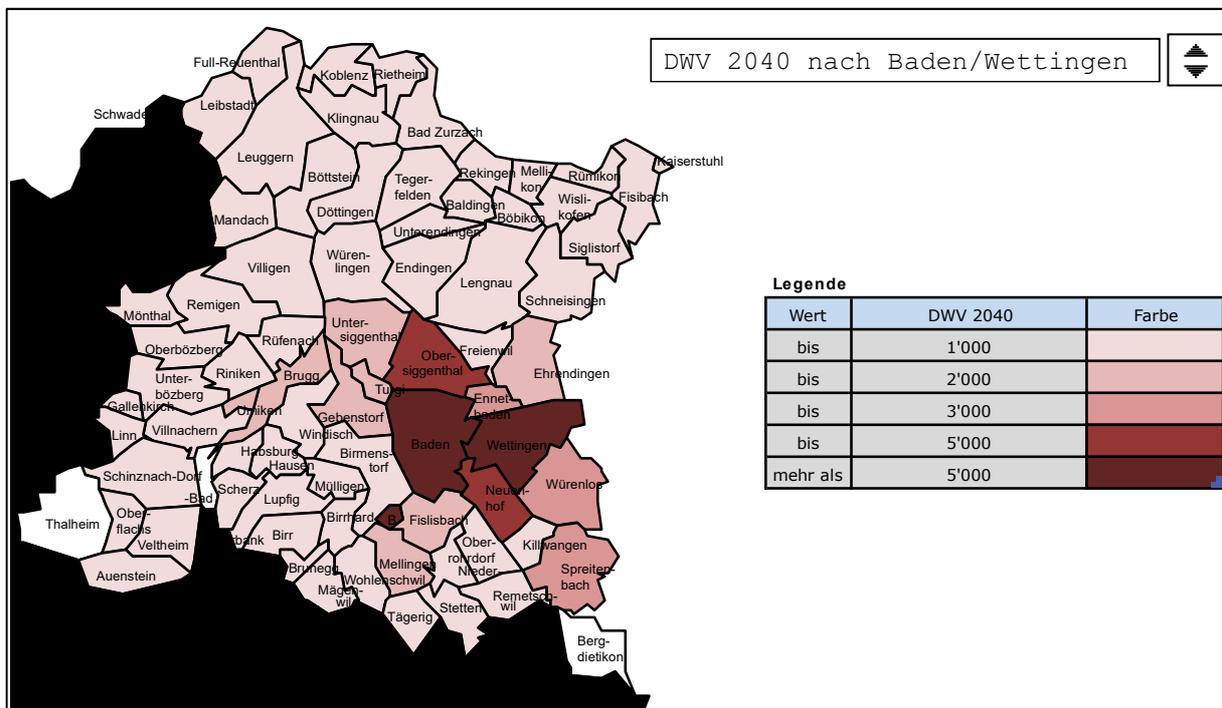
Quelle: Google Maps

Die Gemeinden mit mehr als 30 Minuten Veloreisezeit zum nächsten Kernzentrum weisen nur ein geringes Potenzial für eine Veloverkehrskampagne auf.

b) Werktagsverkehr zwischen jeder Gemeinde und dem Zentrum

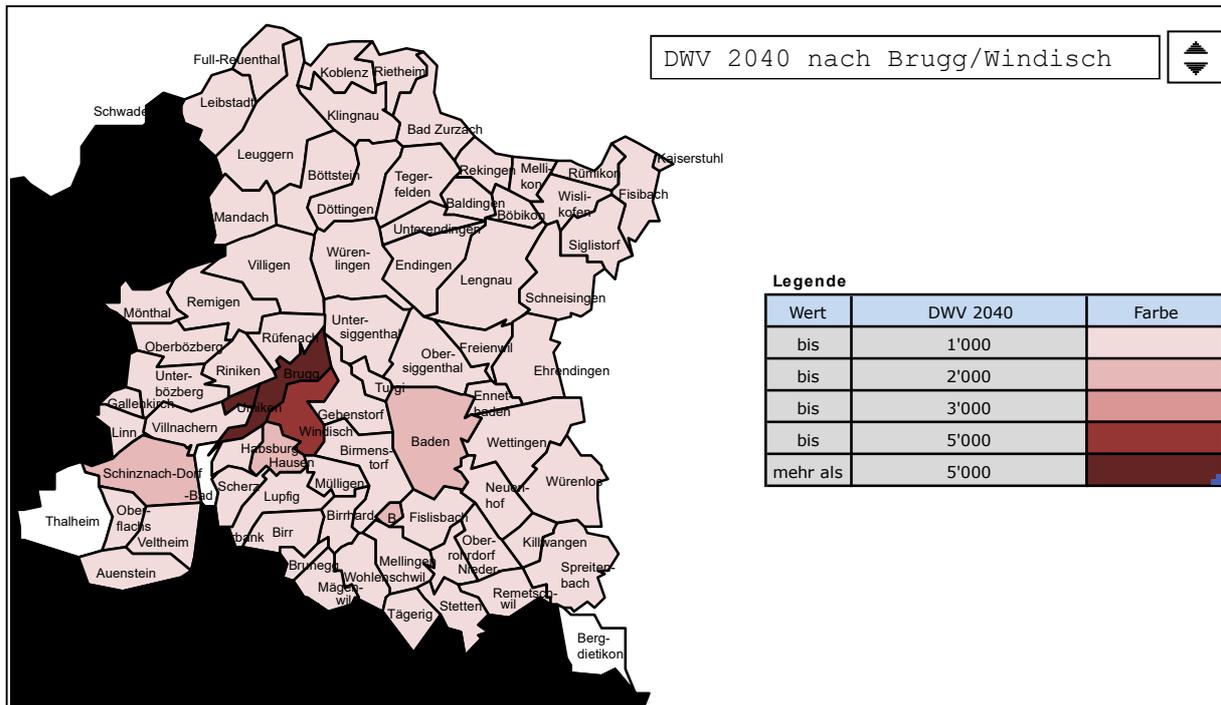
Um das Potenzial in den näher gelegenen Gemeinden weiter einzugrenzen, werden in der Folge weitere Indikatoren untersucht und bei Eignung berücksichtigt. So ist ein hohes Verkehrsaufkommen im MIV zwischen dem jeweiligen Gemeindegebiet und den Ortszentren der Kerngemeinden Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch eine Voraussetzung für ein Kampagnenpotenzial, da das Ziel der Kampagne eine Umlagerung vom MIV zum Veloverkehr ist. Als entsprechender Indikator wird der prognostizierte durchschnittliche Werktagsverkehr (DWV; ausgelöst von der jeweiligen Gemeinde in Richtung Kerngemeinde für das Jahr 2040) beigezogen.

Abbildung II: Durchschnittlicher Werktagsverkehr aus dem jeweiligen Gemeindegebiet ins Zentrum Baden und/oder Wettingen (nur Zentrumsrichtung)



Quelle: Verkehrsmodell rGVK OASE

Abbildung III: Durchschnittlicher Werktagsverkehr aus dem jeweiligen Gemeindegebiet ins Zentrum Brugg und/oder Windisch (nur Zentrumsrichtung)



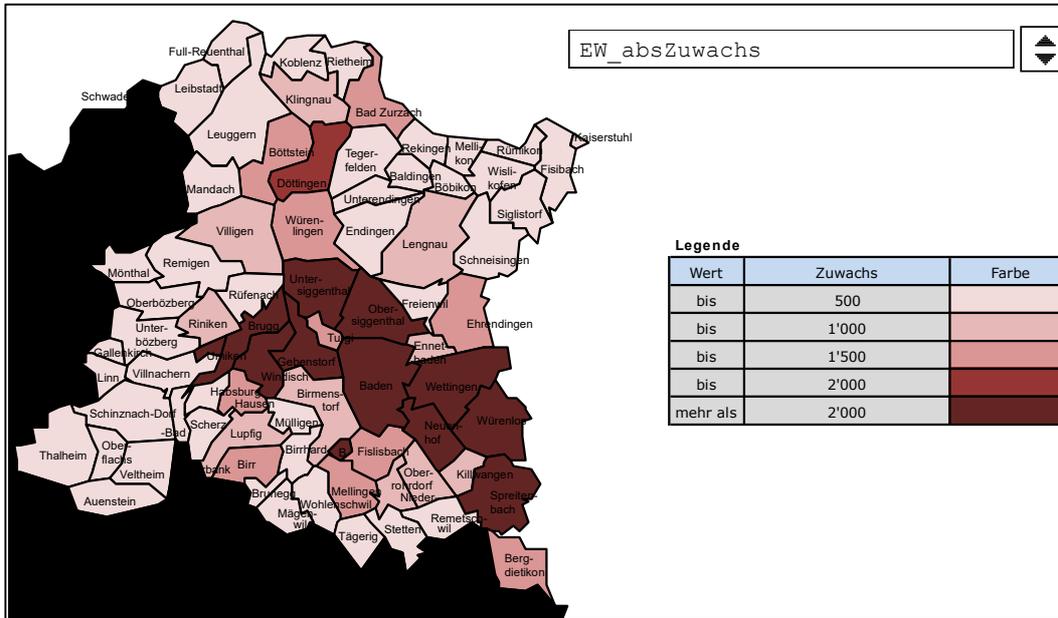
Quelle: Verkehrsmodell rGVK OASE

Im Folgenden wurde festgelegt, dass Gemeinden mit einem DWV von unter 1'000 Fahrten in die Kerngemeinden kein genügendes Potenzial für eine Veloverkehrskampagne aufweisen.

c) Einwohnerzuwachs und unüberbaute Bauzonen

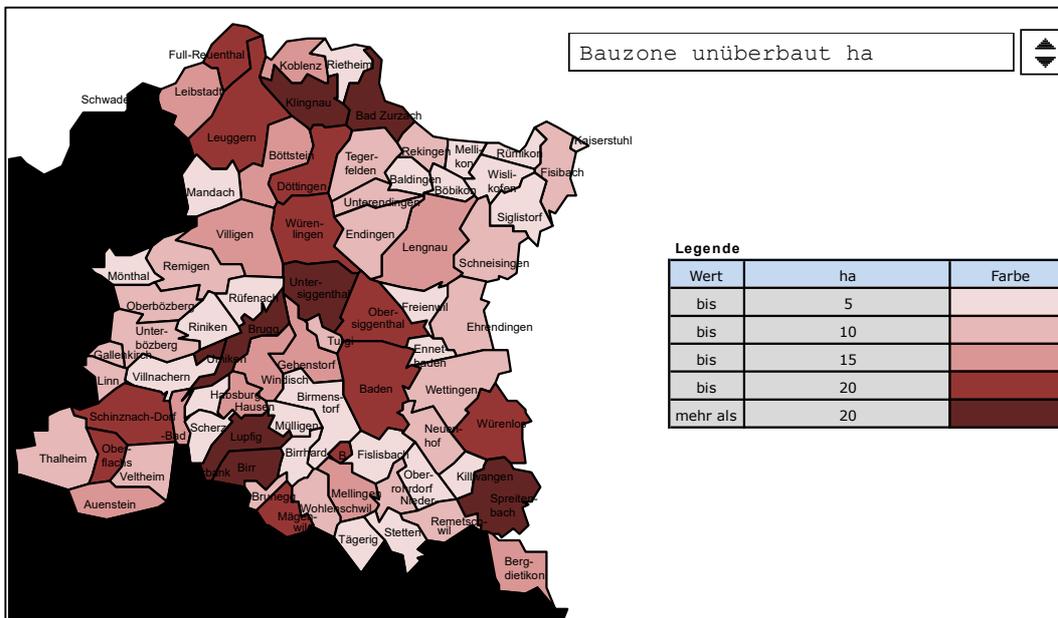
Gemeinden, für die aufgrund der vorliegenden Bevölkerungsprognosen mit zahlreichen Neuzuzügern gerechnet wird, weisen ein höheres Kampagnenpotenzial auf. Die Grössen „Einwohnerzuwachs bis 2040“ und „Fläche der unüberbauten Bauzonen“ sind Indikatoren für dieses Potenzial.

Abbildung IV: Prognose Einwohnerzuwachs 2012 bis 2040



Quelle: Auswertung EBP, 27.3.2017

Abbildung V: Unüberbaute Bauzonen in Hektaren (ha); Stand 2015



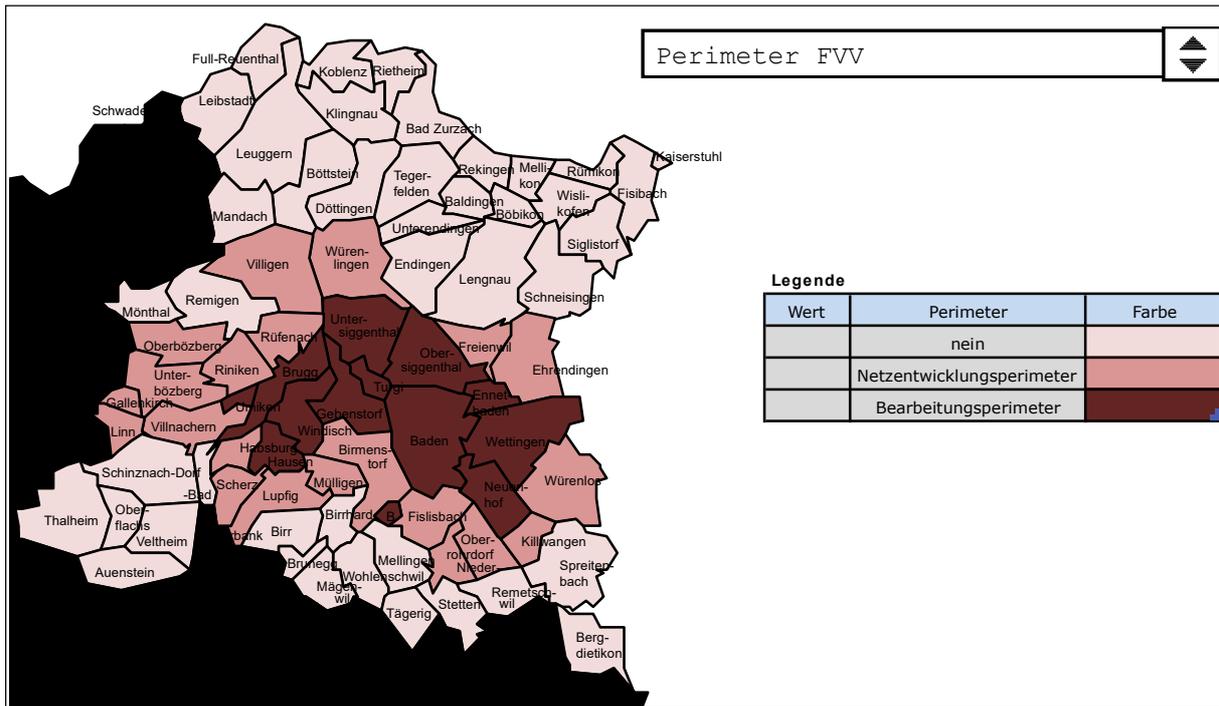
Quelle: Auswertung BVU ARE

Von einem hohen Potenzial wird bei einem Einwohnerzuwachs von über 1'000 oder unüberbautem Bauland von mehr als 20 ha ausgegangen.

d) Zugehörigkeit zum Massnahmenperimeter FVV-Konzept

Für die Potenzialabschätzung wird als weiteres Kriterium die Perimetererteilung gemäss dem rGVK OASE-Mandat Fuss und Veloverkehr (FVV) in generalisierter Form berücksichtigt. Gemeinden im Perimeter des FVV-Konzepts weisen ein erhöhtes Potenzial für eine Veloverkehrskampagne auf, insbesondere im Bearbeitungsperimeter, wo die Umsetzung von FVV-Massnahmen vorgesehen wird.

Abbildung VI: Perimeter FVV



Quelle: angelehnt an Metron, Entwurf 14. Oktober 2018, S. 8

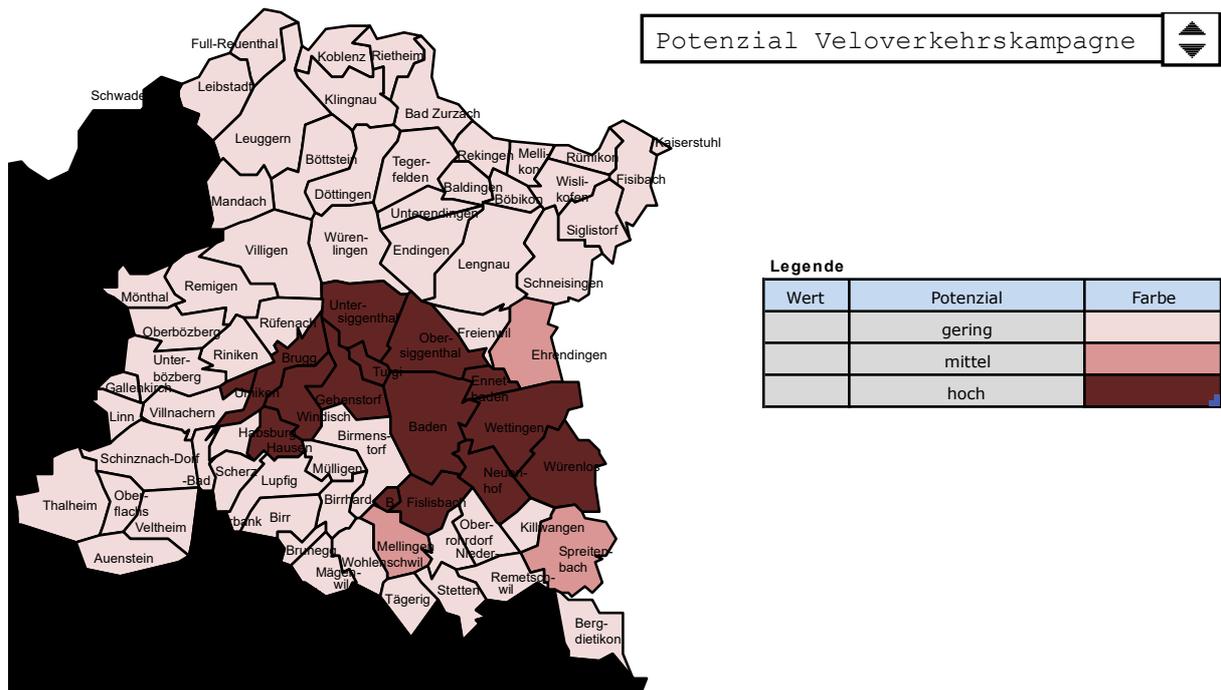
In der folgenden Tabelle I werden die vorstehend umschriebenen Indikatoren zusammengefasst und in ihrem Zusammenspiel interpretiert. Das Potenzial für eine Veloverkehrskampagne wird als hoch eingestuft, wenn das Kriterium DWV 2040 und mindestens zwei weitere Kriterien erfüllt sind. Ist neben dem zwingenden Kriterium DWV 2040 noch ein weiteres Kriterium erfüllt, wird das Potenzial als mittel eingestuft, bei weniger erfüllten Kriterien als gering.

Tabelle I: Potenzial Veloverkehrskampagne in Gemeinden im 30-Minutenperimeter

Gemeinde	Veloreisezeit < 20 Minuten	DWV 2040 > 1'000	Zuwachs > 1'000 EW o. 20 ha Bauland	Bearbeitungsperimeter FVV-Konzept	Potenzial Veloverkehrskampagne
Baden	X	X	X	X	hoch
Birmenstorf (AG)	X				gering
Birr			X		gering
Birrhard					gering
Brugg	X	X	X	X	hoch
Ehrendingen		X	X		mittel
Ennetbaden	X	X		X	hoch
Fislisbach	X	X	X		hoch
Freienwil					gering
Gebenstorf	X	X	X	X	hoch
Habsburg	X				gering
Hausen (AG)	X	X	X	X	hoch
Killwangen	X				gering
Lupfig	X		X		gering
Mellingen		X	X		mittel
Mülligen					gering
Neuenhof	X	X	X	X	hoch
Niederrohrdorf					gering
Oberrohrdorf					gering
Obersiggenthal	X	X	X	X	hoch
Remigen					gering
Riniken	X				gering
Rüfenach	X				gering
Scherz					gering
Schinznach-Bad	X				gering
Schinznach-Dorf		X			gering
Spreitenbach		X	X		mittel
Turgi	X	X	X	X	hoch
Untersiggenthal	X	X	X	X	hoch
Villigen					gering
Villnachern	X				gering
Wettingen	X	X	X	X	hoch
Windisch	X	X	X	X	hoch
Würenlingen			X		gering
Würenlos	X	X	X		hoch

Ein klares Potenzial für eine Veloverkehrskampagne weisen alle Gemeinden im Bearbeitungsperimeter des FVV-Konzepts sowie die beiden daran angrenzenden Gemeinden Fislisbach und Würenlos auf. Ehrendingen, Mellingen und Spreitenbach bieten ein mittleres Potenzial, die übrigen Gemeinden nur ein geringes. Im Raum Zurzibiet besteht in keiner Gemeinde ein Potenzial.

Abbildung VII: Potenzial Veloverkehrskampagne gemäss Tabelle I

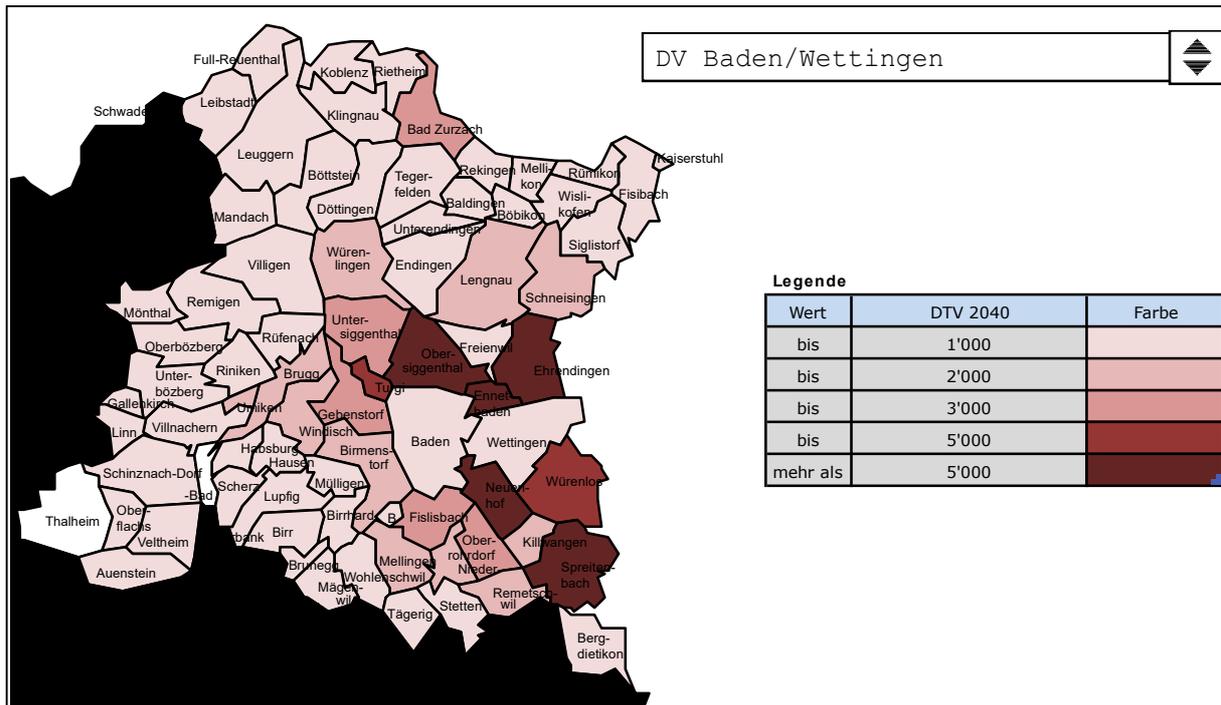


B: Potenzial Rahmenbedingungen für MM

Das Potenzial zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für standortbezogenes MM basiert grösstenteils auf den gleichen Indikatoren wie das Potenzial für eine Veloverkehrskampagne. Die Komponente Veloreisezeit zu den Kerngemeinden fällt jedoch weg, da bei den Grundlagen zum Mobilitätsmanagement auch weitergehende Themen und Verkehrsmittel angesprochen werden, so zum Beispiel auch Massnahmen zur Förderung der ÖV-Nutzung.

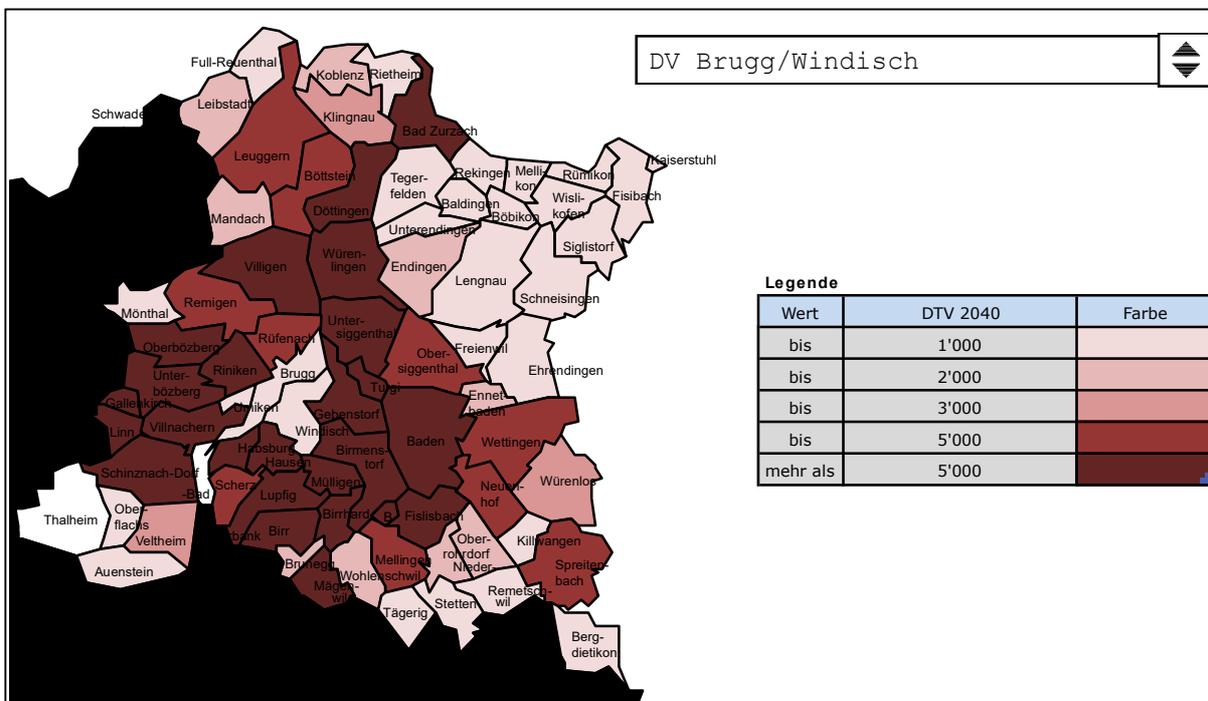
Dafür wird für die Abschätzung des Potenzials Rahmenbedingungen MM zusätzlich der Durchgangsverkehr durch die Kerngemeinden der beiden Räume Baden und Brugg beigezogen (vgl. nachstehende Abbildungen VIII und IX). Dieser ist beim Potenzial für eine Veloverkehrskampagne aufgrund der grösseren Distanzen nicht von Bedeutung.

Abbildung VIII: Durchgangsverkehr Baden/Wettingen ohne Baregg, DTV 2040, Fahrten durch Baden und Wettingen doppelt gezählt



Quelle: Auswertung EBP, 29.3.2017

Abbildung IX Durchgangsverkehr Brugg/Windisch, DTV 2040, Fahrten durch Brugg und Windisch doppelt gezählt



Quelle: Auswertung EBP, 29.3.2017

Ein hohes Potenzial bezüglich Durchgangsverkehr weisen diejenigen Gemeinden auf, die mehr als 5'000 Fahrten DTV 2040 durch die Kerngemeinden Baden, Wettingen, Brugg oder Windisch generieren.

Als Voraussetzung für ein Potenzial für Massnahmen „Rahmenbedingungen MM“ wird wie beim Potenzial Veloverkehrskampagne angenommen, dass der DWV 2040 in die Kerngebiete mindestens 1'000 Fahrten betragen muss. Da alle Gemeinden ausserhalb des für die Potenzialanalyse Veloverkehrskampagne verwendeten 30-Minuten-Veloreisezeit-Perimeters einen DWV 2040 von unter 1'000 Fahrten aufweisen, brauchen diese nicht weiter berücksichtigt zu werden.

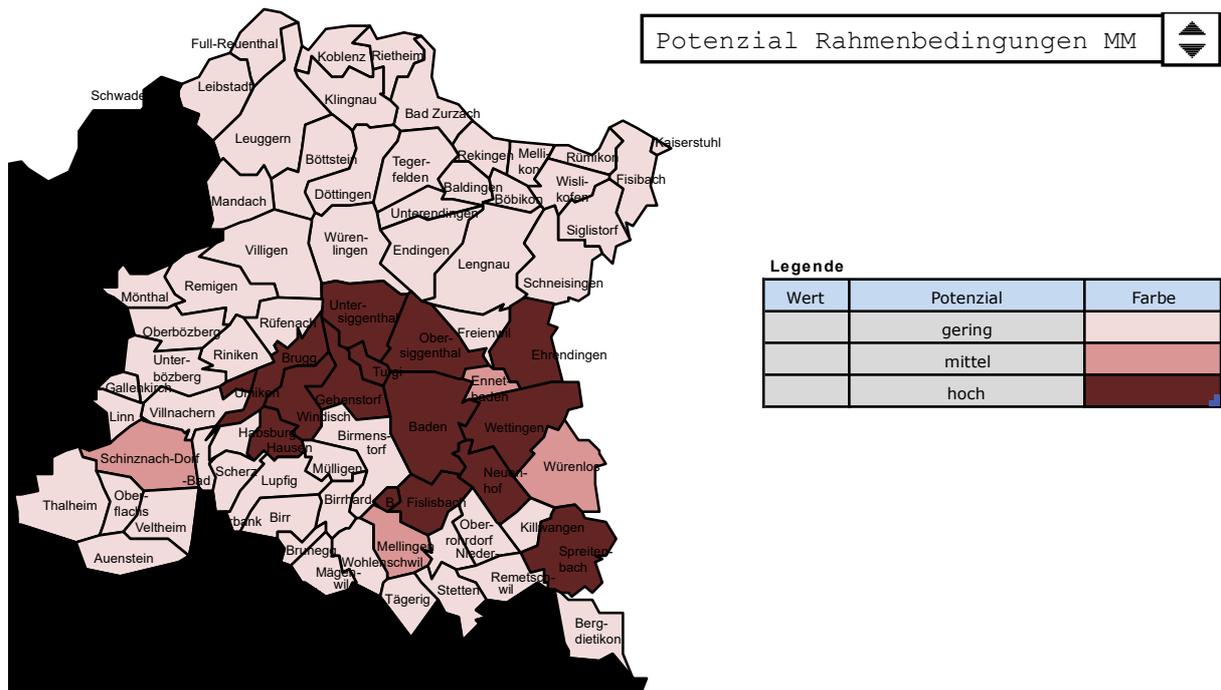
Sind zusätzlich zum zwingenden Kriterium DWV 2040 die beiden Kriterien Einwohnerzuwachs und Durchgangsverkehr erfüllt, wird das Potenzial als hoch eingestuft. Ist nur eines dieser beiden Kriterien erfüllt, liegt ein mittleres Potenzial vor, bei den übrigen Gemeinden ein geringes Potenzial.

Tabelle II: Potenzial Rahmenbedingungen standortbezogenes MM

Gemeinde	DWV 2040 > 1'000	Zuwachs > 1'000 EW o. 20 ha Bauland	Durchgangs- verkehr DTV 2040 > 5'000	Potenzial Rah- menbed. MM
Baden	X	X	X	hoch
Birmenstorf (AG)			X	gering
Birr		X	X	gering
Birrhard			X	gering
Brugg	X	X	X	hoch
Ehrendingen	X	X	X	hoch
Ennetbaden	X		X	mittel
Fislisbach	X	X	X	hoch
Freienwil				gering
Gebenstorf	X	X	X	hoch
Habsburg			X	gering
Hausen (AG)	X	X	X	hoch
Killwangen				gering
Lupfig		X	X	gering
Mellingen	X	X		mittel
Mülligen			X	gering
Neuenhof	X	X	X	hoch
Niederrohrdorf				gering
Oberrohrdorf				gering
Obersiggenthal	X	X	X	hoch
Remigen				gering
Riniken			X	gering
Rüfenach				gering
Scherz				gering
Schinznach-Bad				gering
Schinznach-Dorf	X		X	mittel
Spreitenbach	X	X	X	hoch
Turgi	X	X	X	hoch
Untersiggenthal	X	X	X	hoch
Villigen			X	gering
Villnachern			X	gering
Wettingen	X	X	X	hoch
Windisch	X	X	X	hoch
Würenlingen		X	X	gering
Würenlos	X	X		mittel

Das Potenzial für die Optimierung der „Rahmenbedingungen Massnahmen MM“ deckt sich weitgehend mit dem Potenzial für die Veloverkehrskampagne. Folgende Abweichungen bestehen: Ein hohes statt mittleres Potenzial weisen die Gemeinden Ehrendingen und Spreitenbach auf, ein mittleres statt ein hohes Potenzial die Gemeinden Ennetbaden und Würenlos, ein mittleres statt ein geringes Potenzial die Gemeinde Schinznach Dorf. Auch hier besteht im Raum Zuzibiet in keiner Gemeinde ein Potenzial, wenn das Potenzial auf diese Weise formuliert ist.

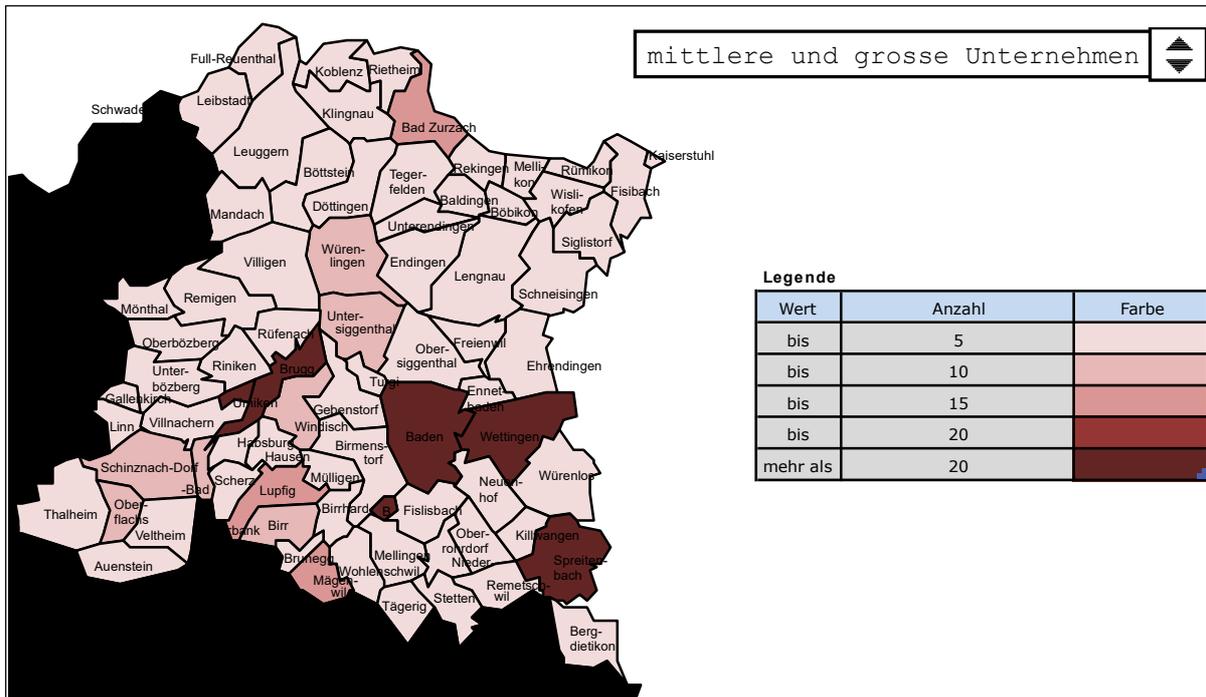
Abbildung X: Potenzial Rahmenbedingungen MM gemäss Tabelle II



C: Einfluss weiterer Indikatoren

Die bisher dargestellten Indikatoren aus den Bereichen Verkehrsaufkommen und Bevölkerung beziehen sich auf die Verkehrsströme mit Bezug zu den Kerngemeinden der OASE-Räume Baden und Brugg. Die Entwicklung der Bevölkerungszahlen in den umliegenden Gemeinden wirkt sich dabei auf das Verkehrsaufkommen während der Hauptverkehrszeiten in Lastrichtung aus. Ergänzend wurden auch arbeitsplatzbezogene Indikatoren ausgewertet, die sich teilweise auch auf die Gegenlastrichtung Kerngemeinden – umliegende Gemeinden sowie auf Verkehr ohne direkten Bezug zu den Kerngemeinden beziehen. Die im Folgenden dargestellten Auswertungen zu den Indikatoren „Anzahl mittlere und grosse Unternehmen“ sowie „Zuwachs Vollzeitäquivalente“ werden daher ergänzend berücksichtigt.

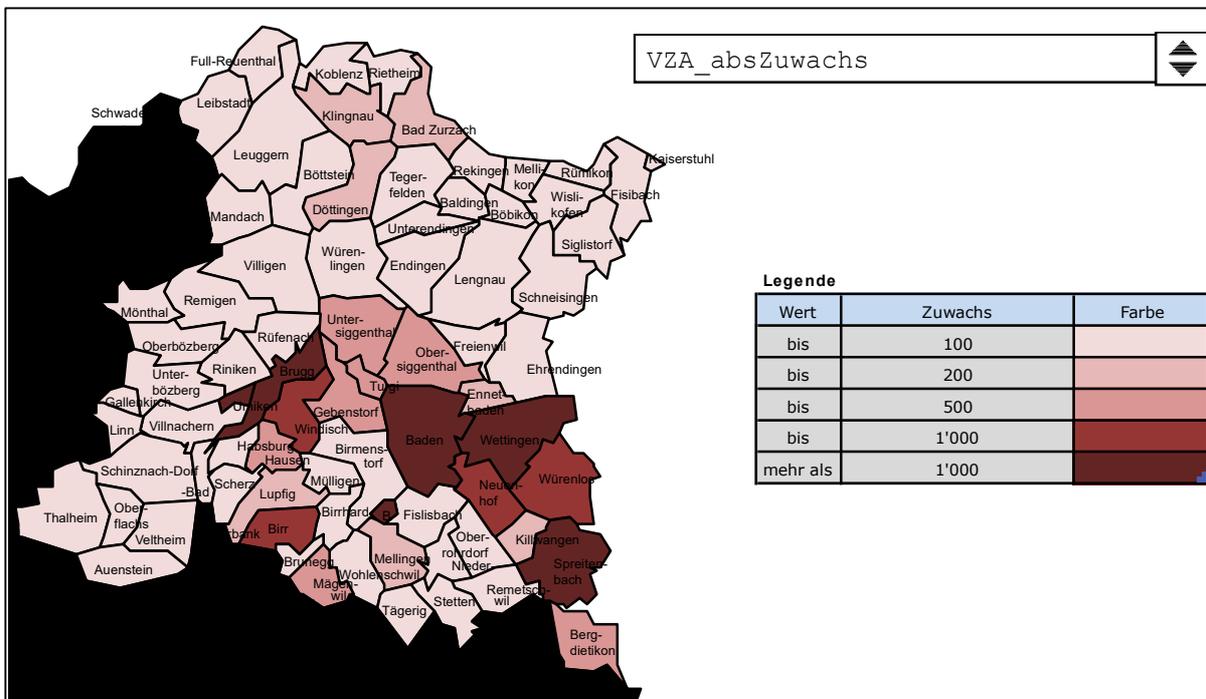
Abbildung XI: Anzahl Unternehmen mit mehr als 50 Vollzeitäquivalenten



Quelle: BFS STATENT: Arbeitsstätten und Beschäftigte nach Variablen, Jahr, Gemeinde und Grössenklasse 2014

Ausserhalb der Kerngemeinden weist lediglich die Gemeinde Spreitenbach mehr als 50 mittlere und grosse Unternehmen sowie einen prognostizierten Zuwachs von mehr als 1'000 Beschäftigten (Vollzeitäquivalente) auf.

Abbildung XII: Entwicklung Vollzeitäquivalente 2012 - 2040



Quelle: Auswertung EBP, 27.3.2017

Gemeinden mit einem bis 2040 zu erwartenden höheren Zuwachs an Vollzeitäquivalenten finden sich vor allem im ausgewählten Gesamtperimeter. Gemeinden ausserhalb des Gesamtperimeters mit einer massgebenden Entwicklung weisen auf ein Massnahmenpotenzial vor Ort hin, wurden aber im Hinblick auf die Bildung eines für die Umsetzung plausiblen Gesamtperimeters (vgl. Kapitel 3.3) und aufgrund der z.T. nur schwach ausgeprägten verkehrlichen Beziehungen zu den Kerngemeinden der Räume Baden und Brugg nicht in den Gesamtperimeter einbezogen.

Akteure im Prozess rGVK OASE

Herausgeber

Departement Bau, Verkehr und Umwelt
Abteilung Verkehr
5001 Aarau
www.ag.ch

Beteiligte

Planungsverband Brugg Regio
Planungsverband Baden Regio
Planungsverband Zurzibiet Regio
Stadt Brugg
Gemeinde Windisch
Gemeinde Hausen
Gemeinde Gebenstorf
Stadt Baden
Gemeinde Wettingen
Gemeinde Untersiggenthal
Gemeinde Obersiggenthal
Gemeinde Neuenhof
Gemeinde Ennetbaden
Gemeinde Freienwil
Gemeinde Turgi

Externe Fachspezialisten

Vorstudie mit ZMB

EBP Schweiz AG, Zürich

Vertiefungsstudie Raum Brugg-Windisch

CSD Ingenieure AG, Zürich | Rothpletz,
Lienhard + Cie AG, Zürich | Swisstraffic
AG, Zürich

Vertiefungsstudie Raum Baden

ewp AG, Effretikon | ILF Beratende
Ingenieure AG, Zürich

Fuss- und Veloverkehrskonzept

Metron Verkehrsplanung AG, Brugg

Stadt- und Freiraum

SKK Landschaftsarchitekten AG,
Wettingen | Husistein & Partner AG,
Aarau | Planteam S AG, Luzern

Programm Mobilitätsmanagement

Synergo, Zürich | Planungsbüro Jud
AG, Zürich

Bericht zur Umweltauswirkungen (BUS)

Pöyry Schweiz AG, Zürich

Geologische Gutachten

Dr. Heinrich Jäckli AG, Zürich

Verkehrsmodellgrundlagen und technische Bewertung

EBP Schweiz AG, Zürich

Risikogutachten

Risk&Safety AG, Aarau

Planungssupport

F. Preisig AG, Zürich | SWR Infra AG,
Dietikon

Moderation

Frischer Wind, St. Gallen

Kommunikationsagentur

blueheart AG, Aarau

