

Energie- und Umweltamt Horgen

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht



gallikerkommunikation

Arbeitsgruppe

synergo – Galliker Kommunikation

c/o synergo Mobilität - Politik - Raum GmbH

Grubenstrasse 12

CH-8045 Zürich

Tel: 043 960 77 33

Fax: 043 960 77 39

E-mail: detommasi@synergo.ch

Zürich, 09.06.16

Inhalt

Zusammenfassung	I
1 Einführung	1
1.1 Auftrag	1
1.2 Auftragsabwicklung – Methodischer Ablauf	1
2 Mobilitätsmarketing – Kurze Einführung	3
3 Ziele eines Mobilitätsmarketings in Horgen	4
4 Bisherige Aktivitäten im Mobilitätsmarketing	5
4.1 Bisherige Massnahmen	5
4.2 Bisherige Kommunikationsleistungen	8
5 Handlungsfelder und Massnahmen	9
5.1 Handlungsfeld Kommunikation	10
5.2 Handlungsfeld Mobilitätsdienstleistungen	16
5.3 Handlungsfeld Beratung	22
6 Organisation	24
6.1 Struktur	24
6.2 Massnahme	26
7 Kostenschätzung	27

Zusammenfassung

Der Masterplan Energie der Gemeinde Horgen definiert als Massnahme im Themenbereich Mobilität die Erarbeitung und Umsetzung eines Mobilitätsmarketingkonzepts. Das Energie- und Umweltamt Horgen hat die Arbeitsgruppe synergo – Galliker Kommunikation mit der Erarbeitung eines solchen Konzeptes beauftragt. Ein koordiniertes Mobilitätsmarketing in Horgen hat zum Ziel, die Fortbewegung mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (zu Fussgehen, Velo, öffentliche Verkehrsmittel) zu fördern sowie den effizienten Einsatz des Automobils zu unterstützen. Als Ausgangspunkt dienen die folgenden zwei Hauptfragen, die im vorliegenden Bericht beantwortet werden:

- Mit welchen Massnahmen des Mobilitätsmarketings im Rahmen der Kompetenzen einer Gemeinde kann eine nachhaltige Mobilität gefördert werden?
- Wie und über welche Kanäle kommuniziert die Gemeinde am besten erfolgreich das Thema nachhaltige Mobilität?

Der Auftrag wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber durchgeführt. Im Zentrum standen die Durchführung von zwei Workshops im März 2016, in deren Rahmen sowohl die Zielsetzungen eines Mobilitätsmarketings als auch ein Set von möglichen Massnahmen besprochen und zur Integration in das Konzept verabschiedet wurden. Während sich der erste Workshop aus Mitgliedern des Energie- und des Verkehrsausschusses zusammensetzte, nahmen am zweiten Workshop VertreterInnen verschiedener Zielgruppen in der Gemeinde teil.

Das vorgeschlagene Massnahmen-Set umfasst insgesamt elf Massnahmen in den drei Handlungsfeldern Kommunikation, Mobilitätsdienstleistungen und Beratung sowie die „Mobilitätsplattform Horgen“ als Organisationsstruktur.

Nr.	Massnahmen	Zielgruppe(n)	Aufbau	Betrieb
Handlungsfeld: Kommunikation (K)				
K_M1	Dach-Logo	Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei Einzelmassnahmen	2017	2018
K_M2	Website	Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei Einzelmassnahmen	2017	2018
K_M3	Basis-Broschüre	Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei Einzelmassnahmen	2017	2018
K_M4	Veranstaltungen	spezifische Zielgruppen je nach behandeltem Mobilitätsthema	2017	2018
K_M5	Mobilitätstag	Horgner Bevölkerung	2018 / 2020	2018 / 2020
Handlungsfeld Mobilitätsdienstleistungen (MD)				
MD_M1	Kurse „Mobilität im Alter“	Seniorinnen und Senioren ab 70 Jahren	2018	2019
MD_M2	Velohauslieferdienst	Horgner Bevölkerung, Seniorinnen und Senioren, Gewerbe, Unternehmen	2018	2019
MD_M3	Geführte Nahreisen rund um Horgen	Horgner Bevölkerung	2017	2018
MD_M4	Mobilität im Schulunterricht	Schülerinnen und Schüler der 4. bis 6. Klasse und 1. bis 3. Sekundarstufe; Lehrerschaft	2018	2019
MD_M5	Veloplan Horgen	Horgner Bevölkerung	2019	2020
Handlungsfeld: Beratung (B)				

Nr.	Massnahmen	Zielgruppe(n)	Aufbau	Betrieb
B_M1	Mobilitätsberatung von Standortbetreibern	Unternehmen, Bauherren, Liegenschaftsverwaltungen im Wohnbereich, Veranstalter von Anlässen	kein Aufbau notwendig	laufend
Organisation (O)				
O_M1	Mobilitätsplattform Horgen (Energie- und Umweltamt)	Die in den vorhergehenden Massnahmen definierten Zielgruppen	kein Aufbau notwendig	2017

Die Kostenschätzung für ein 4-Jahres-Programm 2017-2020 inklusive dem Aufbau einer sinnvollen Organisationsstruktur für den Betrieb der Massnahmen beläuft sich auf 244'000 Franken. Die Kosten für die Umsetzung des Mobilitätsmarketingkonzepts werden über das Budget des vom Gemeinderat genehmigten Masterplans Energie 2017-2020 gedeckt. Die Schätzung basiert auf der Annahme, dass die Dienstleistungen extern eingekauft werden. Kann ein Teil der Aufgaben verwaltungsintern bewältigt werden, verringern sich die Ausgaben wesentlich.

Die Federführung für die Umsetzung des Mobilitätsmarketingkonzepts liegt beim Energie- und Umweltamt. Dieses stellt eine koordinierte und effiziente Bearbeitung der vorgeschlagenen Handlungsfelder und der darin eingebundenen Massnahmen sicher. Insbesondere in Zusammenhang mit den Massnahmen der Dachkommunikation ist eine enge Zusammenarbeit mit dem Gemeindeschreiber und dem Logoteam anzustreben. Die strategische Führung und damit der Entscheid über die Massnahmenumsetzung liegt beim Energieausschuss. Dieser sichert auch die verwaltungsinterne Information und Koordination mit dem Verkehrsausschuss.

1 Einführung

1.1 Auftrag

Horgen ist Energiestadt. Bei der Urnenabstimmung vom 27. November 2011 hat der Horgner Souverän die mittelfristigen Ziele für die kommunale Energiepolitik festgelegt. Der Gemeinderat wurde beauftragt, alle notwendigen Massnahmen einzuleiten und umzusetzen, die zur Erreichung des European Energy Award Gold (Goldlabel Energiestadt) bis zum Re-Audit 2020 notwendig sind. Der Gemeinderat hat in der Folge den Masterplan Energie 2013-2016 der Gemeindeversammlung im Dezember 2012 zur Abstimmung vorgelegt. Der Masterplan wurde mit überwiegendem Mehr genehmigt.

Der erwähnte Masterplan definiert für die Energiestadt Horgen diverse Massnahmen im Themenbereich Mobilität. Unter anderem:

- Erarbeitung und Verabschiedung eines Mobilitätsmarketingkonzepts für die EinwohnerInnen.
- Laufende Umsetzung der Massnahmen des Mobilitätsmarketings.

Der vom Gemeinderat am 18. April 2016 zuhanden der Gemeindeversammlung im Dezember 2016 genehmigte Masterplan 2017-2020 führt den Auftrag „Umsetzung Mobilitätsmarketingkonzept“ weiter.

Das Energie- und Umweltamt Horgen hat die Arbeitsgruppe synergo – Galliker Kommunikation mit der Erarbeitung des Mobilitätsmarketingkonzepts beauftragt. Dabei sollen die folgenden beiden Hauptfragen beantwortet werden:

- Mit welchen weiteren Massnahmen des Mobilitätsmarketings im Rahmen der Kompetenzen einer Gemeinde kann eine nachhaltige Mobilität gefördert werden?
- Wie und über welche Kanäle kommuniziert die Gemeinde am besten erfolgreich das Thema nachhaltige Mobilität?

1.2 Auftragsabwicklung – Methodischer Ablauf

Der Auftrag wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber durchgeführt. Im Zentrum standen die Durchführung von zwei Workshops am 2. und 9. März 2016, wo sowohl die Zielsetzungen eines Mobilitätsmarketings für Horgen als auch ein Set von möglichen Massnahmen besprochen und zur Integration in das Konzept verabschiedet wurden.

Am Workshop „Verkehrs- und Energieausschuss“ haben folgende Personen aus der Gemeindeverwaltung teilgenommen:

Tabelle 1-1: Zusammensetzung Workshop „Energie- und Verkehrsausschuss“ vom 2. März 2016

Name	Vorname	Funktion
Dorn	Antonia	Gemeinderätin Tiefbauamt
Nüesch	Beat	Gemeinderat Liegenschaften- und Sportamt
Leuthold	Theo	Gemeindepräsident
Burch	Hans	Gemeindeingenieur
Umbricht	Alexander	Projektleiter Energie
Schneider	Stefan	Externer Berater / Mitglied Verkehrskommission

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

Am Workshop „VertreterInnen von Zielgruppen“ haben folgende Personen teilgenommen:

Tabelle 1-2: Zusammensetzung Workshop „VertreterInnen von Zielgruppen“ vom 9. März 2016

Name	Vorname	Funktion
Dorn	Antonia	Gemeinderätin Tiefbauamt/Umweltamt
Gradenecker	Marco	Leiter Energie- und Umweltamt
Umbricht	Alexander	Projektleiter Energie
Pfenninger	Roland	Leiter Abteilung Kind/Jugend/Familie
Mehr	Irene	Präsidentin Handwerks- und Gewerbeverein Horgen
Steiner	Heidi	Naturschutzverein Horgen
Brazerol	Rico	Präsident Schwimmclub Horgen / Kantonsrat
Schmid	Alfons	Verkehrsverein Horgen
Baur	Roger	Filialleiter m-way Shop Horgen
Müller	Adrian P.	Arzt, Präsident der Bezirksärztesgesellschaft
Keller	Urs	Schulleiter Oberstufe Horgen
Birchler	Frowin	Inhaber Velo Birchler GmbH

Beide Workshops konnten in einem sehr konstruktiven und gegenüber dem Projekt „Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen“ wohlwollenden Klima durchgeführt werden. Die Gruppen vertieften sich aktiv in das anspruchsvolle Thema. So wurden in beiden Workshops die Massnahmen definiert, die im vorliegenden Bericht berücksichtigt werden.

Unbestritten war in beiden Workshops die Bedeutung der Kommunikation und der damit verbundenen Massnahmen. Eine langfristig ausgerichtete Kommunikationsstrategie kann nur dann umgesetzt werden, wenn im Rahmen des Projektes zielführende Veranstaltungen, Mobilitätsdienstleistungen und Beratungsleistungen umgesetzt werden. Der Erfolg des Projektes hängt daher sowohl von der Umsetzung von Massnahmen aus den genannten Bereichen ab, wie auch von einer guten und langfristig ausgerichteten Kommunikations- und Informationsstrategie.

Der frühe Einbezug der Vertreterinnen und Vertreter der für das Projekt relevanten Zielgruppen hat sich als sehr positiv erwiesen. Die Akzeptanz und Umsetzbarkeit der einzelnen Massnahmen konnten realitätsnah überprüft werden. Das vorliegende Mobilitätsmarketingkonzept erhält dadurch eine deutlich grössere Verbindlichkeit, als wenn allein mit den Mitgliedern des Energie- und Verkehrsausschusses gearbeitet worden wäre.

2 Mobilitätsmarketing – Kurze Einführung

Der Begriff „Mobilitätsmarketing“ wird in der Fachwelt mit dem Begriff „Mobilitätsmanagement“ gleichgesetzt. Dessen Inhalt und Funktion kann wie folgt beschrieben werden:

Definition Mobilitätsmanagement

Im Gegensatz zu ordnungspolitischen, verkehrs- und raumplanerischen Instrumenten und Handlungsansätzen wird unter dem Begriff „Mobilitätsmanagement“ eine Fülle von Massnahmen verstanden, die in ihrer Ausprägung mehrheitlich den Charakter einer Dienstleistung haben. Mit der Inanspruchnahme dieser Dienstleistungen sollen die Verkehrsteilnehmenden animiert werden, Bus, Bahn, Tram, Carsharing, Velo etc. vermehrt bzw. das Auto effizienter zu nutzen.

Ergänzungsbeitrag zu Infrastrukturmassnahmen und zur Sicherung der Mobilität

Sowohl politisch als auch gesetzlich sind Gemeinden und Agglomerationen beauftragt, bestehende und zukünftige Verkehrsinfrastrukturen optimal zu bewirtschaften und die negativen Auswirkungen der Mobilität zu minimieren. Um die ins Verkehrsangebot getätigten Investitionen in ihrem Wert zu erhalten und die Wirksamkeit der Angebote zu optimieren, soll auch das Mobilitätsmanagement möglichst optimal und zielgerichtet eingesetzt werden.

Funktion des Mobilitätsmanagements

Die Funktion des Mobilitätsmanagements kann auch analog zur Konsumgüterindustrie mit Marketing verglichen werden. Das „Produkt“ ist das Verkehrsangebot mit Schwerpunkt im Bereich öffentlicher Verkehr und Fuss-/Veloverkehr, ohne den motorisierten Individualverkehr zu vernachlässigen. Das Mobilitätsmanagement ist das Marketing, das verschiedene Mittel einsetzt, um die Nachfrage nach dem sinnvollsten Produkt zu steigern bzw. zu beeinflussen. Um diese Funktion wahrzunehmen, bedient sich das Mobilitätsmanagement verschiedener Massnahmen, z.B. in den Bereichen Information, Beratung, Anreize oder Reglemente.

3 Ziele eines Mobilitätsmarketings in Horgen

Das oberste Ziel eines koordinierten Mobilitätsmarketings in Horgen ist es, die Fortbewegung mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (öV, Velo, zu Fussgehen, Carsharing) zu fördern bzw. positiv zu positionieren sowie den effizienten Einsatz des Automobils zu unterstützen. Zusammen mit den im Kommunalen Richtplan Verkehr (2007) und im Masterplan Energie 2013-2016 verabschiedeten Zielen und Massnahmen wird mit der Einbindung des Mobilitätsmarketings ein abgestimmtes Massnahmen-Paket zur nachhaltigen Verkehrsabwicklung in Horgen geschaffen. Die konkreten Zielsetzungen, die in der Reichweite eines koordinierten Mobilitätsmarketings für Horgen liegen, sind:

1. Der **Informationsstand** in der Bevölkerung zur Existenz und den Nutzungsmöglichkeiten der bestehenden Verkehrsangebote soll erhöht werden.
2. Der **Grad der Wahrnehmung** betreffend der eigenen Handlungsmöglichkeiten und der daraus entstehenden persönlichen und gesellschaftlichen Vorteile (z.B. Zeit- und Kostenersparnis) soll bei der Bevölkerung erweitert und gestärkt werden. Zentral dabei ist, dass es gelingt, „nachhaltiges Mobilitätsverhalten“ als ein trendiges, positiv besetztes „Produkt“ zu positionieren. Auf diese Weise werden sowohl rationale als auch emotionale Komponenten des Bewusstseins angesprochen, um eine Verhaltensänderung hin zu einem nachhaltigeren Mobilitätsverhalten zu bewirken.
3. **Bestehendes, nachhaltiges Verkehrsverhalten** soll konsolidiert bzw. gefördert werden. Das heisst, dass Verkehrsteilnehmende, die jetzt schon hauptsächlich mit Bahn, Bus, Carsharing, Velo oder zu Fuss unterwegs sind und/oder das Automobil effizient einsetzen, mittels entsprechenden Angeboten in ihrem Verhalten bestärkt werden.
4. **Verkehrserzeuger** (z.B. bestehende private und öffentliche Betriebe) sind in der Gestaltung von nachhaltigen Verkehrslösungen miteinzubeziehen. Ihnen sind dabei die Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, geeignete Produkte anzubieten und evtl. Auflagen zu erstellen, die sie im eigenen Wirkungsraum umsetzen können.
5. Mobilitätsmanagement soll in **Planungsprozessen** von neuen und bestehenden, sich ändernden, verkehrsrelevanten Nutzungsvorhaben (z.B. grössere Arealüberbauungen) stufengerecht eingebunden werden. Die relevanten Akteure wie Bauherren oder Grundeigentümerschaften sind bezüglich ihren Handlungsmöglichkeiten zu einer nachhaltigen Mobilitätsgestaltung zu informieren und zu unterstützen.
6. Das Mobilitätsmarketing soll **verwaltungsintern koordiniert** werden. Wichtig ist dabei, dass ein regelmässiger Austausch zwischen Energie- und Verkehrsausschuss zu verkehrsrelevanten Planungen stattfindet. Dabei soll geprüft werden, inwieweit diese Planungen ein Potenzial beinhalten, das im Sinne des Mobilitätsmarketings und den dabei bereitgestellten Kommunikationsmassnahmen ausgeschöpft werden kann.

4 Bisherige Aktivitäten im Mobilitätsmarketing

4.1 Bisherige Massnahmen

Horgen ist im Mobilitätsmarketing verwaltungsintern, aber auch gegenüber der Bevölkerung und den Unternehmen bereits aktiv (vgl. Tabelle 4-1).

Verwaltungsintern wurden mehrere Massnahmen umgesetzt, die gemäss subjektivem Eindruck der Verwaltung und unter Berücksichtigung des Kosten-Nachfrage-Verhältnisses erfolgreich zu sein scheinen. Hingegen weisen die Massnahmen zuhanden der Bevölkerung und Unternehmen bisher eine durchgezogene Nachfrage-Bilanz auf.

Empfehlung

Das vorliegende Mobilitätsmarketingkonzept richtet sich nicht intern an die Verwaltung, sondern an verschiedene in Horgen beheimatete „externe Zielgruppen“ (z.B. Horgner Bevölkerung, Seniorinnen und Senioren, Schulen, Unternehmen, Bauherren).

Die verwaltungsinternen Massnahmen, die als erfolgreich bewertet werden, sind jedoch weiterzuführen und mittels den im Kapitel 5 vorgeschlagenen Kommunikationsmassnahmen „Website“, „Basis-Broschüre“, „Veranstaltungen“, „Mobilitätstag“ nach Aussen zu kommunizieren. So machen der Gemeinderat Horgen und die Gemeindeverwaltung sichtbar, dass sie mit gutem Beispiel vorangehen.

Die bestehenden Massnahmen, die sich an die Bevölkerung und Unternehmen richten, sind ebenfalls weiterzuführen und ins Mobilitätsmarketingkonzept zu integrieren. Zum einen sollen bestehende Massnahmen wie „Vergünstigte Abgabe von öV-Tageskarten SBB“, „Vergünstigte Abonnements und Mehrfahrtenkarten für den Lokaltarif Horgen“ und „Werbung zum bestehenden Mobility-Angebot“ in die Kommunikationsmassnahmen „Website“, „Basis-Broschüre“ und „Veranstaltungen“ (vgl. Kapitel 5) eingebaut werden. Zum anderen sollen Massnahmen wie „Mobilitätstag“ und „Mobilitätsberatung in Unternehmen“ als Einzelmassnahmen im Konzept aufgenommen werden (vgl. Kapitel 5).

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

Tabelle 4-1: Bisherige Massnahmen des Mobilitätsmarketings in Horgen

Massnahme	Status	Kurzbeschreibung	Zielgruppe	Nachfrage	Eindruck Verwaltung	Empfehlung Arbeitsgruppe
Mobilitätsmarketing in der Gemeindeverwaltung						
bike to work	laufend	Gemeindeverwaltung nimmt regelmässig teil. Zusätzlich zu den allgemeinen Preisen werden auch innerhalb der Verwaltung Preise verlost.	Mitarbeitende in der Gemeinde	20 bis 40 Personen	Aufwand / Ertrag stimmt	weiter daran teilnehmen; in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen
E-Bikes	laufend	Gemeindeverwaltung verfügt über insgesamt 6 E-Bikes für Geschäftsfahrten	Mitarbeitende der Gemeinde	schwankend, sehr von Einzelpersonen abhängig	erfolgreich	Flotte beibehalten; bei steigender Nachfrage ausbauen; in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen
Elektroauto	laufend	In der Flotte der Gemeindewerke ist ein Elektrofahrzeug integriert	Mitarbeitende der Gemeindewerke	regelmässige Nutzung	im Vergleich zur Gesamtgrösse momentan marginal	beibehalten; in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen
Business CarSharing	laufend	4 Mobility-Fahrzeuge stehen direkt vor dem Gemeindehaus. Die Verwaltung hat drei übertragbare Karten.	Mitarbeitende der Gemeinde	personenabhängig, tendenziell steigend	Ausbaupotenzial vorhanden, regelmässige NutzerInnen sind zufrieden	Angebot beibehalten; in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen
DrivePlus-Kurse	abgeschlossen	Obligatorische Kurse innerhalb der Verwaltung	Mitarbeitende der Gemeinde	obligatorisch (110 Mitarbeitende)	sehr erfolgreich	periodisch wieder durchführen; in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

Fortsetzung Tabelle 4-1

Massnahme	Status	Kurzbeschreibung	Zielgruppe	Nachfrage	Eindruck Verwaltung	Empfehlung Arbeitsgruppe
Mobilitätsmarketing bei der Bevölkerung und bei Unternehmen						
Bike4car	abgeschlossen	zweiwöchige Aktion	Horgner Bevölkerung	keine Angaben	keine Angaben	in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen sofern Massnahme permanent durch Betreiber angeboten wird
EcoCarExpo 2009	abgeschlossen	2-tägige Aktion	Horgner Bevölkerung	gute Beteiligung der Bevölkerung	erfolgreich, relativ viele Interessierte	abhängig von Erfolg
Elektrofahzeugparade WAVE	abgeschlossen	Mittags- & Ladehalt World Advanced Vehicle Expedition (WAVE)	Horgner Bevölkerung	keine Angaben	erfolgreich, relativ viele Interessierte	einmalige Aktion
Mobilitätstag „ecomobil Zimmerberg 2016“	am 22./23. April 2016 durchgeführt	2-tägiger Event zusammen mit „EcoCar“ und „NewRide“	Unternehmen und Bevölkerung in der Region Zimmerberg	B2B (Branchentreff für KMU der Region): gut Ausstellung: laut e'mobile gut, gemäss Verwaltung durchgezogen	B2B (Branchentreff für KMU der Region): gut Ausstellung: durchgezogen	als Kommunikationsmassnahme des Mobilitätsmarketingkonzeptes alle zwei Jahre durchführen
öV: Vergünstigte Abonnements und Mehrfahrkarten für den Lokaltarif Horgen	laufend	EinwohnerInnen können vergünstigte Mehrfahrkarten, Monats- und Jahresabonnements für Strecken innerhalb der Gemeinde beziehen	Horgner Bevölkerung	klar vorhanden	erfolgreich	Angebot beibehalten; in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen
öV: Vergünstigte SBB-Tageskarten	laufend	EinwohnerInnen können vergünstigte Tageskarten für das ganze GA-Netz beziehen	Horgner Bevölkerung	klar vorhanden	erfolgreich	Angebot beibehalten; in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzepts aufnehmen
Werbeaktion für DrivePlus-Kurse	abgeschlossen	Die ersten 10 DrivePlus-Kurse wurden von der Gemeindeverwaltung finanziert	Horgner Bevölkerung	ca. 20 Personen	laut EcoDrive sehr erfolgreich; Sichtweise Verwaltung durchgezogen	vorläufig nicht wiederholen
Werbung und Anreize für Carsharing-Angebot von Mobility	abgeschlossen	Versand eines Flyers an alle Haushalte. Übernahme von Jahresgebühren durch die Gemeinde für eine limitierte Anzahl von Karten.	Horgner Bevölkerung; Horgner Unternehmen	unklar (überdurchschnittliches Wachstum an Mobility-Kunden im 2014, allerdings auf tiefem Niveau)	Mobility als Angebot ist schwierig schriftlich zu kommunizieren; grosses Potenzial in Horgen vorhanden	keine finanziellen Anreize durch Gemeinde aber Angebot in Kommunikationsmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzeptes aufnehmen
Mobilitätsberatung in Unternehmen	laufend	wird seitens Kanton Zürich angeboten; Anschreiben der Horgner Unternehmen über 75 Mitarbeitende ist erfolgt	Horgner Unternehmen und Gemeindeverwaltung	bisher noch keine Nachfrage bei Horgner Unternehmen vorhanden	bisher noch nicht erfolgreich; Potenzial vorhanden	Angebot als Massnahme des Mobilitätsmarketingkonzeptes aufnehmen

4.2 Bisherige Kommunikationsleistungen

Ein bekanntes Sprichwort besagt: «Tue Gutes und rede darüber.» In der Vergangenheit hat Horgen mit den verschiedenen „technischen“ Massnahmen für die Förderung eines nachhaltigen Verkehrs bereits viel Gutes getan, aber noch wenig darüber geredet. Die erste Tugend gilt es beizubehalten, die zweite zu stärken.

Bislang setzte die Gemeinde Horgen folgende Informationsmittel ein, um über Angebote im Bereich nachhaltiger Verkehr zu informieren:

- Massenversand an die Bevölkerung (mehrmals jährlich)
- Medienmitteilungen
- Horgen App
- Verwaltungsinterner Newsletter
- Homepage

Im Bereich Kommunikation nahm die Gemeinde an einzelnen Veranstaltungen die Gelegenheit zum direkten Gespräch mit Einwohnerinnen und Einwohnern wahr. Eine spezielle, auf die Mobilität ausgerichtete Kommunikationsplattform wurde jedoch nicht geschaffen.

Empfehlung

Es wird empfohlen, eine umfassende Kommunikations- und Informationsstrategie zu entwickeln. Im Zentrum soll die Dachkommunikation (Massnahmen „Dach-Logo“, „Website“, „Basis-Broschüre“; vgl. Kapitel 5) stehen, welche das Mobilitätsmarketing als Ganzes sichtbar und wiedererkennbar macht.

Ebenfalls ein grosses Gewicht sollen die Massnahmen „Veranstaltungen“ und „Mobilitätstag“ (vgl. Kapitel 5) erhalten, die als eigentliche Kommunikationsplattformen das direkte Gespräch zwischen den Gemeindebehörden und der Bevölkerung ermöglichen und so die Akzeptanz für die vorgeschlagenen „technischen“ Massnahmen erheblich stärken können.

Die Kommunikation für die Einzelmassnahmen soll in die Dachkommunikation integriert werden.

5 Handlungsfelder und Massnahmen

In den folgenden Kapiteln werden die Handlungsfelder und die darin eingebundenen Massnahmen des Mobilitätsmarketingkonzeptes dargestellt. Die Auswahl wurde im Rahmen der beiden Workshops mit dem Energie- und Verkehrsausschuss sowie mit den VertreterInnen der Zielgruppen vordiskutiert (vgl. Kapitel 1.2) und deren Aufnahme ins Konzept beschlossen. Das aufgeführte Massnahmenspektrum kann im Laufe der Umsetzung angepasst werden.

Jede Massnahme ist in Form eines strukturierten Datenblattes beschrieben. Bei der Kostenschätzung wird von einem 4-Jahres-Programm (2017 bis 2020) ausgegangen, in dem die Massnahmen mehrheitlich 2017 aufgebaut und ab 2018 betrieben werden. Dieser Zeitraum erlaubt es, genügend Erfahrungen über die Nachfrage / Akzeptanz der Massnahmen bei den anvisierten Zielgruppen zu sammeln und im Nachgang Massnahmen aufzugeben, zu justieren bzw. neue Massnahmen zu integrieren.

Bei den Kostenschätzungen in den Bereichen „Aufbau“, „Betrieb“ und „Controlling“ wird jeweils davon ausgegangen, dass es sich um extern eingekaufte Dienstleistungen und damit um Drittkosten handelt, die von der Gemeinde zu finanzieren sind. Kann ein grosser Teil der anfallenden Arbeiten verwaltungsintern bewältigt werden, verringern sich die Kosten substantiell.

Tabelle 5-1: Vorgeschlagenes Massnahmen-Set

Nr.	Massnahmen	Zielgruppe(n)	Aufbau	Betrieb
Handlungsfeld: Kommunikation (K)				
K_M1	Dach-Logo	Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei Einzelmassnahmen	2017	2018
K_M2	Website	Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei Einzelmassnahmen	2017	2018
K_M3	Basis-Broschüre	Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei Einzelmassnahmen	2017	2018
K_M4	Veranstaltungen	spezifische Zielgruppen je nach behandeltem Mobilitätsthema	2017	2018
K_M5	Mobilitätstag	Horgner Bevölkerung	2018 / 2020	2018 / 2020
Handlungsfeld Mobilitätsdienstleistungen (MD)				
MD_M1	Kurse „Mobilität im Alter“	Seniorinnen und Senioren ab 70 Jahren	2018	2019
MD_M2	Velohauslieferdienst	Horgner Bevölkerung, Seniorinnen und Senioren, Gewerbe, Unternehmen	2018	2019
MD_M3	Geführte Nahreisen rund um Horgen	Horgner Bevölkerung	2017	2018
MD_M4	Mobilität im Schulunterricht	Schülerinnen und Schüler der 4. bis 6. Klasse und 1. bis 3. Sekundarstufe; Lehrerschaft	2018	2019
MD_M5	Veloplan Horgen	Horgner Bevölkerung	2019	2020
Handlungsfeld: Beratung (B)				
B_M1	Mobilitätsberatung von Standortbetreibern	Unternehmen, Bauherren, Liegenschaftsverwaltungen im Wohnbereich, Veranstalter von Anlässen	kein Aufbau notwendig	laufend

5.1 Handlungsfeld Kommunikation

5.1.1 Einführung

Dem Bereich Kommunikation/Information kommt im Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen eine Schlüsselrolle zu. Eine pragmatische und zielführende Kommunikations- und Informationsstrategie gibt dem Horgener Mobilitätsmarketingkonzept ein Gesicht. Die verschiedenen Massnahmen werden nicht mehr primär als voneinander unabhängige Einzelmassnahmen wahrgenommen, sondern als Elemente eines umfassenden Ganzen.

Der Schwerpunkt soll auf die Dachkommunikation gelegt werden. Diese muss folgende Fragen beantworten:

- Wieso will die Gemeinde Horgen den nachhaltigen Verkehr stärken (das Ziel „Goldlabel Energiestadt“ sollte als Resultat der Anstrengungen, nicht aber als dessen Zweck erwähnt werden)?
- Welche Massnahmen ergreift die Gemeinde Horgen, um dieses Ziel zu erreichen – und welche Massnahmen setzt sie bereits um?
- Sobald Resultate sichtbar gemacht werden können: Welche Wirkungen und Erfolge zeigen die Massnahmen?

Die Dachkommunikation setzt so den übergeordneten Kontext, in den sich die Einzelmassnahmen (Massnahmen K_M4 – B_M1, vgl. Kapitel 5) einordnen. Die im Rahmen der Dachkommunikation formulierten Kernaussagen zum Mobilitätsmarketingkonzept geben den Behörden und den Mitarbeitenden der Verwaltung zudem die richtigen Argumente in die Hand, weshalb die Gemeinde Horgen in die Stärkung des nachhaltigen Verkehrs investiert. Alle Kommunikationsmassnahmen werden in enger Zusammenarbeit mit dem Gemeindeschreiber umgesetzt.

Pointiert formuliert soll eine Kommunikations- und Informationsstrategie angestrebt werden, die wie folgt aufgebaut ist:

- Die Dachkommunikation (Massnahmen „Logo“, „Website“, „Basis-Broschüre“) gibt den Rahmen und die Form vor, wie und in welcher Dichte informiert wird. Das Dachlogo wird ausschliesslich im Rahmen des Mobilitätsmarketings verwendet. Die Informationsplattformen „Website“ und „Basis-Broschüre“ halten zudem die Kernaussagen zu Ziel und Zweck des Mobilitätsmarketings fest und schaffen so den übergeordneten Kontext.
- Mit den Kommunikationsmassnahmen „Veranstaltungen“ und „Mobilitätstag“ entwickelt die Gemeinde wichtige Kommunikationsplattformen, an denen nicht nur Informationen abgegeben werden, sondern die einen echten Dialog zwischen den Behörden und der Bevölkerung ermöglichen. Ob für einen Dialog ebenfalls Social Media einzusetzen sind, wurde im Rahmen des vorliegenden Konzeptes nicht geprüft. Diese Frage kann und soll zu einem späteren Zeitpunkt geklärt werden.
- Die Information und Kommunikation zu den Einzelmassnahmen (z.B. die Massnahme „Kurse Mobilität im Alter“) erfolgt auf der Website und in der Basis-Broschüre. Medienmitteilungen, Einzelflyer etc. werden mit dem Dachlogo versehen. So wird das Mobilitätsmarketing mit der Zeit als „Paket“ wahrgenommen.

5.1.2 Massnahmen

K_M1	Dach-Logo						
Kurzbeschreibung:							
Ein Dach-Logo soll zum Gesicht und zum Wiedererkennungsmerkmal des Mobilitätsmarketingkonzepts für Horgen werden. Es soll auf allen Drucksachen, Webpages und weiteren Informationen erscheinen, die sich mit dem Mobilitätsmarketing der Gemeinde Horgen befassen. Bei der Entwicklung des Dach-Logos ist darauf zu achten, dass die Logo-Vielfalt der Gemeinde nicht unnötig erweitert wird. Deshalb soll das Dach-Logo ein bestehendes Logo (oder Label) ergänzen. Idealerweise bieten sich entweder das Logo der Gemeinde Horgen oder das Energiestadt-Label dafür an. Bei der Entwicklung ist zudem auf eine enge Zusammenarbeit mit dem Gemeindeschreiber und der verwaltungsinternen Logo-Gruppe grossen Wert zu legen.							
Betreiber:							
Gemeindeverwaltung Horgen							
Zielgruppe(n):							
Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei den Einzelmassnahmen							
Nutzen:							
Durch das Dach-Logo werden die Einzelmassnahmen des Mobilitätsmarketingkonzeptes als einzelne Elemente eines ganzheitlichen Konzeptes sichtbar. Der Wiedererkennungseffekt steigert die Wirksamkeit der einzelnen Massnahmen.							
Synergien:							
Bei der Entwicklung sind Synergien mit bestehenden Logos und Labels zu nutzen.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 1							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau	10'000					10'000	Drittkosten für Ausarbeitung Logo-Entwürfe und definitives Dach-Logo
Betrieb						0	
Controlling						0	
Total	10'000	0	0	0	0	10'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung:							
Indikator 1: keine Wirkungsbeurteilung möglich							
Indikator 2:							
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1: Evaluation einer Agentur (in Kombination mit den übrigen Kommunikationsmassnahmen)							
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							
Wir empfehlen, für die Begleitung der verschiedenen Kommunikationsmassnahmen (Logo, Webpage, PR-Massnahmen etc.) eine einzige Agentur zu beauftragen, die das entsprechende Knowhow für Horgen aufbauen und pflegen kann. Zu beachten ist, dass die einzelnen Agenturen teilweise sehr grosse Differenzen in der Preisgestaltung haben. Kleinere, regional tätige Agenturen (hier empfehlenswert) arbeiten deutlich günstiger als renommierte Leadagenturen.							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

K_M2	Website						
Kurzbeschreibung:							
<p>Auf einer zentralen Website sollen Informationen rund um das Thema "Mobilität in Horgen" übersichtlich und attraktiv aufgezeigt werden. Inhaltlich sind dies Informationen und Links zum Verkehrsangebot in Horgen, zu den Massnahmen des Mobilitätsmarketings und der Verkehrsplanung. Die Website wird als Teil der Horgener Website www.horgen.ch entwickelt, ist jedoch durch einen eigenständigen URL auch durch einen externen Zugriff abrufbar (z.B. www.horgenmobil.ch). Die Vorteile einer internen Ergänzung der Gemeindeforum Website und einer eigenständigen externen Website werden so kombiniert und die Entwicklungskosten werden tief gehalten.</p>							
Betreiber:							
Gemeindeverwaltung Horgen							
Zielgruppe(n):							
Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei den Einzelmassnahmen							
Nutzen:							
Die Zielgruppen können sich einfach und umfassend rund um das Thema "Mobilität in Horgen" und einzelne Massnahmen informieren. Das Thema ist als Ganzes sichtbar und die Information ist sichergestellt.							
Synergien:							
Für aktuelle Mitteilungen soll ebenfalls das Horgen App genutzt werden.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 1							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau	8'000	2'000				10'000	Annahme: Konzeptentwicklung und Umsetzung durch Dritte; 2018: Kosten für allfällige Revision nach einjähriger Laufzeit; Website wird in aktuelle Website von Horgen integriert.
Betrieb		3'000	3'000	3'000		9'000	Annahme: Drittkosten für Bewirtschaftung Website (250 CHF / Monat)
Controlling		500	500	500		1'500	Annahme: Drittkosten jährliche Ermittlung der Daten zu den Indikatoren
Total	8'000	5'500	3'500	3'500	0	20'500	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung:							
Indikator 1:	Anzahl Klicks auf die Website						
Indikator 2:	Elektronische Anmeldungen etc. bei Veranstaltungen, die auf der Website ausgeschrieben werden						
Indikator 3:	Kommentare etc., sofern eine Dialogfunktion geplant wird						
Detaillkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:	Evaluation einer Kommunikationsagentur und einer Online-Agentur für Begleitung Aufbau und Betrieb						
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							
Es ist zu prüfen, ob die Website mit weiteren Online-Kanälen gekoppelt werden kann: Facebook, HorgenApp etc. Beides würde die Bekanntheit und Attraktivität der Website enorm erhöhen. Ebenfalls ist zu prüfen, ob in einem Archiv alle Infos zu den vergangenen Massnahmen (zum Beispiel Veranstaltungen) abrufbar sein sollen.							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

K_M3	Basis-Broschüre						
Kurzbeschreibung:							
In einer attraktiven Broschüre sind die wichtigsten Informationen und Kontaktadressen zum Mobilitätsmarketing zusammengefasst. Bei der Konzipierung ist darauf zu achten, dass sich Informationen zu Einzelmassnahmen (z.B. Veranstaltungen) gut integrieren lassen. Die Broschüre soll einmal jährlich durch die Gemeinde in die Haushaltungen verteilt werden. Sie soll aber auch bei Partnern (zum Beispiel Ärzte, Seniorenberatungsstellen, Velohändlern etc.) aufliegen.							
Betreiber:							
Gemeindeverwaltung Horgen							
Zielgruppe(n):							
Horgner Bevölkerung und spezielle Zielgruppen bei den Einzelmassnahmen							
Nutzen:							
Das Ziel und der Zweck des Mobilitätsmarketings wird bekannt gemacht. Die Bevölkerung und spezielle Zielgruppen wissen, was das Horgner Mobilitätsmarketing ist und welche Massnahmen dazu gehören.							
Synergien:							
Inhaltlich sind Website und Broschüre aufeinander abzustimmen, um so die Wirkung der Botschaften zu verstärken.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 1							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau	15'000					15'000	Der relativ tiefe Betrag ist nur dann realistisch, wenn die Website und die Broschüre von derselben Agentur entwickelt werden. Annahme: Drittkosten für Konzeptentwicklung und Umsetzung, inkl. Druckkosten
Betrieb		5'000	5'000	5'000		15'000	Annahme: Drittkosten für jährlich moderates Update, inkl. Druckkosten
Controlling		500	500	500		1'500	Annahme: Drittkosten jährliche Ermittlung der Daten zu den Indikatoren
Total	15'000	5'500	5'500	5'500	0	31'500	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung:							
Indikator 1: Nachfrage nach der Broschüre							
Indikator 2:							
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1: Evaluation einer Kommunikationsagentur							
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							
Kosten gehen von einer achtseitigen Farbbroschüre A5 aus.							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

K_M4	Veranstaltungen						
Kurzbeschreibung:							
In bestehenden Veranstaltungen der Gemeinde (z.B. NeuzuzügerInnenanlass) oder von ausgewählten Institutionen (z.B. Jahresversammlungen von Sportvereinen) wird ein spezifisches Mobilitätsthema behandelt. Dies kann in Form von Referaten, Demonstrationen von spezifischen Verkehrsmittelangeboten wie z.B. Carsharing oder weiteren erlebnisorientierten Formen erfolgen. Mögliche Themen sind: Bewegung und Ernährung, Mobilität im Alter, Sportlich zum Sport, aktuelle Themen aus der Verkehrsplanung. Pro Jahr soll an zwei Anlässen ein spezifisches Mobilitätsthema behandelt werden.							
Betreiber:							
Gemeindeverwaltung Horgen (nur für den Mobilitätsteil im Rahmen eines Anlasses)							
Zielgruppe(n):							
jeweilige Zielgruppen des Anlasses							
Nutzen:							
Die Teilnehmenden eines Anlasses erhalten Detailinformationen zu einem spezifischen Mobilitätsthema. Sie haben direkt die Möglichkeit, Fragen zu stellen und sich mit dem behandelten Thema aktiv auseinanderzusetzen. Auch sollen die Veranstaltungen Raum für einen echten Dialog zwischen Bevölkerung und Behörden zu Mobilitätsthemen bieten.							
Synergien:							
Auftrittsmöglichkeiten bei bestehenden Veranstaltungen nutzen							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 1							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau	2'000	2'000	2'000			6'000	Annahme: Drittkosten für Entwicklung Jahres-Programm, Abstimmung mit Veranstalter von Anlässen, Festsetzung Format, Referenten, etc.
Betrieb		4'000	4'000	4'000		12'000	Finanzierung von Dritten, die pro Anlass ein spezifisches Mobilitätsthema behandeln, pro Anlass CHF 2'000.
Controlling		500	500	500		1'500	Annahme: Drittkosten jährliche Ermittlung der Daten zu den Indikatoren
Total	2'000	6'500	6'500	4'500	0	19'500	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung :							
Indikator 1:	Anzahl Teilnehmende pro Veranstaltung						
Indikator 2:	Nachgelagerte Feedbacks von Teilnehmenden der Veranstaltungen						
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:	Mit verschiedenen Institutionen, die Anlässe veranstalten in Kontakt treten und Interesse und Möglichkeiten prüfen.						
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

K_M5	Mobilitätstag						
Kurzbeschreibung:							
Alle zwei Jahre findet ein Mobilitätstag in Horgen statt. Dabei liegt der Schwerpunkt beim "Ausprobieren" verschiedener Verkehrsmittel. Mögliche Angebote sind: Testen des Handlings von Carsharing-Fahrzeugen von Mobility, von E-Bikes lokaler Velohändler, von Lastenfahrrädern etc. Der Mobilitätstag kann ergänzt werden durch z.B. Strassenmal-Aktionen für Kinder, Zeichnungsausstellung zum Thema "Mobilität in Horgen" (von Schulklassen im Vorfeld durchgeführt) etc.							
Betreiber:							
Gemeindeverwaltung Horgen (in Zusammenarbeit mit eingeladenen Mobilitätsanbietern)							
Zielgruppe(n):							
Horgner Bevölkerung							
Nutzen:							
Die Horgner Bevölkerung erhält die Möglichkeit, neue Verkehrsmittel direkt auszutesten und sich von den anwesenden Anbietern beraten zu lassen.							
Synergien:							
In der Vermarktung des Mobilitätstages sind Vereine und andere Organisationen in Horgen einzubinden.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 2							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau		10'000		10'000		20'000	Annahme: Drittkosten im Bereich Bewerbung, Apéro, etc. eingerechnet; Stundenaufwendungen von Mitarbeitenden aus der Verwaltung für Konzipierung, Kontaktnahme mit Mobilitätsanbietern etc. nicht kalkuliert
Betrieb						0	Annahme: Stundenaufwendungen von Mitarbeitenden der Gemeindeverwaltung am Mobilitätstag nicht eingerechnet
Controlling						0	Annahme: Datenerhebung zu den Indikatoren erfolgt verwaltungsintern und wird hier nicht budgetiert
Total	0	10'000	0	10'000	0	20'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung:							
Indikator 1:	geschätzte Anzahl an Teilnehmenden						
Indikator 2:	Feedbacks von beteiligten Mobilitätsanbietern						
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:	Auswertung des Mobilitätstages 2016 (Anzahl Teilnehmende, Feedbacks von beteiligten Anbietern)						
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							
Der Mobilitätstag 2016 fand am 22./23. April statt und bildete die Basis für den Entscheid zur Durchführung weiterer Mobilitätstage.							

5.2 Handlungsfeld Mobilitätsdienstleistungen

5.2.1 Einführung

Die unter dem Handlungsfeld „Mobilitätsdienstleistungen“ subsummierten Massnahmen verfolgen verschiedene Zielsetzungen:

- Sie sollen den Zugang zu umweltverträglichen Verkehrsmitteln bei bestimmten Zielgruppen erleichtern bzw. dadurch das allenfalls bestehende nachhaltige Mobilitätsverhalten konsolidieren. Bsp.: Kurse „Mobilität im Alter“.
- Sie sollen das Bewusstsein für die verschiedenen Aspekte und Facetten der Mobilität, insbesondere auch für die Vorteile eines nachhaltigen Mobilitätsverhaltens in Bezug auf die eigene Gesundheit stärken. Bsp.: Kurse „Mobilität im Alter“, „Mobilität im Schulunterricht“.
- Sie sollen dazu animieren, für gewisse Verkehrsvorgänge vermehrt die Nutzung des Velos oder die Fortbewegung zu Fuss zu fördern. Bsp.: „Geführte Nahreisen in und rund um Horgen“, „Velohauslieferdienst“, „Veloplan“.

Die Massnahmen sind als durch die Zielgruppen freiwillig zu nutzende Serviceleistungen zu verstehen, die mittels der in Kapitel 5.1.2 dargestellten Kommunikationsmassnahmen beworben werden.

5.2.2 Massnahmen

MD_M1	Kurse "Mobilität im Alter"						
Kurzbeschreibung:							
In bestehenden Gefässen für Seniorinnen und Senioren wird das Thema "Mobilität im Alter" behandelt. Die Kursinhalte werden auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausgerichtet und können z.B. den Umgang mit öV-Billetautomaten oder elektronischen Fahrplänen, die Orientierung an Bahnhöfen etc. beinhalten. Hinzu kommen Tipps und Anleitungen, wie man sich zu Fuss sicher im Strassenverkehr bewegt sowie zur Bedeutung der körperlichen Bewegung im Alltag für die eigene Gesundheit. Die Kurse setzen sich aus einem Theorie- und Praxisteil zusammen und dauern maximal 4h.							
Betreiber:							
Initiierung bzw. Unterstützung beim Aufbau: Gemeindeverwaltung Horgen Betreiber: externer Anbieter (z.B. Reformierte Kirche Horgen oder spezialisiertes Beratungsbüro)							
Zielgruppe(n):							
Seniorinnen und Senioren ab 70 Jahren							
Nutzen:							
Die Kursteilnehmenden sind sicher mit dem öV und zu Fuss unterwegs. Sie sind mit der Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel vertraut und bleiben so länger aktiv mobil im Alltag.							
Synergien:							
Synergien in der Bewerbung sind mit der Pro Senectute Horgen, dem Seniorenclub Horgen, den Horgner Altersheimen und Horgner Arztpraxen zu nutzen.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020) :							
Priorität: 2							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau		10'000	0	0		10'000	Annahme: Drittkosten für Erstellung Kurskonzept und Unterrichtsmaterialien sowie Bewerbungsflyer
Betrieb		0	2'000	2'000		4'000	Annahme: zwei Kurse pro Jahr à 4h: pro Durchführung CHF 1'000 an Drittkosten
Controlling			500	500		1'000	Annahme: Drittkosten jährliche Ermittlung der Daten zu den Indikatoren
Total	0	10'000	2'500	2'500	0	15'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung :							
Indikator 1:	Anzahl Kursteilnehmende pro Jahr						
Indikator 2:	Auswertung Feedbacks der Kursteilnehmenden						
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:	Abklärung zu den Erfahrungen mit bisher erfolgten Kursen (z.B. in der Gemeinde Thalwil, ref. Kirche in Horgen)						
Schritt 2:	Abklärungen mit möglichen Betreibern (z.B. Kursanbieter der bestehenden Kurse "mobil sein und bleiben") zu Kursinhalten und allfälligen Anpassungsmöglichkeiten						
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							
Referenzgrösse ist das bestehende Kursangebot "mobil sein und bleiben": http://mobilsein-mobilbleiben.ch/web/							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

MD_M2	Velohauslieferdienst						
Kurzbeschreibung:							
In der Gemeinde Horgen existiert ein Velohauslieferdienst (E-Bike mit Anhänger). Dieser bringt Einkäufe von ausgewählten Horgnern Geschäften direkt zum Kunden an die gewünschte Adresse. Der Velohauslieferdienst bietet auch die Entsorgung von PET-Waren oder Altglas im Auftrag der Kunden an.							
Betreiber:							
Initiierung bzw. Unterstützung beim Aufbau: Gemeindeverwaltung Horgen Betreiber: ausgewählter Anbieter							
Zielgruppe(n):							
Horgner Bevölkerung, Seniorinnen und Senioren, Gewerbe, Unternehmen							
Nutzen:							
Mit dem Transport von Waren via Velo werden Fahrten mit dem Auto für den Einkauf oder für die Entsorgung teilweise substituiert. Dies dient der Förderung des Langsamverkehrs.							
Synergien:							
Ein möglicher Anbieter des Hauslieferdienstes könnte z.B. das SNH (Soziales Netz Bezirk Horgen) sein. Damit eine gewisse Nachfrage entstehen kann, muss die Bereitschaft der Teilnahme bei den beiden Grossverteilern Coop und Migros mit ihren Filialen in Horgen gesichert sein.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020) :							
Priorität: 2							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau		10'000				10'000	Annahme: Drittkosten für Unterstützung bei Konzeptentwicklung, Abklärungen mit Anbieter, etc. und Bewerbungsflyer
Betrieb			3'000	3'000		6'000	Grundsätzlich sollte der Hauslieferdienst kostendeckend angeboten werden können; für eine allfällige Defizitbeteiligung seitens Gemeinde wird ein Betrag von CHF 3'000 / Jahr eingestellt
Controlling			500	500		1'000	Annahme: Drittkosten jährliche Ermittlung der Daten zu den Indikatoren
Total	0	10'000	3'500	3'500	0	17'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung :							
Indikator 1:	Anzahl Lieferungen pro Jahr nach Zielgruppen						
Indikator 2:	Erzielter Umsatz pro Jahr						
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:	Abklärungen zur Bereitschaft zur Teilnahme bei den Grossverteilern Migros und Coop						
Schritt 2:	Kontaktnahme mit Gemeinde Thalwil (Auslotung Möglichkeit der Zusammenarbeit)						
Schritt 3:	Abklärung Drittfinanzierung						
Schritt 4:							
Bemerkungen:							
vgl. Angebot "Thalwil bringts": http://www.thalwilbringts.ch vgl. Angebot "Lieferservice zürwerk": http://bringts.zueriwerk.ch							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

MD_M3	Geführte Nahreisen in und rund um Horgen						
Kurzbeschreibung:							
Unter dem Motto "Nahreisen" werden zum bereits bestehenden Ausflugsangebot weitere geführte Touren angeboten, die das Erleben von Horgen bzw. der Horgner Umgebung zu Fuss oder mit dem Velo thematisieren. Mögliche Angebote können z.B. geführte Veloausflüge sein.							
Betreiber:							
Initiierung bzw. Unterstützung beim Aufbau: Gemeindeverwaltung Horgen Betreiber: auszuwählender Anbieter wie z.B. Verkehrsverein, Veloclub oder Naturschutzverein							
Zielgruppe(n):							
Horgner Bevölkerung							
Nutzen:							
Die Zielgruppe führt mehr Ausflüge zu Fuss und Velo in der Nahumgebung von Horgen durch und verzichtet auf einen Teil der Freizeitausflüge mit dem Auto.							
Synergien:							
Für die Bewerbung und Konzipierung der Touren sind auch Horgner Sportvereine miteinzubinden.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020) :							
Priorität: 1							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau	10'000					10'000	Annahme: Drittkosten für Unterstützung bei Konzeptentwicklung, Abklärungen mit Anbieter, etc. und Bewerbungsflyer
Betrieb		2'000	2'000	2'000		6'000	Grundsätzlich ist es Sache des Anbieters den Betrieb kostendeckend zu führen; für eine allfällige Defizitbeteiligung seitens Gemeinde wird ein Betrag von CHF 2'000 / J eingestellt
Controlling		500	500	500		1'500	Annahme: Drittkosten jährliche Ermittlung der Daten zu den Indikatoren
Total	10'000	2'500	2'500	2'500	0	17'500	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung :							
Indikator 1:	Anzahl durchgeführte Touren / Jahr						
Indikator 2:	Anzahl Beteiligte pro Tour						
Indikator 3:	Feedbackauswertungen der Teilnehmenden						
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:	Abklärung möglicher Tourenvorschläge mit den potentiellen Anbietern und benötigte Ressourcen						
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

MD_M4	Mobilität im Schulunterricht						
Kurzbeschreibung:							
Mit der Bereitstellung von stufengerechten Themenmodulen in Form von Projekthalbtagen und Projekttagen soll die Lehrerschaft (Schwerpunkt: Mittel- und Oberstufe) animiert werden, das Thema Mobilität mit den Schülerinnen und Schülern zu behandeln. Neben den aufbereiteten Unterlagen wird die Lehrerschaft durch eine externe Fachkraft unterstützt, die die Module direkt in der Klasse durchführt. Der Bezug der Themenmodule ist für die Lehrerschaft freiwillig.							
Betreiber:							
Initiierung bzw. Unterstützung beim Aufbau: Gemeindeverwaltung Horgen Betreiber: auszuwählender Anbieter, wie z.B. spezialisiertes Büro							
Zielgruppe(n):							
Lehrerschaft, Schülerinnen und Schüler der 4. bis 6. Klasse (Mittelstufe) und 1. bis 3. Sekundarklasse (Oberstufe)							
Nutzen:							
Die Behandlung des Thema Mobilität in den Schulen führt dazu, dass Kinder und Jugendliche sich bereits in einem frühen Stadium mit den verschiedenen Facetten des Verkehrs auseinandersetzen. Der Kontakt zu den Eltern führt dazu, dass auch diese sich mit dem Thema auseinandersetzen.							
Synergien:							
Die Gemeinde Horgen bietet bereits einen Energieunterricht in den Schulen an. Diesbezügliche inhaltliche Synergien sind auszuloten.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 2							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020	...	Total	Bemerkungen
Aufbau		10'000				10'000	Annahme: Drittkosten für Entwicklung Angebotskonzept (Themenmodule), evtl. Anpassung von Unterlagen bestehender Angebote und Bewerbungsflyer
Betrieb			7'500	7'500		15'000	Annahme: 5 Module werden pro Jahr durchgeführt; durchschnittliche externe Kosten pro Modul: CHF 1'500
Controlling			500	500		1'000	Annahme: Drittkosten jährliche Ermittlung der Daten zu den Indikatoren
Total	0	10'000	8'000	8'000	0	26'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung:							
Indikator 1:	Anzahl bezogene Themenmodule						
Indikator 2:	Auswertung Feedbacks der teilnehmenden Lehrer- und Schülerschaft						
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:	Abklärung mit Schulpflege über grundsätzliches Interesse an einem solchen Angebot						
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							
Basis bilden z.B. die Angebote im Kanton Aargau ("Schule Mobil"), in der Stadt Zürich ("Mobilität erleben") oder von clevermobil.							

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

MD_M5	Veloplan						
Kurzbeschreibung:							
In einem Veloplan für Horgen und Nahumgebung werden für die Velonutzung geeignete Routen eingezeichnet. Dabei werden ausgewählte "Points of Interest" wie z.B. das Strandbad, die Gemeindeverwaltung, der Bahnhof, Sportanlagen oder Ausflugsziele mitberücksichtigt. Für Velofahrende anspruchsvolle oder gefährliche Stellen im Verkehrsnetz werden ebenfalls eingezeichnet, wie auch z.B. öffentlich zugängliche Veloabstellanlagen (falls vorhanden) oder Höhendifferenzen entlang von Velostrecken. Der Veloplan wird in gedruckter Form publiziert und auch in den GIS-Stadtplan integriert.							
Betreiber:							
Gemeindeverwaltung Horgen							
Zielgruppe(n):							
Horgner Bevölkerung							
Nutzen:							
Mit der gezielt aufbereiteten Information wird das Velofahren gefördert.							
Synergien:							
Velohändler vor Ort, Sportvereine, HGV, etc. erhalten gegen Entgelt eine Werbefläche.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020) :							
Priorität: 3							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020	...	Total	Bemerkungen
Aufbau			20'000			20'000	Annahme: Drittkosten für Entwicklung Planinhalte (10'000 CHF) / Druckkosten: 10'000 CHF
Betrieb						0	Annahme: kein Update
Controlling						0	Annahme: Datenerhebung zu den Indikatoren erfolgt verwaltungsintern und wird hier nicht budgetiert
Total	0	0	20'000	0	0	20'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung :							
Indikator 1: Anzahl abgegebene oder nachgefragte Velopläne							
Indikator 2:							
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1: Abklärung Machbarkeit mit GIS-Verantwortlichen Stadt Horgen							
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							

5.3 Handlungsfeld Beratung

5.3.1 Einführung

Die Mobilitätsberatung fokussiert spezifisch auf Betreiber von zukünftigen oder bestehenden Standorten, die durch ihre Aktivitäten Verkehr induzieren. Mit Massnahmen, die am Standort selbst umgesetzt werden, werden Voraussetzungen für eine nachhaltige Verkehrsabwicklung geschaffen.

Die Mobilitätsberatung durch spezialisierte FachexpertInnen richtet sich an VertreterInnen von bestehenden Unternehmen und Liegenschaftenverwaltungen, Bauherren von zukünftigen Arealen aber auch Organisatoren von Veranstaltungen. Sie zeigt ihnen auf, was sie für verkehrliche Massnahmen umsetzen können, damit die Nutzenden eines Standortes (wohnende und arbeitende Bevölkerung, Kunden, Besucher) diesen möglichst mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuss oder mit dem Velo aufsuchen bzw. das Auto effizient und sparsam einsetzen.

Bei Neubauten sind in der rechtsgültigen Bau- und Zonenordnung der Gemeinde Horgen die rechtlichen Voraussetzungen (vgl. Artikel 10.5 Abstellplätze) für Nutzungen mit einem reduzierten Parkplatzangebot für Autos gegeben, wenn der reduzierte Bedarf in einem Mobilitätskonzept nachgewiesen werden kann bzw. entsprechende Ersatzmassnahmen aufgezeigt werden. Diese rechtliche Voraussetzung gilt es zu nutzen und Bauherren bzw. GrundeigentümerInnen mit einer entsprechenden Mobilitätsberatung zu animieren, diese Chance wahrzunehmen.

5.3.2 Massnahme

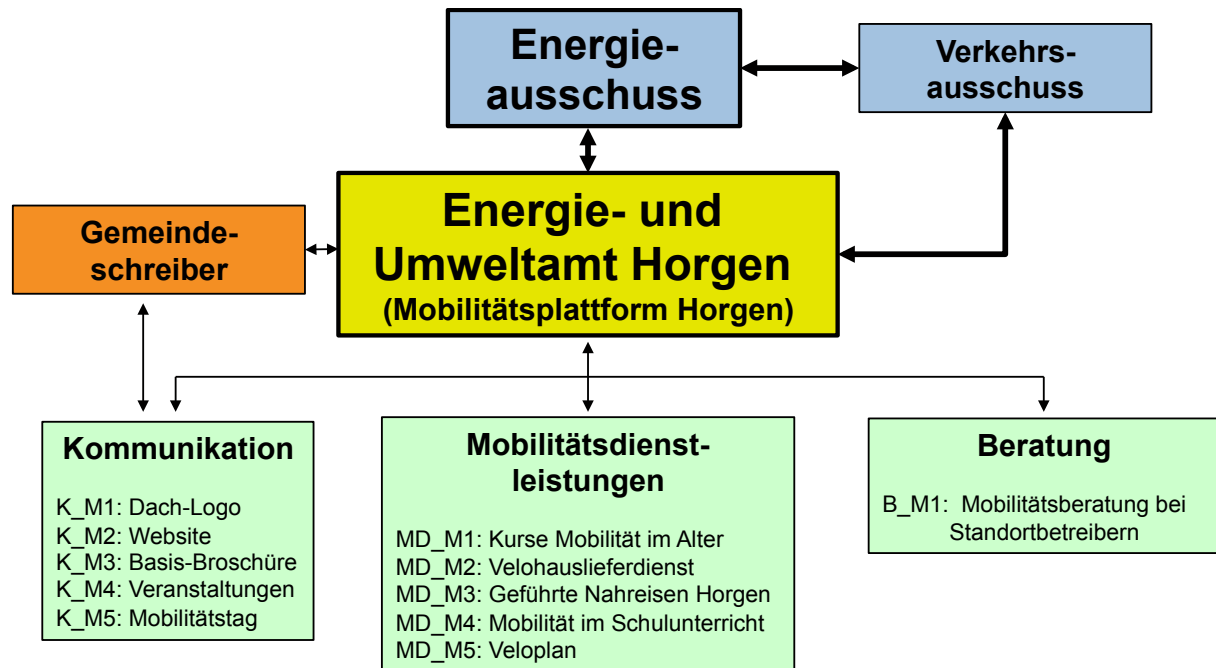
B_M1	Mobilitätsberatung von Standortbetreibern						
Kurzbeschreibung:							
Betreiber von bestehenden und zukünftigen Standorten sowie Veranstalter von Anlässen erhalten eine Beratung zu den Möglichkeiten einer effizienten, energie- und umweltgerechten Abwicklung des durch den Standort induzierten Verkehrs. Es werden ihnen Massnahmen aufgezeigt, die sie im Rahmen ihrer Möglichkeiten bei der Planung oder beim Betrieb eines bestehenden Standortes bzw. eines Anlasses in ihrem eigenen Wirkungsbereich umsetzen können. Dabei greifen sie auf das bestehende Beratungsangebot "Impuls Mobilität" des Kantons Zürich zurück.							
Betreiber:							
Programm "Impuls Mobilität" des Kantons Zürich							
Zielgruppe(n):							
Bestehende Unternehmen, Liegenschaftenverwaltungen von Wohnsiedlungen, Bauherren/Grundeigentümer, Veranstalter von Anlässen							
Zielbeitrag / Nutzen:							
Den Zielgruppen werden Massnahmen aufgezeigt, die sie in der Planung berücksichtigen bzw. im Betrieb umsetzen. Dadurch wird der autobezogene Verkehrsanteil des Standortes reduziert.							
Synergien:							
Bei der Bewerbung sind Synergien mit dem HGV und den Sportvereinen zu nutzen.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 1							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020	...	Total	Bemerkungen
Aufbau						0	keine Kosten für Gemeindeverwaltung
Betrieb		3'000		3'000		6'000	Annahme: Drittkosten für eine Veranstaltung alle zwei Jahre für die Zielgruppen zur Bekanntmachung des Angebotes
Controlling						0	keine Kosten für Gemeindeverwaltung
Total	0	3'000	0	3'000	0	6'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung :							
Indikator 1:	Anzahl durchgeführte Beratungen (erfolgt durch "Impuls Mobilität")						
Indikator 2:	Anzahl umgesetzte Massnahmen (erfolgt durch "Impuls Mobilität")						
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:							
Schritt 2:							
Schritt 3:							
Schritt 4:							
Bemerkungen:							

6 Organisation

Die folgende Abbildung zeigt eine mögliche sinnvolle Organisationsstruktur zum Aufbau und Betrieb der vorgeschlagenen Massnahmen auf. Federführend bei der Umsetzung ist das Energie- und Umweltamt Horgen in Zusammenarbeit mit dem Energieausschuss sowie dem Verkehrsausschuss.

6.1 Struktur

Abbildung 6-1: Mögliche Organisationsstruktur



Die für den Tiefbau zuständige Gemeinderätin präsidiert sowohl den Verkehrs- als auch den Energieausschuss und der Gemeindeingenieur nimmt in beiden Ausschüssen Einsitz. Im Bereich des Informationsaustausches nehmen diese beiden daher eine Schlüsselrolle ein.

Energieausschuss

Der Energieausschuss ist für folgende Aufgaben zuständig:

- Genehmigung des Mobilitätsmarketingkonzeptes
- Strategische Führung des Mobilitätsmarketings und Sicherstellung der Zusammenarbeit mit dem Verkehrsausschuss
- Entscheid Jahresbudget und Massnahmenumsetzung auf Antrag Energie- und Umweltamt
- (Politisches) Lobbying (falls notwendig) bei den vorgeschlagenen externen Betreibern von Massnahmen und bei VertreterInnen von angesprochenen Zielgruppen (z.B. HGV, Grossverteiler Migros und Coop)

Mobilitätsmarketingkonzept für die Gemeinde Horgen

Schlussbericht

Verkehrsausschuss

- Nimmt das Mobilitätsmarketingkonzept zur Kenntnis
- Mobilitätsmarketingkonzept wird an den Sitzungen regelmässig traktandiert
- Definiert die Inhalte und liefert Informationen betreffend Verkehrsinfrastruktur, öffentlicher Verkehr etc., welche über die Dachkommunikation des MMK publiziert werden sollen.

Energie- und Umweltamt

Die Aufgaben werden im folgenden Kapitel 6.2 beschrieben.

6.2 Massnahme

O_M1	Mobilitätsplattform Horgen						
Kurzbeschreibung:							
<p>Das Energie- und Umweltamt stellt eine koordinierte und effiziente Bearbeitung der vorgeschlagenen Handlungsfelder und der darin eingebundenen Massnahmen des Mobilitätsmarketings sicher. Die im Rahmen der einzelnen Massnahmen anfallenden Aufgaben sind bei den Massnahmen budgetiert. Im hier vorliegenden Budget werden diejenigen Aufwendungen zusammengestellt, die unabhängig von den Einzelmassnahmen anfallen. Es sind dies insbesondere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erstellung von Jahresplänen zur Massnahmenumsetzung zuhanden des Energieausschusses - Finanzplanung und -reporting (Zuteilung von Teilkrediten, Budgetierung, Controlling; laufend) - Netzwerkpflege mit Betreibern von Einzelmassnahmen in den Handlungsfeldern - Koordination innerhalb der Verwaltung (zusammen mit dem Energieausschuss) <p>Bei der Koordination innerhalb der Verwaltung ist insbesondere der Austausch mit dem Verkehrsausschuss und dem Gemeindeschreiber sicherzustellen. Bei sämtlichen in den Ausschüssen konzipierten bzw. behandelten Massnahmen ist zu prüfen, ob sie im Sinne des Mobilitätsmarketings genutzt werden können.</p>							
Betreiber:							
Die Plattform wird durch das Energie- und Umweltamt Horgen betrieben. Bei Bedarf zieht es externe Fachleute hinzu.							
Zielgruppe(n):							
Die in den Massnahmen definierten Zielgruppen.							
Nutzen:							
Mit einer klaren Positionierung und Zuweisung der Verantwortlichkeiten wird sichergestellt, dass der Aufbau und der Betrieb der vorgeschlagenen Massnahmen im Sinne eines koordinierten Mobilitätsmarketings effizient erfolgt.							
Synergien:							
Innerhalb der Gemeindeverwaltung und mit den externen Betreibern der Massnahmen sind die Synergien zu nutzen.							
Priorität (1 = Aufbau ab 2017/ Betrieb ab 2018; 2 = Aufbau ab 2018 / Betrieb ab 2019; 3 = Aufbau ab 2019 / Betrieb ab 2020):							
Priorität: 1							
Grobe Kostenschätzung in CHF:							
	2017	2018	2019	2020		Total	Bemerkungen
Aufbau						0	in Aufbauposten der einzelnen Massnahmen integriert
Betrieb	9'000	9'000	9'000	14'000		41'000	Annahme Drittkosten bei externer Vergabe: pro Jahr zwei Sitzungen mit Trägerschaft (CHF 4'000, inkl. Vor- und Nachbereitung); Jahresplanung (CHF 1'000); Erstellung Jahreskurzbericht (CHF 2'000); Koordination Energie- und Verkehrsausschuss (CHF 2'000); Schlussevaluation 4 Jahres-Programm im 2020 (CHF 5'000)
Controlling						0	bei den einzelnen Massnahmen budgetiert
Total	9'000	9'000	9'000	14'000	0	41'000	
Indikatoren zur Wirkungsbeurteilung:							
Indikator 1: keine Wirkungsbeurteilung möglich							
Indikator 2:							
Indikator 3:							
Detailkonzipierung: als Basis für definitiven Entscheid für den Aufbau und Betrieb der Massnahme							
Schritt 1:							
Schritt 2:							
Bemerkungen:							

7 Kostenschätzung

Das Budget für die Umsetzung der Massnahmen des Mobilitätsmarketings wird über das Budget des Masterplans Energie 2017-20 gedeckt.

Nr.	Massnahme	Kostenschätzung in CHF für ein 4 Jahres - Programm																Total 2017 - 2020
		2017				2018				2019				2020				
		Aufbau	Betrieb	Control.	Total	Aufbau	Betrieb	Control.	Total	Aufbau	Betrieb	Control.	Total	Aufbau	Betrieb	Control.	Total	
Handlungsfeld Kommunikation (K)																		
K-M1	Dach-Logo	10'000	0	0	10'000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10'000
K_M2	Website	8'000	0	0	8'000	2'000	3'000	500	5'500	0	3'000	500	3'500	0	3'000	500	3'500	20'500
K_M3	Basis-Broschüre	15'000	0	0	15'000	0	5'000	500	5'500	0	5'000	500	5'500	0	5'000	500	5'500	31'500
K_M4	Veranstaltungen	2'000	0	0	2'000	2'000	4'000	500	6'500	2'000	4'000	500	6'500	0	4'000	500	4'500	19'500
K_M5	Mobilitätstag	0	0	0	0	10'000	0	0	10'000	0	0	0	0	10'000	0	0	10'000	20'000
	Total	35'000	0	0	35'000	14'000	12'000	1'500	27'500	2'000	12'000	1'500	15'500	10'000	12'000	1'500	23'500	101'500
Handlungsfeld Mobilitätsdienstleistungen (MD)																		
MD_M1	Kurse "Mobilität im Alter"	0	0	0	0	10'000	0	0	10'000	0	2'000	500	2'500	0	2'000	500	2'500	15'000
MD_M2	Velohauslieferdienst	0	0	0	0	10'000	0	0	10'000	0	3'000	500	3'500	0	3'000	500	3'500	17'000
MD_M3	Geführte Nahreisen in und rund um Horgen	10'000	0	0	10'000	0	2'000	500	2'500	0	2'000	500	2'500	0	2'000	500	2'500	17'500
MD_M4	Mobilität im Schulunterricht	0	0	0	0	10'000	0	0	10'000	0	7'500	500	8'000	0	7'500	500	8'000	26'000
MD_M5	Veloplan	0	0	0	0	0	0	0	0	20'000	0	0	20'000	0	0	0	0	20'000
	Total	10'000	0	0	10'000	30'000	2'000	500	32'500	20'000	14'500	2'000	36'500	0	14'500	2'000	16'500	95'500
Handlungsfeld Beratung (B)																		
B_M1	Mobilitätsberatung von Standortbetreibern	0	0	0	0	0	3'000	0	3'000	0	0	0	0	0	3'000	0	3'000	6'000
	Total	0	0	0	0	0	3'000	0	3'000	0	0	0	0	0	3'000	0	3'000	6'000
Organisation (O)																		
O_M1	Mobilitätsplattform Horgen	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	14'000	0	14'000	41'000
	Total	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	9'000	0	14'000	0	14'000	41'000
Gesamttotal		45'000	9'000	0	54'000	44'000	26'000	2'000	72'000	22'000	35'500	3'500	61'000	10'000	29'500	3'500	57'000	244'000