



PostAuto Schweiz AG

Dokumentenart **Bericht**
 Titel **Zwischenbericht: PubliRide Baden Juni – Nov 2015**

Nummer 3
 Autor/-in Anja Benesch
 Kontaktangaben +41 58 667 13 85
 anja.benesch@postauto.ch
 Ausgabestelle PA
 Geltungsbereich Mitfahrnetzwerk Baden und Umgebung, Projekt von PostAuto und badenmobil
 Klassifizierung Nicht klassifiziert
 Archivierungspflicht Nein
 Version **X02.00 – gekürzt zur Veröffentlichung unter admin.are.ch**
 Ausgabedatum 15. Dezember 2015
 Ersetzt Ausgabe vom 7. Dezember 2015

1. Generelle Projektbeurteilung

Zielerreichung	- 544 Mitglieder (Stand: 07.12.2015) von 750 bis Ende Jahr - Zweite grosse Kommunikationswelle im Herbst 2015 (Kino, Automesse, Online-Werbung, AZonline, TeleM1, Interview SRF)	<input checked="" type="checkbox"/>
Zeitplan	- Alle Kommunikationsmassnahmen wurden rechtzeitig umgesetzt	<input checked="" type="checkbox"/>
Ausblick	- Kontinuierliche Online-Werbung - Werbung in allen Sterck-Kinos November 2015 – Februar 2016 - Weitere Gruppentreffen am 30.12.2015 und 27.01.2016 danach Neu-Beurteilung dieser Massnahme - Erstellung Kommunikationskonzept 2016 im Februar 2016	<input checked="" type="checkbox"/>
Gelernte Lektionen	- 2/3 der Fahrten auf der Plattform sind Fahrtangebote. Die Hemmschwelle ist für Mitfahrer und Mitfahrerinnen grösser - PubliRide wird kaum für Fahrten in der Freizeit genutzt. -> Fokus bei weiterer Kommunikation	

2. Beurteilung einzelner Massnahmen

2.1 Projektorganisation

Erbrachte Leistungen	- Vereinbarung mit Gastro-Partner für Gruppentreffen - Vorstellen von PubliRide an Automesse Baden - Verschiedene Auskünfte an Interessierte (z.B. im Rahmen des Projektes „Hype or Promise? The Contribution of Collaborative Consumption to Saving Energy“ [kurz: <u>SharingEco</u>], Teil von NFP 71 „ <u>Managing Energy Consumption</u> “)	<input checked="" type="checkbox"/>
Nachfrage Stand: 07.12.15	- Bereits 544 registrierte User und Userinnen. Im November kamen täglich 2 Anmeldungen dazu. - Pro Werktag stehen zwischen 45 und 60 Fahrten zur Verfügung, 27-40 Mitfahrten werden gesucht. - Im Monat November standen insgesamt 1 224 Fahrtangebote und 789 Fahrtgesuche zur Verfügung. - Am Wochenende geht die Nutzung gegen Null.	<input checked="" type="checkbox"/>
Quantitative Beurteilung der Leistungen / Zielerreichung	- Zielerreichung bei der Mitgliederzahl liegt bei 73% - Täglich vermittelt flinc mehr als 15 Matches – also passende Kombinationen aus Fahrer und Mitfahrer.	<input checked="" type="checkbox"/>

Qualitative Beurteilung der Leistungen / Zielerreichung	PubliRide stösst landesweit auf Interesse bei Gemeinden, Unternehmen und Presse.	<input checked="" type="checkbox"/>
Ausblick	- Erstellen Kommunikationskonzept 2016 mit Fokus auf Freizeitwege und Mitfahrer	
Gelernte Lektionen	PubliRide stösst auf grosses Interesse bei verschiedenen Gemeinden und Unternehmen. Es kommt als Thema auf, wenn Gemeinden z.B. mit einem ÖV-Abbau konfrontiert sind oder Unternehmen in Parkplatz-Not geraten.	

2.2 Kommunikation

Erbrachte Leistungen	<ul style="list-style-type: none"> - Laufende Information an vier Sponsoren, Unterstützer und Interessierte - Drei direkte Mails an Mitglieder - PubliRide an Mobilitätstag von badenmobil vorstellen: 12. September 2015 - Inserat im Katalog und Stand an der Automesse Baden 16. – 18. 10. 2015 - Gruppentreffen am 28.10.2015 und 25.11.2015 - 100 000 Parkhauskarten im Kantonsspital Baden mit PubliRide-Werbung - Radio Interview am 28.10.2015: http://www.srf.ch/news/regional/aargau-solothurn/mitfahren-gegen-stau-beim-schulhausplatz-baden-projekt-laeuft-gut - Grosszügiger Artikel im Umwelt Aargau Nr. 69 von Karin Wasem http://www.ag.ch/umwelt-aargau/pages/index.htm - Erwähnung im Einfach Sein 2015 - Online-Werbung seit Anfang November auf GoogleAds und AZonline - Vertrag für Kinowerbung Nov-Feb in verschiedenen Sälen der Sterck-Kinos - Okt./Nov. zwei Tage lang Werbefilm auf Tele M1 - Werbung in RVBW-Bussen und Postautos im Juli und September - aaraomobil-Seminar „Sharing Economy auch in der Mobilität“ (18.11.2015), Information zu PubliRide im Rahmen der Präsentation von Karin Wasem 	<input checked="" type="checkbox"/>
Qualitative Beurteilung der Leistungen / Zielerreichung	- Breite Streuung wurde erzielt, potenzielle PubliRider werden über verschiedene Kanäle und wiederholt angesprochen	<input checked="" type="checkbox"/>
Problemanalyse	Die Wirkung der Kommunikationsanstrengungen ist schwer überprüfbar. Die Mitgliederzahl steigt seit Juni konstant und reagiert nicht sprunghaft auf neue Massnahmen, wie z.B. die Kinowerbung.	
Ausblick	<ul style="list-style-type: none"> - Mailing Standortmarketing und zweiter Newsletter zum Schulhausplatz - Parkhaus-Aktion am Theaterplatz - Artikel im Mobilservice 	

2.3 Technische Umsetzung

Erbrachte Leistungen	<ul style="list-style-type: none"> - Kleine Anpassungen an der landing page - Zum Beispiel: Ergänzen mit dem Hinweis auf www.baden-zentrum.ch 	<input checked="" type="checkbox"/>
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> - Etwa 10% der Mitglieder meldeten sich an, nachdem sie auf der PostAuto-App auf PubliRide aufmerksam wurden - Etwa 25% der Mitglieder interessieren sich auch für die ÖV-Alternativen bei Fahrtanfragen auf der flinc-Plattform. - FAZIT: Die Schnittstelle ÖV-Fahrgemeinschaften ist ein wichtiger Beitrag zur Verbreitung des neuen Mobilitätsangebotes. 	<input checked="" type="checkbox"/>
Qualitative Beurteilung der Leistungen / Zielerreichung	- Die gegenseitige Integration ÖV-Mitfahrgelegenheiten läuft weiterhin fehlerfrei.	<input checked="" type="checkbox"/>