



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra



büro für mobilität ag



## Mobility Jackpot 2.0

Schlussbericht an das DZM/BAFU

11.12.2012

*büro für mobilität ag*

*Ideen • Strategien • Lösungen*

*Hirschengraben 2 • CH-3011 Bern*

*Tel 031 311 93 63 • Fax 031 311 93 67*

*Eymatt 27 • CH-3400 Burgdorf*

*mail@bfmag.ch • www.bfmag.ch*

Projektleitung

Samuel Schmidiger

lic.rer.soc., CAS HSR Nachhaltige Mobilität

Projektmitarbeit

Martina Dvoracek

Dipl. Geographin, NDS Unternehmensführung FH,  
CAS Integrative Konfliktbearbeitung

Mathieu Pochon

Dipl. Ing. Umwelt EPFL

Titelbild

Werbefoto Mobility Jackpot 2.0 (Büro für Mobilität AG)

Schlussbericht\_Mobility\_Jackpot

Bern/Burgdorf, 11.12.2012

## Inhaltsverzeichnis

1	Mobility Jackpot.....	4
2	Generelle Projektbeurteilung.....	4
3	Beurteilung einzelner Massnahmen.....	6
3.1	Produkte und erbrachte Leistungen.....	6
3.2	Online-Tool Mobility Jackpot 2.0, deutsche und französische Version.....	6
3.3	Web-Umsetzung.....	8
3.4	Pilotphase.....	9
3.5	Informations- und Kommunikationsmittel.....	9
3.6	Lancierung und Medienarbeit.....	11
3.7	Vernetzung und Kooperationen.....	11
4	Quantitative Beurteilung.....	12
5	Qualitative Beurteilung der Zielerreichung.....	14
6	Fazit und Ausblick.....	16
7	Finanzbericht.....	17
7.1	Projektkosten.....	17
7.2	Finanzierung.....	17

## 1 Mobility Jackpot

Der Mobility Jackpot ist ein Kommunikations- und Motivationsinstrument des betrieblichen Mobilitätsmanagements. Durch eine wöchentliche Ziehung wird eine Person ermittelt, welche den Mobility Jackpot knackt, falls sie zu Fuss, per Velo, ÖV oder per Fahrgemeinschaft zur Arbeit gekommen ist. Ansonsten wird der Jackpot für die Folgewoche um Fr. 50.- aufgestockt. Effekt: Mitarbeitende mit einem umwelt- und gesundheitsfördernden Mobilitätsverhalten werden in ihrer Haltung bestärkt. Andere erhalten Informationen und Anreize, aktiv zu werden und gesunde und nachhaltige Mobilitätsformen zu testen. Zielgruppe sind Mitarbeitende und Verantwortliche für Mobilität und Gesundheit in den Betrieben sowie Aktive in Sportvereinen. In Kombination mit weiteren Elementen des Mobilitätsmanagements führt er die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Verwaltungen, Unternehmen und Sportvereinen zur Reflexion über ihr Verhalten bezüglich Verkehrsmittelwahl.

Der Mobility Jackpot verfolgt folgende übergeordnete Ziele: Verlagerung des Modalsplit im Arbeits- und Freizeitverkehr vom MIV hin zum Umweltverbund; Förderung der Gesundheit durch mehr Bewegung, weniger Lärm, weniger Stress.

## 2 Generelle Projektbeurteilung

Das Projekt Mobility Jackpot 2.0 startete nach konzeptuellen Vorarbeiten im Juli 2011 in die Planungs- und Entwicklungsphase des Online-Tools und wird wie vorgesehen nach Abschluss der durch das DZM unterstützte Umsetzungsphase in die normale Betriebsphase übergehen. Der folgende Schlussbericht gibt einen zusammenfassenden Überblick über die realisierten Produkte und die erbrachten Leistungen im Rahmen des vertraglich vereinbarten Vorgehens sowie eine quantitative und qualitative Beurteilung der Zielerreichung mit Fokus auf die definierten Projekt- und Controllingziele.

### *Produkte und Leistungen*

Alle geplanten Produkte (Online-Tool, Website, Kommunikationsmittel) und Leistungen (Entwicklung, Programmierung, Durchführung und Evaluation einer Pilotphase und Lancierung) konnten wie geplant im zeitlich vorgesehenen Rahmen umgesetzt werden. In die Entwicklung des Tools sind Bedürfnisse und Rückmeldungen von den Pilotbetrieben eingeflossen. Mit dem Online-Tool konnte durch die Unterstützung des DZM ein Kommunikationsinstrument geschaffen werden, das es den Betrieben, Verwaltungen und Sportvereinen ermöglicht, das Thema der nachhaltigen und gesunden Mobilität auf dem Arbeitsweg oder ins Training auf spielerische und sympathische Weise bei ihren Mitarbeitenden und Mitgliedern zu etablieren und dabei weitere Massnahmen und Aktionen einfach zu verknüpfen. Insbesondere ermöglicht das Tool eine flexible Durchführung der Aktion mit sehr beschränktem Aufwand für die Projektverantwortlichen.

Das Tool konnte am 11. April 2012 im Rahmen einer Medienmitteilung und gezielter Medienarbeit breit lanciert werden. Der Mobility Jackpot wurde insbesondere auf Online-Plattformen platziert.

#### *Zielerreichung und Zeitplan*

Die Produkte und Leistungen konnten im Rahmen des vorgesehenen Zeitplans realisiert werden. Die ambitionierte quantitative Zielsetzung von 25 anwendenden Betrieben mit 5'000 Mitarbeitenden konnte zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht erreicht werden, ist aber für aufgrund der Rückmeldungen von interessierten Betrieben für Frühling/Sommer 2013 realistisch. Grund für die Verzögerung sind die längeren Vorlaufzeiten als erwartet für die Umsetzung in den Betrieben sowie die saisonal bedingte Zurückhaltung: viele Betriebe visieren aus nachvollziehbaren Überlegungen einen Start der Aktion auf Frühling 2013 an, um die Aktion mit weiteren Massnahmen zur Förderung des zu Fussgehens und Velofahrens zu verknüpfen.

Im Vergleich zur Vorgängerversion des Mobility Jackpot ist das Online-Tool einfacher und wesentlich zeitsparender anzuwenden und bietet sich durch den deutliche geringeren Preis als niederschwelliges Angebot auch für kleinere Betriebe an. Der Anwenderkreis konnte erhöht werden, eine Breitenwirkung lässt sich demgegenüber erst mit der Vorbereitung für die Frühlingssaison (interessanter für die Verknüpfung mit Massnahmen zur Förderung des Langsamverkehrs) abschätzen. Die Evaluation bei den Projektverantwortlichen zeigt, dass das Thema Mobilitätsverhalten mit Mobility Jackpot zum Gesprächs- und Diskussionsthema wird und sich gut in die anderen Aktivitäten einbetten lässt. Die Mobilitätstipps im Rahmen des Mobility Jackpots werden als nützliches Plus wahrgenommen. Die Suche nach teilnehmenden Sportvereinen hat sich als schwierig herausgestellt, da die organisatorische Verknüpfung mit weiteren Massnahmen aus finanziellen und personellen Überlegungen oft nicht realisierbar ist. Deshalb sind Abklärungen im Gange, wie die Sportvereine von einer Unterstützung von Swiss Olympic/Ecosport profitieren können im Rahmen des Mobility Jackpots. Das umgesetzte Tool lässt sich bei den Sportvereinen gleich wie bei den Betrieben anwenden und kommunizieren, mit dem Unterschied, dass die Ziehung nur am jeweiligen Trainingstag stattfindet. Die Anstrengungen zur Akquisition von Sportvereinen werden weitergeführt.

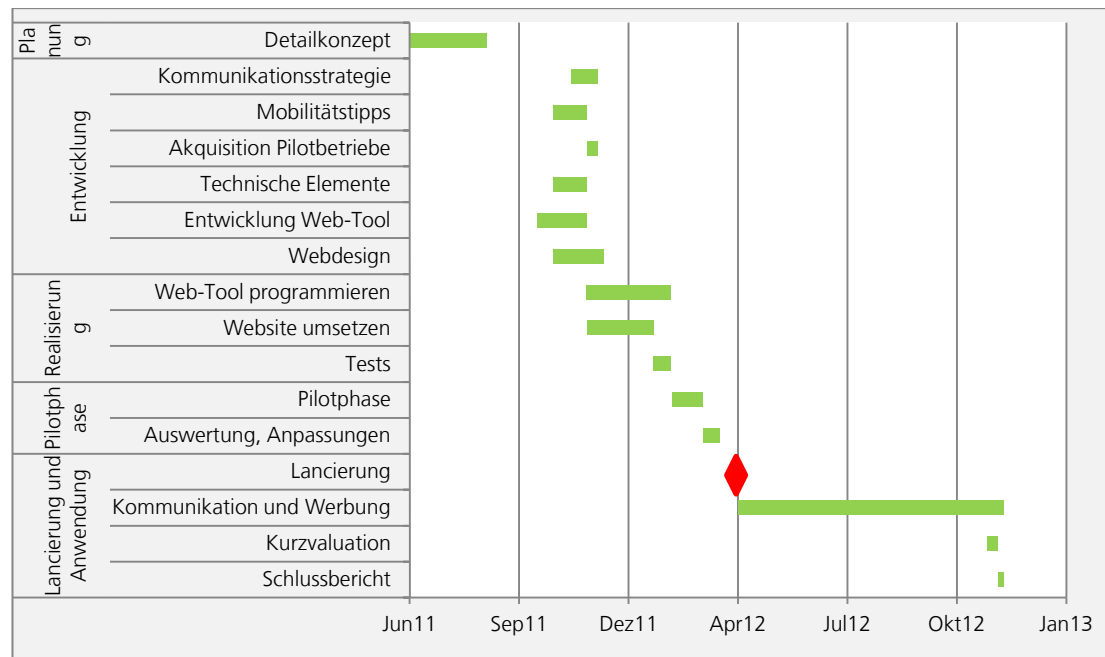


Abbildung 1: Projektaktivitäten im zeitlichen Überblick

### 3 Beurteilung einzelner Massnahmen

#### 3.1 Produkte und erbrachte Leistungen

Vereinbarte Produkte und Leistungen:

- Detailkonzept
- Kommunikationsstrategie und Akquisition von Betrieben
- Entwicklung des Online-Tools Mobility Jackpot 2.0, deutsche und französische Version
- Web-Umsetzung / Website [www.mobilityjackpot.ch](http://www.mobilityjackpot.ch), deutsche und französische Version
- Pilotphase (Durchführung und Analyse)
- Kommunikation und Werbung: Informations- und Kommunikationsmittel, Lancierung

Alle Produkte und Leistungen konnten wie geplant realisiert werden.

#### 3.2 Online-Tool Mobility Jackpot 2.0, deutsche und französische Version

Das Online-Tool ist das Herzstück des neuen Mobility Jackpots und richtet sich an die Projektverantwortlichen in den Betrieben und Vereinen. Es beinhaltet einen übersichtlichen Administrationsbereich (Login mit Passwort), einen Zufallsgenerator (programmierte Excelfunktion) und v.a. die automatisch generierte Ziehungsseite der Jackpot-GewinnerInnen (oder Fast-GewinnerInnen)

##### *Administrationsbereich*

Der Administrationsbereich bietet den Projektverantwortlichen zur Organisation des Spiels (Namen, Jackpot-Auszahlungen, Datum, Jackpot-Stand etc.) und Eingabe von Fotos und Zitaten der ausgelosten Personen.

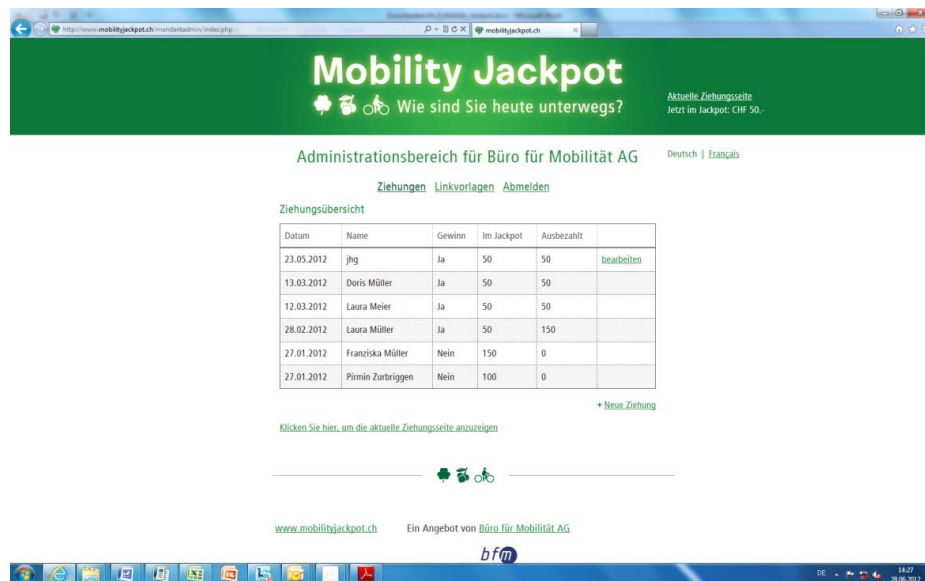


Abbildung 2: Administrationsbereich für den anwendenden Betrieb

### Ziehungsseite

Die Ziehungsseite wird nach Eingabe der notwendigen Angaben (Name, Foto, Zitat und Gewinn) durch den Projektverantwortlichen automatisch generiert und richtet sich an die Mitarbeitenden bzw. Vereinsmitglieder. Eine kurze Animation unterstreicht das spielerische Element und vermittelt anhand der Mobilitäts- und Jackpot-Icons die Idee des Spiels auf witzige Weise. Anschliessend baut sich die Website zur Präsentation des/r jeweiligen ausgelosten Person auf, ergänzt mit einem hilfreichen Mobilitätstipp für die Mobilität auf dem Arbeitsweg und im Alltag. Die Ziehungsseite lässt sich per Secure-Link und HTML-Code verwenden, d.h. sie kann an die Mitarbeitenden per internem Mail zugestellt und ins Intranet gepostet werden. Dieses Vorgehen hat sich im Rahmen der Pilotphase bewährt. Um auch Mitarbeitende ohne Computerzugang zu erreichen, lässt sich die Ziehungsseite einfach im gewünschten Format ausdrucken und an den geeigneten Orten (Infobretter, Mensa, Schwarzbrett der Abteilungen etc.) anbringen. Die Evaluation bei den Projektverantwortlichen hat ergeben, dass das Tool sehr praktisch anzuwenden ist. Auf die Frage nach möglichen Optimierungen wurde die stärkere Personalisierung für das Unternehmen (Logo und Möglichkeit zur Ergänzung von eigenen Infos) und die Erweiterung mit der Idee „Adventskalender“<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Mit dem Versenden des Links wird die ausgeloste Person kommuniziert. Ob sie gewinnt, kommt auf ihre Verkehrsmittelwahl an diesem Tag drauf an. Somit erhöht sich die Motivation noch etwas, auf den Link zu klicken, um herauszufinden, ob man gewonnen hat.



Abbildung 3: Ziehungsseite inkl. Mobilitätstipp (links), Animation der Ziehungsseite (rechts).

### Zufallsgenerator

Der Zufallsgenerator dient zur Auslosung der Mitarbeitenden und ist lokal abgespeichert beim Projektverantwortlichen, d.h. nicht Online aus Datenschutzgründen. Mitarbeiterlisten lassen sich einfach hineinkopieren und per Mausklick kann die Auslosung vorgenommen werden.

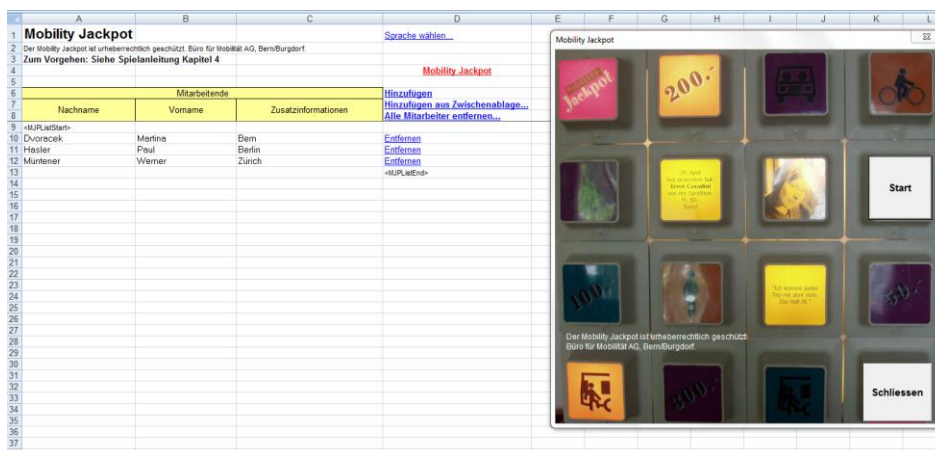


Abbildung 4: Zufallsgenerator (Excel)

### 3.3 Web-Umsetzung

Folgende Elemente wurden umgesetzt:

- Gestaltung und Umsetzung von [www.mobilityjackpot.ch](http://www.mobilityjackpot.ch)
- Tool zur Sprachnavigation d/f
- Mobilitätstipps (deutsche und französische Version): Rund 40 Mobilitätstipps bilden einen ergänzenden Bestandteil des Online-Tools. Sie werden automatisch auf der Seite mit den Gewinnern dargestellt und stammen aus den Bereichen Velo (Veloförderung etc.), Mobilität in der Freizeit, Geschäftsmobilität, Motorisierter Individualverkehr (Fahrgemeinschaften bilden, umweltbewusster Autokauf, EcoDrive, Mobility Business CarS-



haring etc.), Öffentlicher Verkehr (Fahrplanauskunft, Tageskarte etc.), Sportmobilität (ecosport etc.)



Abbildung 5: Website Mobility Jackpot, Einstiegsseite

### 3.4 Pilotphase

Im Rahmen der Pilotphase wurde die Praktikabilität des Tools für die Anwender sowie die Mitarbeitenden in zwei Betrieben (Blutspendedienst SRK Bern und Stadtverwaltung Burgdorf) getestet. Ein weiterer gewichtiger Testbetrieb (Feintool AG, Lyss) musste kurz vor dem Start aus aktuellen unternehmenspolitischen Gründen (Restrukturierungen) aussteigen, ist jedoch motiviert, das Tool zu einem späteren Zeitpunkt einzusetzen. Aufgrund der Rückmeldungen konnten Verbesserungen am Tool vorgenommen und weitere Bedürfnisse im Hinblick auf eine Weiterentwicklung aufgenommen werden. Details zur Evaluation der Pilotphase sind im Zwischenbericht vom Juni 2012 enthalten. Die beiden Pilotbetriebe haben sich entschieden, die Aktion um weitere 3 resp. 2 Monate zu verlängern.

### 3.5 Informations- und Kommunikationsmittel

Für die Bewerbung des Mobility Jackpots und der Akquisition wurde eine Kommunikationsstrategie erarbeitet, welche das konzeptionelle Vorgehen bei der Akquise von Betrieben und Sport-

vereinen beinhaltet. Schwerpunkte: Werbekanäle, Netzwerk, Medienarbeit, Kommunikationsprodukte (Website, Postkarte, Dossier). Folgende Informations- und Kommunikationsmittel wurden erarbeitet:

- Website (deutsch/französisch): Infos zum Tool, dessen Nutzen sowie Aufwand und Kosten. Über die Website können sich die Projektverantwortlichen in den Administrationsbereich einloggen.
- Postkarte (d/f): Kurzinfo zum Auflegen und Verteilen an interessierte Betriebe und Fachpersonen der Mobilitäts-, Energie- und Gesundheitsberatung.
- Dossier Mobility Jackpot 2.0 (d/f): umfassendes Dossier zuhanden der interessierten Projektverantwortlichen. Inhalt: Ziel, Instrument und Durchführung einer Mobility-Jackpot-Aktion.
- Kommunikationstipps für die Unternehmen (d/f): Mit dem Erwerb des Mobility Jackpot 2.0 erhalten die Anwender ein Dokument mit hilfreichen Kommunikationstipps rund um die Aktion Mobility Jackpot als Kommunikationsinstrument und der strategischen Einbettung in ein Mobilitäts- oder Gesundheitsmanagements.
- Spielanleitung (d/f): detaillierter Beschrieb für die Spielleitung.
- ppt-Präsentation zur Bewerbung des Mobility Jackpot 2.0: animierte Präsentation zur Bewerbung an Tagungen, bei Anfragen von Interessierten, online oder Zuhanden der Projektverantwortlichen in den Betrieben/Vereinen.



Abbildung 6: Info-Postkarte Mobility Jackpot 2.0: Vorderseite (l.) und Rückseite (r.).



Abbildung 7: Kommunikationstipps (links) und Dossier Mobility Jackpot (rechts), jeweils Deckblatt.

### 3.6 Lancierung und Medienarbeit

Die aktive Kommunikation zum Mobility Jackpot hat in konzentrierter Form im Rahmen der Lancierung (11. April 2012) stattgefunden auf Basis der erarbeiteten Kommunikationsstrategie. Der Fokus wurde auf eine zielgruppenspezifische Information gelegt, d.h. der Kommunikation über Newsletter, Fachportale, Fachzeitschriften im Bereich Mobilitätsmanagement und Gesundheitsmanagement (vgl. Medienspiegel im Anhang). Des Weiteren wurde der Mobility Jackpot 2.0 an mehreren Veranstaltungen (3. Mobilitätssalon in Zürich, 17.4.2012) dem Fachpublikum vorgestellt.

Der Mobility Jackpot wurde insbesondere von Online-Plattformen aufgenommen.

Eine Auswahl: Energiestadt-News / Cité de l'énergie News, Mai 2012; Mobilservice Newsletter vom 04.04.2012; Gesundheitsförderung | Newsletter April 2012; Öbu | Newsletter April 2012; Magazin; Organisator | News April 2012; Sanu | Schwarzes Brett; Klimaplattform der Wirtschaft der Stadt Bern | Newsletter April 2012

### 3.7 Vernetzung und Kooperationen

#### MobilitätsberaterInnen und EnergiestadtberaterInnen

Eine wichtige Rolle bei der Bewerbung und Realisierung von Mobility Jackpot-Aktionen bildet das Netzwerk der MobilitätsberaterInnen von EnergieSchweiz für Gemeinden und EnergiestadtberaterInnen, welches über das neue Angebot informiert worden ist (mit dem Dossier und Postkarte) und weiterhin eng in die Verbreitung des Mobility Jackpot einbezogen wird. Sie haben in

ihrem beruflichen Alltag engen Kontakt mit Gemeinden und vermehrt auch Unternehmen, so dass sie qualitativ und zielgruppenorientiert den Mobility Jackpot bewerben können.

#### *Kooperation mit CO<sub>2</sub>-Monitor:*

Mit dem Online-Angebot CO<sub>2</sub>-Monitor [www.co2-monitor.ch](http://www.co2-monitor.ch) konnte eine Kooperation abgeschlossen werden zur gemeinsamen Bewerbung des Angebots und Rabatt für Betriebe, welche beide Aktionen gleichzeitig durchführen. Damit lassen sich für die Betriebe zwei komplementäre Aktionen sinnvoll verknüpfen und dabei Kosten sparen.

#### *Kooperation mit bike to work:*

Mit bike to work wird im Hinblick auf die bike-to-work-Kampagne 2013 eine Kooperation stattfinden, indem Mobility Jackpot als Begleitaktion empfohlen wird und bike-to-work-Unternehmen von günstigeren Konditionen profitieren. Durch die Zusammenarbeit versprechen wir uns eine grössere und gezielte Präsenz bei der Zielgruppe. Bike to work und Mobility Jackpot lassen sich inhaltlich und als Aktionen sehr gut verknüpfen: mehrere Unternehmen haben den Wunsch geäussert, mit dem Mobility Jackpot die Idee von Bike to work über den Aktionsmonat Juni hinaus zu ziehen.

## **4 Quantitative Beurteilung**

### *Controllingziele.*

- Wirkung: mind. 25. Betriebe/Sportvereine mit insgesamt 5'000 Personen nutzen das Tool.
- mind. 5% der Teilnehmenden steigen vom MIV auf den ÖV/LV bzw. Fahrgemeinschaften um (in Kombination mit weiteren Mobilitätsmassnahmen im Betrieb)

Bis Mitte November 2012 wurden rund 40 Anfragen von Unternehmen, Verwaltungen und Fachbüros beantwortet. Zur konkreten Planung der Mobility Jackpot-Aktion wurden 25 Testlogos ausgestellt und telefonische Kurzberatungen durchgeführt. Zum heutigen Zeitpunkt führen 7 Betriebe mit insgesamt rund 1'000 Mitarbeitenden die Aktion durch, 7 Betriebe planen den Start im Frühling 2013 und ca. 10 Betriebe haben die Aktion in ihre mittelfristige Planung aufgenommen.

Das ambitionierte Ziel von 25 anwendenden Betrieben und 5'000 Mitarbeitenden konnte zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht erreicht werden. Die Gründe dafür liegen in der längeren Vorlaufzeit in den Betrieben und der Saison (Herbst und Winter als ungünstige Jahreszeiten für die Lancierung des Mobility Jackpots).

### *Vorlaufzeit*

Es hat sich bei den Akquisitionsgesprächen gezeigt, dass die benötigte Vorlaufzeit für die Planung der Aktion bei den meisten Unternehmen mit durchschnittlich rund 5 Monaten länger ist als erwartet. Der Grund dafür liegt in der Regel bei der Vorbereitung und Kombination mit ergänzenden Massnahmen des Mobilitätsmanagements und den notwendigen Geschäftsleitungsbeschlüssen. Die Umsetzung der Aktion selbst erfolgt wie erwartet relativ rasch (schätzungsweise 1-2 Wochen Vorlaufzeit).

### *Zeitpunkt/Saison*

Stärker als vermutet wird der Zeitpunkt der Durchführung gewichtet. D.h. viele Betriebe bevorzugen einen Start mit dem Frühlingsanfang, um insbesondere den Langsamverkehr zu fördern und zudem die bike-to-work-Aktion einzubeziehen. Mit der Lancierung Anfang April 2012 war die Vorlaufzeit diesbezüglich nicht gegeben. Aufgrund der Gespräche erwarten wir ab März 2013 eine deutliche Zunahme der anwendenden Betriebe.

### Anwender:

- Stadtverwaltung Burgdorf (100 MA)
- Blutspendedienst SRK Bern (250 MA)
- Gemeindeverwaltung Küssnacht (30 MA)
- Gemeindeverwaltung Herrliberg (60 MA)
- Schloss Beck, Nidau (70 MA)
- Ediprim AG, Biel (40 MA)
- Frokomm GmbH, Erlenbach

### Geplant für Frühling 2013 (MA-Zahl z.T. noch nicht bekannt):

- Sportfachstelle Kanton Solothurn (60 MA)
- Cartier Horlogerie, La Chaux-de-Fonds (1'000 MA)
- Commune de Morges (120 MA)
- Gemeindeverwaltung Ipsach
- Kantonsverwaltung Jura
- Hôpital cantonal du Jura
- Gemeindeverwaltung Zuchwil

### Interessierte Betriebe/Vereine, Entscheidung steht noch aus noch aus:

- Ecosport (SwissOlympic): Mit SwissOlympic haben mehrere Gespräche stattgefunden, um den Mobility Jackpot als Angebot bei Sportvereinen zu lancieren. Im Rahmen des Bereichs „Ecosport“
- Feintool International Holding AG (1'500 MA)
- Bundesamt für Landwirtschaft (270 MA)

- UPD – Universitäre Psychiatrische Dienste Kanton Bern
- Lonza AG, Visp
- Mobilidée, Genève
- Gemeindeverwaltung Reinach BL
- Kantonsverwaltung Tessin, Bellinzona
- Comune di Trento, Italien

Zum jetzigen Zeitpunkt wendet noch kein Sportverein das Tool an. Anstrengungen, bereits aktive Sportvereine (z.B. „Sportlich zum Sport“) zu gewinnen, haben noch nicht gefruchtet. Angedacht ist eine finanzielle Beteiligung von SwissOlympic zu Gunsten der Sportvereine.

### *Umsteiger*

Alle bisherigen Anwender verwenden den Mobility Jackpot als Kommunikationsmassnahme in Ergänzung mit weiteren Massnahmen des Mobilitätsmanagements (Teilnahme Bike to work, Mobility Carsharing, Mobilitätsset etc.). Eine genaue Erhebung des Umsteigeverhaltens aufgrund des Mobility Jackpot als Kommunikationsinstrument ist, wie im Projektbeschrieb erläutert, schwierig zu beurteilen und muss im Kontext der weiteren Mobilitätsmassnahmen und –angebote abgeschätzt werden. Die meisten Projektverantwortlichen gehen aufgrund ihrer Gespräche mit Mitarbeitenden davon aus, dass Mitarbeitende ganz vereinzelt direkt auf die Gewinnaussicht (bei hohem Jackpotstand) oder die Gruppendynamik (z.B. bilden einer Fahrgemeinschaft) reagiert haben. Es ist davon auszugehen, dass die Umsteigequote von ca. 5% wie sie im Rahmen des Pilotprojekts 2004 (Seewer AG, Burgdorf) erhoben wurde bei den neuen Unternehmen als Vergleichswert dienen kann. Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass aus Sicht der meisten Projektverantwortlichen der Jackpotgewinn alleine nicht ausreichender Anreiz für diejenigen war, welche bereits seit jeher mit dem Auto anreisen.

Die Projektleitenden sehen die Aktion nicht primär als Instrument zur direkten Verhaltensänderung, sondern als Sensibilisierungsaktion im Zusammenhang mit weiteren Angeboten (z.B. Job-Abo, etc.) und Dankeschön an die Mitarbeitenden und als Schritt hin zur Sensibilisierung.

Mehrmals wurde zudem das Vorhaben geäussert, die Aktion mit bike to work zu verknüpfen und die Gewinnaussichten damit noch stärker an die Verhaltensänderung zu koppeln und die Idee über mehrere Monate weiterzuziehen. Die meisten Projektverantwortlichen können sich gut vorstellen, die Aktion zu einem späteren Zeitpunkt zu wiederholen.

## **5 Qualitative Beurteilung der Zielerreichung**

Die qualitative Beurteilung basiert auf der Befragung von 6 Projektverantwortlichen in den anwendenden Betrieben und ihrer Einschätzung zur Wirkung des Mobility Jackpots.

### *Allgemeine Rückmeldungen*

Gemäss den befragten Projektverantwortlichen sind die Rückmeldungen der Mitarbeitenden zum Mobility Jackpot fast ausschliesslich positiv. Der Jackpot wird zum Beispiel als kleines Ge-

schenk und Dankeschön an die Belegschaft oder als Belohnung fürs Velofahren oder das ÖV-Fahren (insbesondere beim Gewinn von Reka-Checks) wahrgenommen. Gewinner fühlen sich in ihrem Mobilitätsverhalten bestärkt. Die „Message“ kommt bei den Mitarbeitenden an, dies zeigen die Zitate und Bemerkungen der GewinnerInnen und Fast-GewinnerInnen (Vgl. Anhang). Sie entsprechen einer sehr persönlichen Stellungnahme und haben oft einen Vorbild-Effekt. In den ländlicheren Gemeinden werden mit der Aktion v.a. die jungen Mitarbeitenden angesprochen, welche häufiger mit dem ÖV unterwegs sind. Von mehreren Projektverantwortlichen wird herausgestrichen, dass der Mobility Jackpot und die eigene Verkehrsmittelwahl zu einem aktiven Pausengespräch wurden. Auffallend ist zudem, dass Nicht-GewinnerInnen i.d.R. keine Mühe damit haben, ihr Foto und Zitat anzugeben.

Neben den vorwiegend positiven gab es vereinzelt auch kritische Rückmeldungen, welche die Wirkung des Mobility Jackpots bezweifeln oder sich durch die „nicht arbeitsrelevante“ Information eher gestört fühlen.

### *Einige Zitate aus der Pilotphase*

Folgende Zitate (anonymisierte Auswahl) aus den Ziehungsseiten geben Einblick in den – teils recht amüsanten – Mobility-Jackpot-Alltag in Betrieben:

*„Bewegung, frische Luft und Vorbild für meine Tochter - klar nehme ich das Fahrrad, um meinen Arbeitsplatz zu erreichen. Zu jeder Jahreszeit und bei jedem Wetter!“*  
F. R. Sachbearbeiterin

*„Pech gehabt, bin mit der Vespa da“.*  
R. G.

*„Ich bin heute mit dem Zug zur Arbeit gekommen. Der Fussweg vom Bahnhof bis zum Arbeitsplatz und zurück bietet eine ideale Möglichkeit, um vor und nach der Arbeit abzuschalten und den Kopf zu durchlüften.“*  
M. G. Parkikatin

*„Vielen Dank! Damit kann ich meinem Team ein Znüni spendieren.“*  
S. S. Sachbearbeiter

*"Mitem Velo chunnt me schnäu mega wiit u bleibt derbi no fit!"*  
D. G. Primarschule

*„Schade, bin ich so faul:-)!“*  
M. C. Sachbearbeiterin  
*Als Stadtberner Meitschi komme ich mit Velo und ÖV definitiv am Schnellsten von A nach B.*  
J.H, Personalabteilung

*„Ich komme mit dem Auto zur Arbeit, wenn ich Spätschicht habe, bin ich auf das Auto angewiesen. U.W.“*

*„Ich bin völlig überrascht!  
Ich fahre mit dem Velo, weil man an der frischen Luft ist, man hat Bewegung und "es fägt".*  
H.B.

*„Upps!  
Glück mit dem öffentlichen Verkehr,  
ja das ist schon lange her.  
Mit Postauto und Bahn,  
komm ich zur Arbeit 'angefahrn'“*

*Hab weder Auto, Schiff noch Jet  
Danke für die 'Belohnung' das ist nett".  
M. E.*

#### *Gewinner/Nicht-Gewinner*

Bei den anwendenden Betrieben sind die GewinnerInnen gegenüber den Nicht-GewinnerInnen leicht in der Überzahl. Der durchschnittlich ausbezahlte Betrag pro GewinnerIn belief sich bei den Betrieben auf rund 100.-. Der höchste ausbezahlte Betrag war Fr. 500.- (wöchentlicher Gewinnbetrag Fr. 100.-). Dies macht deutlich, wie attraktiv ein Gewinn je nach Konstellation werden kann.

#### *Preis des Mobility Jackpot*

Die nach Betriebsgrösse abgestufte Preisgestaltung (290.- bis 890.-) für den Erwerb des Tools inkl. Einführungsberatung ermöglicht es auch kleinen Betrieben und Gemeindeverwaltungen den Mobility Jackpot umzusetzen.

## **6 Fazit und Ausblick**

Der Mobility Jackpot 2.0 bietet ein einfaches, praktisch umsetzbares Kommunikationstool. Als Einzelmassnahme ist es ein attraktives, aber gleichzeitig auch „flackerndes Strohfeuer“. Es kann Diskussionen und Gespräche auslösen, als isolierte Massnahme zur konkreten, längerfristigen Verhaltensänderung dient das Tool aber nicht. Erst eine Kombination mit weiteren Angeboten des Mobilitätsmanagements schafft die gewünschte verstärkende Wirkung. Das Spiel erhält damit für die Mitarbeitenden oder Mitglieder eine inhaltliche Dimension. Wichtig ist zudem eine ausreichend lange Dauer der Aktion (mind. 3 Monate), sonst besteht das Risiko, dass der Mobility Jackpot nur von den ausgelosten Personen wahrgenommen wird.

Ausblick: Um Zahl der anwendenden Betriebe und Vereine noch weiter zu erhöhen, gilt das besondere Augenmerk weiterhin der stärkeren Vernetzung und Kooperation mit verwandten Projekten und verstärkter Integration des Mobility Jackpots in die einzelnen Mobilitätsprogramme der Regionen und Gemeinden. Die gute Vernetzung mit EnergieSchweiz für Gemeinden und den MobilitätsberaterInnen gewährleistet eine kontinuierliche Thematisierung bei Energiestädten (und Kandidatinnen) in der Deutschschweiz und der Romandie. Geplant sind zudem weitere Beiträge in Fachzeitschriften (VCS-Magazin, fit im job, Organisator, etc.). Das sich das Online-Tool gut mit weiteren Online-Angeboten verknüpfen lässt wird die Verlinkung und Platzierung auf den Websites weiter vorangetrieben und die Einbindung von geeigneten Social Media Plattformen geprüft.

Sportvereine verfügen in der Regel über kein Budget für Aktionen in der Form des Mobility Jackpot. Um das Angebot für sie attraktiver zu gestalten, ist eine finanzielle Partnerschaft bzw. ein Sponsoring angestrebt zur Deckung der Gebühren (Tool-Lizenz und Einführungsberatung). Abklärungen mit SwissOlympic sind diesbezüglich im Gang. Als Ergänzung soll die Anwendung im Rahmen von Veranstaltungen (z.B. Sportveranstaltungen) geprüft werden.



Eine italienische Version ist aufgrund des Interesses der Kantonsverwaltung Tessin besprochen worden. Dies ist mittelfristig möglich, muss aber finanziell noch abgesichert werden.

## 7 Finanzbericht

### 7.1 Projektkosten

Die Projektkosten konnten grösstenteils wie budgetiert eingehalten werden. Im Rahmen der ersten Betriebsphase nach der Lancierung wurden aus saisonalen Gründen etwas weniger Betriebe bei der konkreten Umsetzung begleitet als angenommen, deshalb sind für Anfang 2013 noch einige Aufwände bei der Begleitung der Betriebe zu erwarten, welche über die Einnahmen aus den Anwendungsgebühren gedeckt werden sollen.

Posten	Budget	Schlussabrechnung
Honorar	64'446.-	65'652.-
Drittkosten	23'250.-	21'194.-
Nebenkosten:	0.-	800.-
<b>Total Projektkosten</b>	<b>87'696.-</b>	<b>87'646.-</b>

### 7.2 Finanzierung

Die eingeplante Unterstützung im Umfang von 20'000.- durch die Gesundheitsförderung Schweiz ist leider trotz anfänglich grundsätzlichem Interesse schliesslich nicht zustande gekommen. Die Büro für Mobilität AG hat sich entschieden, das Projekt trotzdem in vorgesehener Form zu realisieren und mehr Eigenleistungen im Sinne einer Vorinvestition zu leisten. Zur Deckung eines Teils der Projektkosten befinden wir uns in Abklärung mit möglichen Sponsoren, welche die Aktion im Rahmen der gestarteten normalen Betriebsphase begleiten. Die Einnahmen aus den Gebühren für den Mobility Jackpot fallen durch die bewusst tief gehaltenen Preise und die aktuelle Anwenderzahl geringer aus als budgetiert. Mit der wachsenden Teilnehmerzahl wird für 2013 mit wesentlich höheren Einnahmen aus den Mobility Jackpot-Gebühren erwartet.

Posten	Budget	Schlussabrechnung
Beitrag DZM	35'000.-	35'000.-
Eigenleistungen Büro für Mobilität AG	5'696.-	42'646.-
Eigenleistung Webagentur Urs Bräm	5'000.-	5'000.-
Einnahmen aus erbrachten Dienstleistungen	12'000.-	5'000.-
Gesundheitsförderung Schweiz	20'000.-	0.-
Sponsoring	10'000.-	0.-
<b>Total Finanzierung</b>	<b>87'696.-</b>	<b>87'646.-</b>