

EVALUATION DER SAC-KAMPAGNE „ALPEN RETOUR“

KONTEXT

Rund 60 Prozent der Kilometerleistung im Personenverkehr sind heute dem Freizeitverkehr zuzuschreiben – Tendenz steigend. Der Schweizer Alpen-Club SAC mit seinen 90'000 Mitgliedern hat seit 2001 im Rahmen einer mehrjährigen Mobilitätskampagne „Alpen retour“ Einfluss auf das Verkehrsverhalten im Bergsport genommen. Kampagnenziel war die Umlagerung von 10 Prozent der bergsportbedingten Anreise-Personenkilometer (Pkm) auf den öffentlichen Verkehr (ÖV).

Im Auftrag des Bundesamtes für Raumentwicklung ARE und des Bundesamtes für Energie BFE evaluierte Interface Politikstudien und die Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) der Universität Bern die Wirkungen der Kampagne und den Beitrag der einzelnen Massnahmen zur Zielerreichung, um über verlässliche Grundlagen für Korrekturen oder für verwandte Vorhaben andernorts zu verfügen.

METHODE

Die Evaluation der SAC-Kampagne war in die vier Arbeitspakete Gesamtwirkung & Energiebilanz, Produkte & Angebote, immaterielle Anreize und Mobilitätsberatung unterteilt. Die Palette der Untersuchungsmethoden war dementsprechend breit und spezifisch dem jeweiligen Arbeitspaket angepasst. Durchgeführt wurden etwa Fokusgruppen, Experteninterviews, schriftliche Befragungen und Dokumentenanalysen.

RESULTATE

Die Resultate der Wirkungsanalyse interessieren über den SAC hinaus, denn der Freizeitverkehr bereitet mit seinem ungebremsten Wachstum auch zukünftig Probleme. Das Verständnis über Verhaltensänderungen in der Mobilität trägt zur Lösungssuche in anderen Bereichen des Alltagshandelns bei.

Die Kampagne und ihr Stil wurden von einer klaren Mehrheit der SAC-Mitglieder akzeptiert. Die Analyse der Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl zeigte, dass mehrere Stossrichtungen der Kampagne zielführend waren: Überschreitungstouren wiesen einen höheren ÖV-Anteil aus, die Fokussierung auf Sektionstouren lohnte sich, und auch das Bereitstellen von Produkten mit materiellen Anreizen trug zur Zielerreichung bei. Wenig Wirkung konnte dem Vorhaben nachgewiesen werden, dass Sektionen offiziell bei Alpen retour mitmachen konnten. Die ÖV-Anteile solcher Sektionen waren im Jahr 2002 vergleichsweise nicht höher. Weitere Einflussfaktoren für höhere Anteile an ÖV-Touren waren: übliche ÖV-Benutzung auch für Privattouren/ im Alltag, Deutschschweizer/-innen, Sektionszugehörigkeit, ÖV-Abo-Besitz und tiefe Autoverfügbarkeit. Die Befragung ergab, dass die Produkte Rail&Sleep, Multi-Tageskarte, ÖV-Tourenführer und Pauschalfahrkarte weitergeführt werden sollen, weil sie Umsteigeanreize bieten. Trotz dieser Anreize gab es auch Mitnahmeeffekte, und es ist davon auszugehen, dass das Ziel von 10 Prozent Umlagerung nicht ganz erreicht wurde.

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Projektteam: Interface: Daniel Matti, lic. phil. nat., NDS Evaluation; Ueli Haefeli, Dr. phil. I.; Universität Bern, IKAÖ: Stephan Felber

www.alpenretour.ch

matti@interface-politikstudien.ch; Tel.: +41 (0)41 226 04 26; www.interface-politikstudien.ch
