Angebote und Erfolgskriterien im nächtlichen Freizeitverkehr

Trafic de loisirs nocturne

Nocturnal Leisure Traffic

Planungsbüro Jud, Zürich

Stefan Schneider, Dipl. Geograph / Verkehrsplaner SVI
Simon Hopf, Umwelt-Natw. ETH

art.I.schock, Zürich

Urs Akeret

Forschungsauftrag SVI 2001/507 auf Antrag
der Vereinigung Schweizer Verkehrsingenieure (SVI)

Oktober 2005

Mitglieder der Begleitkommission:

F. Buser	ASTRA, Ittigen
C. Dey	Bundesamt für Raumentwicklung, Bern
P. Regli	MOVE RAUM – Mobilität Verkehr Raum Umwelt, Windisch
B. Zurbrügg	Transport publics genevois, Grand-Lancy 1

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung

1 Einführung 1

1.1 Nächtlicher Freizeitverkehr 1

1.2 Angebote 2

1.3 Veranstalter 2

2 Zielsetzung und Methodik der Forschungsarbeit 3

2.1 Ziele 3

2.2 Methodik 3

3 Ergebnisse der Literaturanalyse 5

4 Ergebnisse Befragung Partygänger 10

4.1 Zürich 10

4.2 St.Gallen 13

4.3 Genève 16

4.4 Fazit 20

5 Ergebnisse Befragung Veranstalter 22

6 Beeinflussung des Verkehrsverhaltens 28

6.1 Übersicht ... 28

6.2 Erfolgsfaktoren ... 29

6.3 Attraktive Verkehrsangebote ... 31

6.4 Auto-Services/"Notfalldienste" ... 38

6.5 Übrige Angebotselemente ... 40

7 Schlussfolgerungen 43

7.1 Allgemeine Aussagen ... 43

7.2 Handlungsempfehlungen für Akteure ... 44

7.3 Weiterer Forschungsbedarf ... 45

ANHANG

Hinweis:
Aus praktischen Gründen wurde im gesamten Bericht die männliche Form verwendet, wobei immer beide Geschlechter gemeint sind.

Zusammenfassung

Nächtlicher Freizeitverkehr

Die vorliegende Studie widmet sich mit der Fokussierung auf den nach-mitternächtlichen Freizeitverkehr einem bisher nur wenig untersuchten Teilelement des Freizeitverkehrs. Besonders in den grösseren Städten und Agglomerationen kommt ihm aber eine nicht zu unterschätzende Bedeutung zu. Hauptaktivität ist der Besuch von Veranstaltungen, die vielfach unter dem Begriff „Party" zusammengefasst werden. In der Folge wird daher auch der Begriff „Partyverkehr" verwendet. Er wird vorwiegend durch ein junges Publikum von Partygängern mit einem Altersschwerpunkt zwischen 18 und 25 Jahren verursacht.

Ziel der Forschungsarbeit

Das Ziel dieser Forschungsarbeit umfasst das Ermitteln von Angeboten, die den Anteil des motorisierten Individualverkehrs am nächtlichen Freizeitverkehr reduzieren und/ oder einen Beitrag zur Erhöhung der Verkehrssicherheit leisten können.

Methoden und Vorgehen

Um den schnell wechselnden, nächtlichen Freizeitangeboten mit dem damit einhergehenden Verkehrsaufkommen gerecht zu werden, wurden ausschliesslich qualitative Untersuchungsansätze angewendet.
Im Rahmen einer Literaturanalyse wurden die aktuellsten, verfügbaren Studien und Berichte zum nächtlichen Freizeitverkehr zusammengetragen und analysiert.
Die wesentlichen Bedürfnisse und Einschätzungen der „Partygänger" zum nächtlichen Freizeitverkehr wurden in je einer Diskussionsrunde in den drei Städten Genf, St. Gallen und Zürich in Erfahrung gebracht.
Anschliessend wurden elf Veranstalter von nächtlichen Freizeitangeboten mittels Fragebogen zu diesem Thema befragt.

Charakterisierung nächtlicher Freizeitverkehr

Charakteristisch für den nächtlichen Freizeitverkehr ist - mit rund 80% aller Partygänger - die hohe Nutzung individueller Motorfahrzeuge. Deren Emissionen (z.B. Lärm, wildes Parkieren) belasten die Anwohnenden – besonders im Umfeld der Veranstaltungslokale – während einer besonders schützenswerten Phase des Tageszyklus. Da die grosse Mehrheit der Partygänger die Clubs in Gruppen besucht, besteht ein hoher Anteil an selbst organisierten Fahrgemeinschaften. Daneben beeinflusst der im nächtlichen Freizeitverkehr häufige Alkohol- und Drogenkonsum die Verkehrssicherheit bei der Nachhausefahrt negativ.
Die vielfach speziell ausgestalteten Nachtangebote des öffentlichen Verkehrs erreichen im städtischen Raum einen Marktanteil von rund 20% der Partygänger.
Das Taxi besitzt heute aus Kostengründen eine vergleichsweise geringe Bedeutung.

Wirkungsgefüge Massnahmenbereiche

In der nachstehenden Abbildung sind die angestrebten Ziele und das Zusammenspiel verschiedener Massnahmenbereiche zur Beeinflussung des Verkehrsverhaltens dargestellt. Die farbig/grau hinterlegten Massnahmenbereiche bilden den Schwerpunkt.

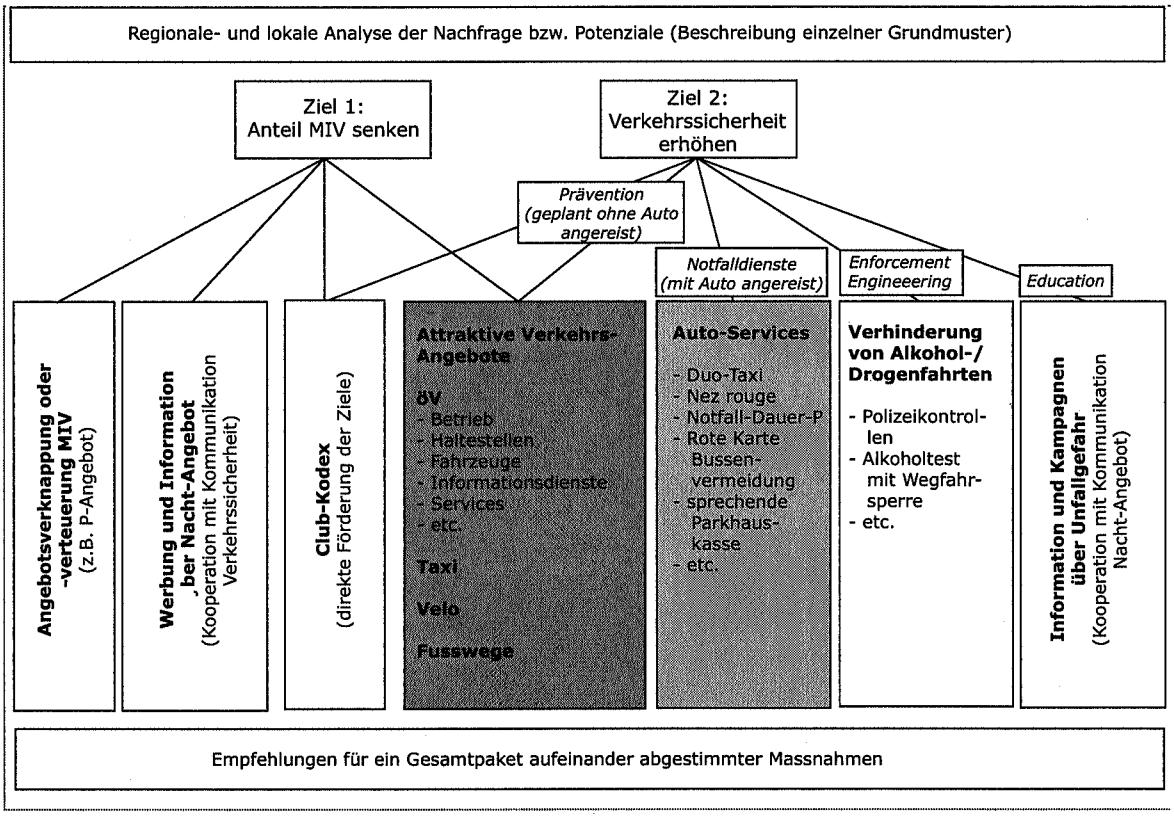


Abbildung A: Konzept – von der Nachfrageanalyse zur Massnahmenempfehlung

Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Das grösste Potential zur Erhöhung des Anteils der Nutzer des öffentlichen Verkehrs unter den Partygängern liegt im urbanen Raum. Die Hauptakteure dazu sind in erster Linie die ÖV-Betreiber sowie die Veranstalter von nächtlichen Freizeitaktivitäten. Zu einem qualitativ guten ÖV-Angebot, welches leicht verständlich ist und eine hohe Taktfrequenz aufweist, muss zusätzlich eine attraktive Werbung das Nachtangebot erklären. Die Informationen müssen leicht zugänglich sein; zumindest die Fahrplan- und Nachtnetz-Informationen sollten in den Veranstaltungslokalen prominent platziert sein.

Als Angebotsform mit einem erheblichen Entwicklungspotential erweist sich das Sammeltaxi. Diese zum konventionellen Taxiangebot vergleichsweise kostengünstige Angebotsform ist bisher kaum etabliert. Kooperationen zwischen Veranstaltern und Taxibetreibern eignen sich für das Erstellen und Betreiben solcher Angebote am besten. Bund, Kanton und Standortgemeinde können Projekte dieser Art mit einer Unterstützung in der Entwicklungsphase entscheidend fördern.

Den lokalen Behörden wird empfohlen, bei der Bewilligungspraxis von Clubs mit nächtlichen Freizeitangeboten die Mobilitätsaspekte verstärkt zu berücksichtigen und den Anschluss an das nächtliche ÖV-Angebot sicher zu stellen.

Beide befragten Akteurgruppen – also sowohl die Partygänger als auch die Veranstalter – schätzen verstärkte Polizeikontrollen in den Nachtstunden als wirksame Massnahme ein, die vor allem zur Erhöhung der Verkehrssicherheit beitragen könnte. Insbesondere sollte die Wahrscheinlichkeit erhöht werden, dass ein PW-Lenker in eine Kontrolle gerät, die auch den Alkohol- und Drogenkonsum testet.

Veranstalter können sich über einen Klub-Kodex freiwillig verpflichten, Massnahmen zur Vermeidung von Autofahrten nach Drogen- und übermässigem Alkohol-Konsum zu treffen.

Résumé

Trafic de loisirs nocturne

La présente étude se consacre au trafic de loisirs et aborde la question sous l'angle encore peu approfondi des horaires après minuit. Ce phénomène prend une ampleur non négligeable dans les grandes villes et les agglomérations. Il s'agit essentiellement de se rendre à des manifestations, fréquemment désignées par le terme de «soirées». Dans la suite du document, il sera fait usage du terme de «trafic de noctambules», ces déplacements étant principalement effectués par un public de jeunes âgés entre 18 et 25 ans.

Objectif du travail de recherche

Ce travail de recherche vise à définir les offres qui réduisent la part du trafic motorisé individuel dans le trafic de loisirs nocturne et/ou qui peuvent contribuer à accroître la sécurité routière.

Méthodes et procédure

Afin d'évaluer correctement les offres de loisirs en soirée soumises à un changement rapide et l'augmentation du trafic qu'elles occasionnent, seules des approches d'analyse qualitatives ont été utilisées.
Dans le cadre d'une analyse de la littérature, les dernières études et rapports disponibles sur le trafic de loisirs nocturne ont été rassemblés et consultés.
Sur le terrain, les principaux besoins et estimations des «noctambules» en matière de trafic de loisirs nocturne ont été mis au jour lors de tables rondes organisées à Genève, St Gall et Zurich.
Enfin, onze organisateurs d'offres de loisirs nocturnes ont été interrogés à ce sujet par le biais de questionnaires.

Caractérisation du trafic de loisirs nocturne

Une utilisation élevée de véhicules motorisés individuels – quelque 80% sur l'ensemble des noctambules – caractérise le trafic de loisirs nocturne. Les répercussions (bruit, parking sauvage) sont supportées par les riverains – surtout à proximité des lieux des manifestations – à un moment de la journée qu'il faudrait particulièrement protéger. Comme la majorité des noctambules vont en club en groupe, nombreux sont ceux qui organisent eux-mêmes un système de covoiturage. De plus, la consommation fréquente d'alcool et de drogues a une influence négative sur la sécurité routière sur le chemin du retour.
Les diverses offres nocturnes spécialement conçues par les transports publics remportent dans les zones urbaines une part de marché de 20% parmi les noctambules.
A ce jour, le taxi joue comparativement un rôle mineur en raison de son prix.

Interactions entre les domaines de mesures

L'illustration suivante présente les objectifs visés et les interactions entre les différents domaines de mesures en vue d'influer sur l'évolution du trafic. Les domaines en couleur/gris indiquent des points majeurs.

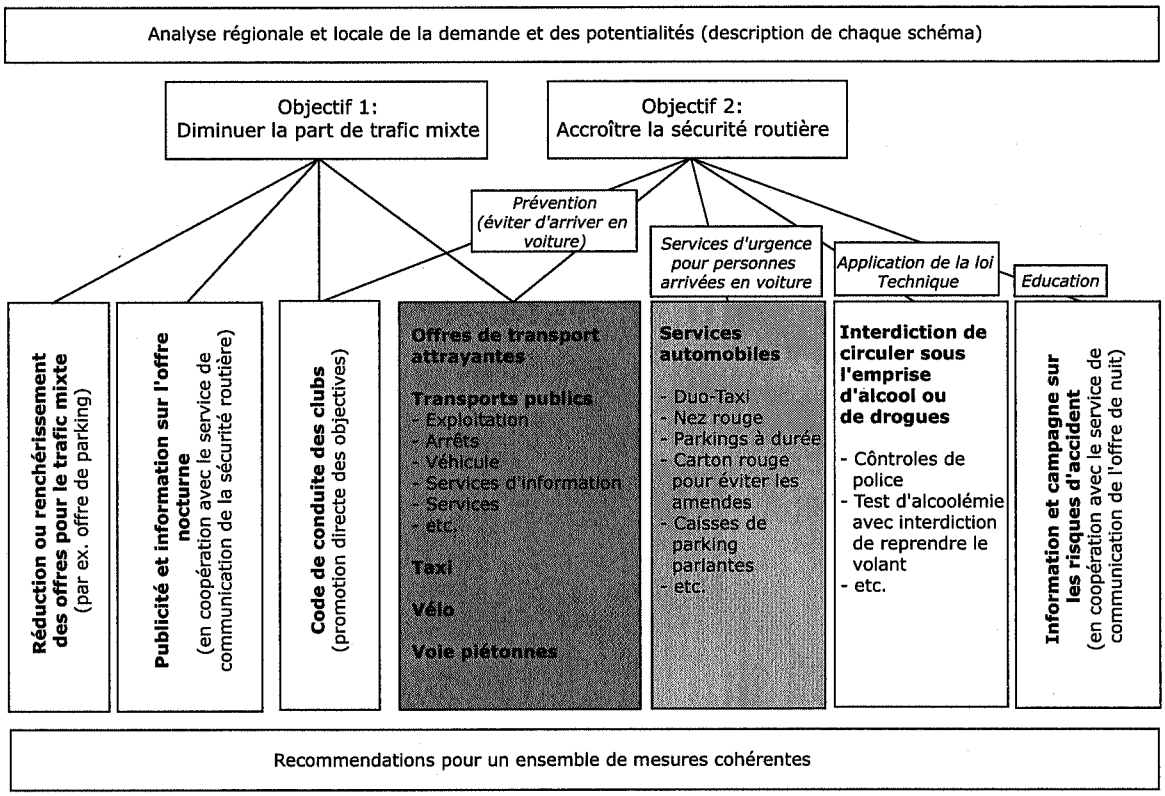


Illustration A: Concept – de l'analyse de la demande visant la recommandation de la mesure

Conclusions et recommandations

Le plus gros potentiel pour augmenter le nombre des usagers des transports publics parmi les noctambules se trouve dans les zones urbaines. A cet égard, les exploitants de transports publics ainsi que les organisateurs d'activités de loisirs nocturnes jouent un rôle clé. Une offre de transports publics de qualité, à la fois facile à comprendre et présentant une fréquence élevée, doit se doubler d'une publicité attrayante sur l'offre nocturne. Il faut pouvoir accéder facilement aux informations; un minimum serait d'afficher bien en évidence sur les lieux des manifestations les informations concernant les horaires et le réseau de nuit.

Le taxi en groupe est une autre forme d'offre dont le potentiel de développement est considérable. Ce type d'offre, plus avantageuse comparée aux taxis conventionnels, n'est pas encore entré dans les habitudes. Des coopérations entre organisateurs et exploitants de taxis sont tout indiquées pour la mise en place et l'exploitation de telles offres. La Confédération, les cantons et les communes d'implantation peuvent apporter un appui décisif à des projets de cet ordre pendant la phase de développement.

Lors de la délivrance d'autorisations aux clubs offrant des loisirs nocturnes, recommandation est faite aux autorités locales de prêter davantage attention aux aspects de la mobilité et de s'assurer que ces clubs sont desservis par les transports publics nocturnes.

Les deux groupes interrogés – tant les noctambules que les organisateurs – estiment que des contrôles de police renforcés pendant la nuit seraient une mesure efficace susceptible d'accroître la sécurité routière. Il faudrait en particulier augmenter la probabilité que les conducteurs de voitures privées passent un alcootest et un test de détection de drogue.

Les organisateurs peuvent s'engager à suivre volontairement un code de conduite des clubs, un ensemble de mesures incitant les noctambules à ne pas prendre le volant sous l'emprise de drogues ou d'une quantité excessive d'alcool.

Summary

Nocturnal Leisure Traffic

This study is focused on the post-midnight leisure traffic, a subcomponent of recreational traffic. This is a topic which cannot be underestimated, most notably in larger cities and agglomerations. The main activity is the attendance of events, often summarized by the term "party." Therefore, the term "party traffic" will also be used hereafter. This type of traffic is predominantly generated by a young public made up of party-goers mainly between the ages of 18 and 25.

Objective of the Research Project

The objective of this research is the listing of measures, which either reduce motorized individual nocturnal leisure traffic and/or can contribute to an increase in road safety.

Methods and Procedures

In order to do justice to the rapidly changing nocturnal leisure offers with the resulting volume of traffic, only qualitative research approaches were used.
Through a literature analysis, the most current available studies and reports on the subject of nocturnal leisure traffic were compiled and analyzed. Discussion panels were conducted in the cities of Geneva, St. Gall and Zurich among "party-goers" to discover their fundamental needs and their assessment on the matter of nocturnal recreational traffic. Subsequently, 11 organizers of nighttime leisure events were surveyed on this topic by way of questionnaire.

Characterization of Nocturnal Leisure Traffic

Characteristic of nocturnal leisure traffic is the high use of individual motorized vehicles – comprising approximately 80% of all party-goers. The resulting emissions (e.g. noise, loud parking maneuvers) burden residents, especially in the vicinity of ongoing events, during a time of the day particularly worthy of protection. Given that a majority of party-goers visit clubs in groups, there are a high number of individually organized car pools. In addition, alcohol and drug consumption often negatively affect road safety when party-goers drive home.
The multitude of specially created nocturnal public transportation offers reaches a market share of approximately 20% of all party-goers in the city and its surroundings. Today the taxi plays a marginal role due to cost.

Scope of Measures

The diagram below outlines the goals and the interaction between various measures that impact traffic behavior. The colored/gray part of the diagram illustrates the most important topics.

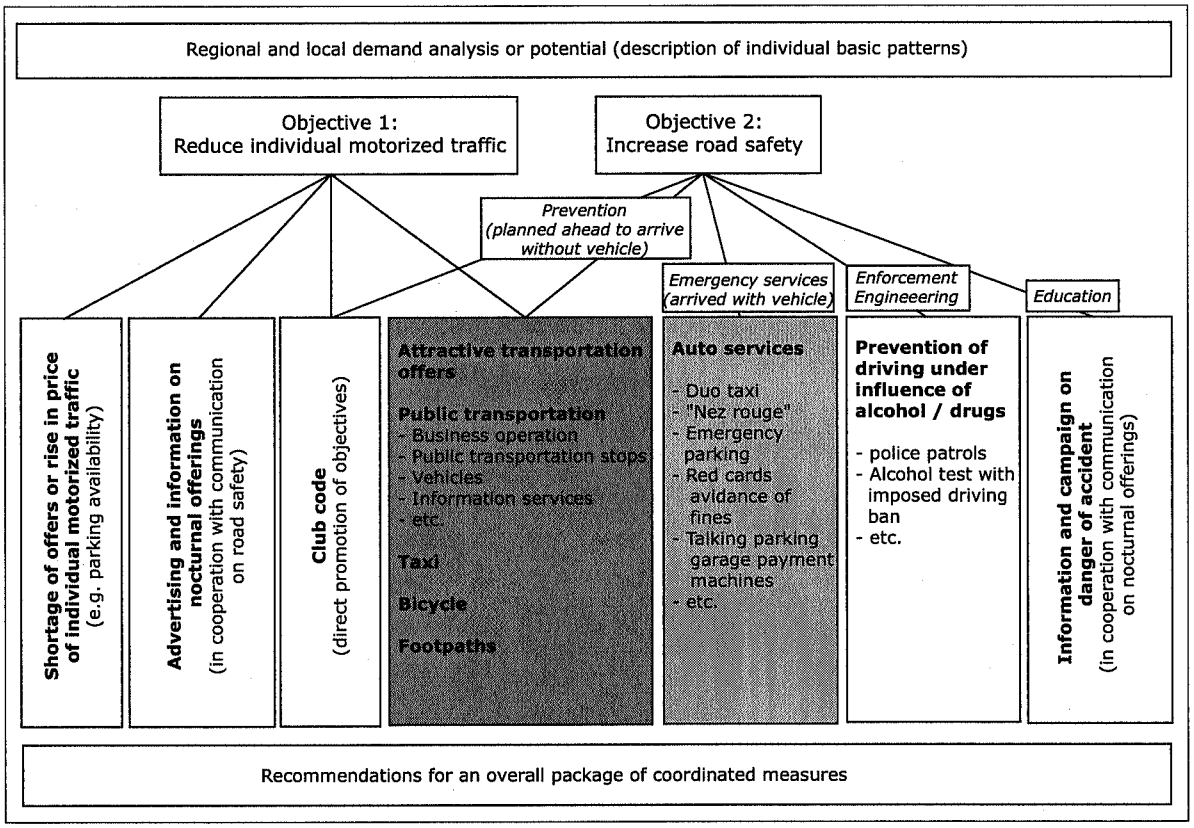


Illustration A: Concept – from demand analysis to recommended measures

Conclusions and Recommendations

The greatest potential for increasing the number of public transportation users among party-goers exists in the urban setting. The main players are primarily the public transportation operators, as well as the organizers of nighttime leisure activities. In order to achieve qualitatively good public transportation alternatives, which are easily understood and contain short headways, an appealing advertising campaign must be developed to explain nocturnal offerings. The information must be easily accessible, meaning that at a minimum, the timetable and information on the nocturnal transportation network need to be placed at high visibility locations near the events.

One type of offer with considerable development potential is the shared taxi. In addition to the conventional taxi service, this comparatively inexpensive type of taxi is as yet barely existent. Through cooperation agreements, event organizers and taxi operators can achieve good results. The federal government, cantons and municipalities can promote projects of this type through strong support during the development phase.

When licensing clubs offering nocturnal leisure activities, local authorities are encouraged to consider all aspects involving mobility and to guarantee nocturnal connections by public transportation.

Both focus groups – meaning party-goers as well as event organizers – value increased police controls at night as an effective measure which above all could contribute to the increase of road safety. In particular, there should be a high probability that a car driver runs into a police control which tests for alcohol and drugs.

Event organizers could also voluntarily commit themselves to a "club code" with measures to prevent driving after excessive consumption of alcohol and drugs.

1 Einführung

1.1 Nächtlicher Freizeitverkehr

Der Anteil der Freizeitmobilität an der gesamten Mobilität der Bevölkerung gewinnt immer mehr an Bedeutung. Der Fahrzweck Freizeit verursacht durchschnittlich pro Person und Zeit die längsten Distanzen und Wegezeiten aller untersuchten Fahrzwecke. Die letzte Erhebung des „Mikrozensus"[1] des Bundesamtes für Raumentwicklung und des Bundesamtes für Statistik zeigt, dass je nach betrachtetem Merkmal 40-50% der Gesamtmobilität dem Zweck Freizeit zugeordnet werden können.
Betrachtet man den Freizeitverkehr genauer, so kann dieser sowohl inhaltlich (kurze Freizeitwege, Reisen etc.) wie auch zeitlich (tagsüber, abends, nachts, Wochenende etc.) in verschiedene Teilelemente gegliedert werden[2].

Die vorliegende Studie widmet sich mit der Fokussierung auf den nach-mitternächtlichen Freizeitverkehr einem bisher nur wenig untersuchten Teilelement des Freizeitverkehrs. Besonders in den grösseren Städten und Agglomerationen kommt ihm aber eine nicht zu unterschätzende Bedeutung zu. Hauptaktivität ist der Besuch von Veranstaltungen, die vielfach unter dem Begriff „Party" zusammengefasst werden. In der Folge wird daher vielfach auch der Begriff „Partyverkehr" verwendet.
Die Gruppe der entsprechenden Verkehrsteilnehmenden, der „Partygänger", umfasst sämtliche Nutzer nächtlicher Freizeitangebote, unabhängig von ihrer Verkehrsmittelwahl.

Charakteristisch für den nächtlichen Freizeitverkehr – betrachtet wird in der Folge der Zeitraum zwischen ca. 01.00 und 05.00 Uhr[3] - ist die hohe Nutzung der individuellen Motorfahrzeuge, insbesondere der Personenwagen. Deren Emissionen (z.B. Lärm, wildes Parkieren) belasten die Anwohnenden – besonders im Umfeld der Veranstaltungslokale – während einer besonders schützenswerten Phase des Tageszyklus. Gleichzeitig sind die alternativen Angebote zum Auto, insbesondere der öffentliche Verkehr, nach Mitternacht vielfach nur noch sehr eingeschränkt oder gar nicht mehr verfügbar.
Daneben beeinflusst der im nächtlichen Freizeitverkehr häufige Alkohol- und Drogenkonsum die Verkehrssicherheit bei der Nachhausefahrt negativ. Die Unfallstatistik individueller Motorfahrzeuge weist denn auch besonders in der Freitag- und Samstagnacht hohe Ereigniszahlen aus. Besonders häufig involviert sind dabei junge Lenker.

---

[1] Bundesamt für Raumentwicklung, Bundesamt für Statistik (2002). Mobilität in der Schweiz. Ergebnisse des Mikrozensus 2000 zum Verkehrsverhalten, Seite 46. Bern und Neuenburg.

[2] Beispiele z.B. in: Meier R. (2000): Nachhaltiger Freizeitverkehr, Chur/Zürich; oder EVED/ASTRA (1994): Perspektiven des Freizeitverkehrs, Teil 1: Determinanten und Entwicklungen, Forschungsarbeit auf Antrag der Vereinigung Schweiz. Verkehrsing. (SVI)

[3] Der abendliche Freizeitverkehr bis ca. 00.30 Uhr – hier ist das öffentliche Verkehrsangebot noch weitgehend normal verfügbar – wird in der Untersuchung nicht berücksichtigt. Dies bedeutet, dass z.B. der Theaterbesuch sowie der Kinobesuch von Abendvorstellungen nicht in den betrachteten Zeitraum fallen.

1.2 Angebote

Aufgrund der aufgezeigten Charakteristik kommt den Strategien zur emissionsarmen und sicheren Bewältigung des nächtlichen Freizeitverkehrs eine grosse Bedeutung zu. Je nach Region existieren denn auch unterschiedliche Lösungsansätze – in der Folge als „Angebote" bezeichnet. Die Partygänger sind die potenziellen Nachfrager der Angebote.
In der vorliegenden Forschungsarbeit werden die beiden nachstehenden Angebotsformen untersucht:

Verkehrsangebote
Die Verkehrsangebote bilden die „klassischen" Elemente der untersuchten Angebotsformen. In vielen Gebieten ist das Angebot des öffentlichen Verkehrs mit Nachtbus, Nachtzug, Shuttlebus etc. gezielt für den nächtlichen Freizeitverkehr ausgebaut worden. Taxis bilden ebenfalls eine wichtige Basis des nächtlichen Verkehrsangebots. Den Systemen des Paratransits wie z.B. Mitfahr-Pool, Anrufsammeltaxi etc. kommt heute eine eher untergeordnete Rolle zu. Hauptsächlich wird das „Angebot" des privaten Personenwagens genutzt.

Verkehrsunabhängige Angebote
Neben den Verkehrsangeboten werden auch verkehrsunabhängige Angebote in die Untersuchungen einbezogen, welche den Anteil des motorisierten Individualverkehrs am nächtlichen Freizeitverkehr reduzieren und/oder dessen Auslastung steigern. Sie dienen damit insbesondere auch der Erhöhung der Verkehrssicherheit im nächtlichen Freizeitverkehr. Hauptaugenmerk wird dabei denjenigen Mechanismen geschenkt, die den Druck zum „Nachhausenehmen" des eigenen Fahrzeugs nach dem Konsum von Alkohol und Drogen reduzieren.

1.3 Veranstalter

Die Gruppe der untersuchten Veranstalter umfasst die Anbieter, die Organisatoren und Betreiber von nach-mitternächtlichen Freizeitangeboten wie z.B. Clubs, Partys, Discos etc. Aufgrund der Schlüsselfunktion, die ihnen als Veranstalter und auch als potenzielle Akteure bei der Beeinflussung des nächtlichen Freizeitverkehrs und seiner Angebote zukommt, wird ihnen ein eigener Untersuchungsteil gewidmet.
Veranstalter von eintägigen Grossanlässen, Open-Airs o.äh. sowie auch die Betreiber der klassischen Gastgewerbebetriebe werden nicht näher in die Betrachtungen einbezogen.

2 Zielsetzung und Methodik der Forschungsarbeit

2.1 Ziele

Mit der vorliegenden Forschungsarbeit soll ein Beitrag geleistet werden, um Angebote zu eruieren und bekannt zu machen, die den Anteil des motorisierten Individualverkehrs (MIV) am nächtlichen Freizeitverkehr reduzieren und/oder einen Beitrag zur Erhöhung der Verkehrssicherheit in diesem Verkehrsbereich leisten können.
Gleichzeitig sollen zugehörige Erfolgskriterien identifiziert und die erarbeiteten Angebote beurteilt werden.

2.2 Methodik

2.2.1 Qualitativer Untersuchungsansatz

Mittels der angewandten qualitativen Untersuchungsansätze konnten die angestrebten Forschungsziele effizient und pragmatisch erreicht werden und die grundlegenden Mechanismen der Nutzung und der Beurteilung verschiedener Angebote durch das Publikum charakterisiert werden. Auf quantitative Ansätze wurde bereits in der Definitionsphase der Forschungsarbeit verzichtet. Einerseits wären für diese erheblich mehr finanzielle Mittel notwendig gewesen, andererseits handelt es sich bei den nächtlichen Freizeitangeboten sowohl inhaltlich als auch örtlich um Phänomene, welche einem schnellen, stetigen Wandel unterworfen sind. Der Wert einer aktuellen quantitativen Momentaufnahme wäre durch diesen Wandel jeweils schnell gesunken.

2.2.2 Literaturanalyse

Im Rahmen einer Literaturanalyse wurden die aktuellsten, verfügbaren Studien und Berichte aus der Forschung zum nächtlichen Freizeitverkehr zusammengetragen und analysiert. Die wichtigsten Ergebnisse sind in Kapitel 3 dargelegt.

2.2.3 Befragung Partygänger

Aufbauend auf die Literaturanalyse wurde ein Gesprächsleitfaden[1] für eine Gruppendiskussion in drei Focusgruppen von Partygängern entworfen.
Die Gruppendiskussionen fanden in den drei Städten Genf, St. Gallen und Zürich an folgenden Daten statt:

Zürich	10.12.2003
St. Gallen	18.12.2003
Genf	22.01.2004

In etwa zwei Stunden Diskussion unter der Leitung eines Mitgliedes des Forschungsteams wurden die wesentlichen Bedürfnisse, Erfahrungen und Einschätzungen der Partygänger im nächtlichen Freizeitverkehr in Erfahrung gebracht. Die Gruppendiskussion in Genf wurde in französischer Sprache durchgeführt.

---

[1] Im Anhang

Die Focusgruppen wurden durch das Forschungsteam jeweils gemischt nach Geschlecht, Autobesitz und Besitz eines ÖV-Abonnements zusammengestellt. Die Grösse der Gruppen variierte zwischen acht und neun Teilnehmenden.

Die einzelnen Focusgruppen setzten sich wie folgend zusammen:

Teilnehmende Focusgruppen	Genf	St.Gallen	Zürich
Anzahl total	9	8	9
Anzahl weiblich	5	3	7
Anzahl männlich	4	5	2
Autobesitzer	2	4	3
Besitzer GA[1]	6	3	5
andere	1	1	1

Abbildung 1: Zusammensetzung der Focusgruppen

Die Teilnehmenden der Focusgruppen waren zwischen 18 und 33 Jahre alt.

2.2.4 Befragung Veranstalter

Unter Einbezug der Erkenntnisse aus der Literaturanalyse und der Befragung der Partygänger wurde ein Fragebogen für die Veranstalter von nächtlichen Freizeitangeboten erarbeitet. Der Fragebogen wurde nach telefonischer Voranfrage elf Veranstaltern aus unterschiedlichen Sparten und Regionen auf elektronischem Weg zugestellt. Alle angefragten Veranstalter haben an der Befragung teilgenommen. Ein Fragebogen konnte wegen ungenügender Anzahl beantworteter Fragen nicht ausgewertet werden. Eine Zusammenstellung der Veranstalter, welche teilgenommen haben, befindet sich im Anhang.

[1] Generalabonnement der Schweizerischen Bundesbahnen

3 Ergebnisse der Literaturanalyse

Freizeitverkehr und Lebensstil

Mit 40% aller täglichen Wege sowie 44% der zurückgelegten Distanz ist der Freizeitverkehr im Durchschnitt der wichtigste Verkehrszweck. An den Wochenenden ist der Freizeitverkehr noch dominanter. Hier weisen z.B. die Alterskategorien der bis 17-Jährigen einen Anteil des Freizeitverkehrs von 75 bis 87% an der täglichen Unterwegszeit auf. Mit zunehmendem Alter sinken diese Werte ab. Erst für die Alterskategorie der ab 66-Jährigen wird nochmals eine Steigerung ausgewiesen[1].

Im Freizeitverkehr ist sowohl der Besuch von privaten Veranstaltungen (Freunde etc.) als auch von öffentlichen Veranstaltungen (Party, Beiz etc.) enthalten. Eine Quelle mit einer differenzierten Aufteilung dieser beiden Anteile war jedoch nicht zu finden.

Die Mobilität in der Freizeit wird von Vielen auch als Ausdruck der Lebensqualität verstanden, hat also eine hohe emotionale Komponente. Eine Studie der Universität Basel[2] zur Freizeitmobilität junger Erwachsener stellt einen hohen Kontext von Lebensstilen und Verkehrsverhalten fest. Der Lebensstil ist die Art und Weise, wie das Leben geführt wird. Dazu gehören das Pflegen der sozialen Kontakte, die geschäftlichen Tätigkeiten, der gewählte Lebensstandart, die Feriendestinationen und auch das nächtliche Freizeitverhalten und die damit verbundene Mobilität.

Das häufigste Verkehrsmittel der Freizeitmobilität ist der Personenwagen (PW). Götz[3] formuliert hierzu folgende These: Die Verfügbarkeit des Autos symbolisiert die Zugehörigkeit zu einer bestimmten gesellschaftlichen Sphäre, die mit Dynamik, Selbstständigkeit, Aktivität und sogar Lebendigkeit symbolisiert wird. Meist in der Lebensphase des Übertritts vom „Schul-" ins „Berufsleben" hat der Wunsch zur Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Sphäre eine sehr grosse Bedeutung. Mit dem Erwerb des Führerscheins ab 18 Jahren und somit der Zugehörigkeit zu der Gruppe der Autofahrenden ist dieser Wunsch erfüllbar.

In den ländlichen Gebieten besitzen beinahe 100% der über 18-Jährigen den Führerschein. Im Gegensatz dazu sinkt ab dem 18. Altersjahr der Besitz eines Abonnements für den öffentlichen Verkehr markant ab[4]. Der Gebrauch des PW deckt das Bedürfnis nach Freiheit, eigener Entscheidungsfähigkeit und Integration in die Gesellschaft weitgehend ab. In städtischen Gebieten ist die Nutzung nicht-automobiler Fortbewegungsarten etwas häufiger verbreitet.

---

1 Bundesamt für Raumentwicklung, Bundesamt für Statistik (2002). Mobilität in der Schweiz. Ergebnisse des Mikrozensus 2000 zum Verkehrsverhalten, Seite 51. Bern und Neuenburg.

2 Uni Basel (2003). Freizeitmobilität junger Erwachsener im Raum Basel, Seite 12. Basel.

3 Zitiert aus: Uni Basel (2003). Freizeitmobilität junger Erwachsener im Raum Basel, Seite 12. Basel.

4 Uni Basel (2003). Freizeitmobilität junger Erwachsener im Raum Basel, Seite 11. Basel.

Freizeittätigkeit

Je nach konsultierter Quelle besuchen zwischen rund einem Viertel bis die Hälfte der 18-25-Jährigen einmal in der Woche ein disco- oder clubähnliches Lokal. Gemäss einer Studie der Universität Basel[1] pflegen 49% der 18-25-Jährigen mindestens einmal pro Woche den „Besuch von Discos oder Clubs". Die Besuche solcher mehrheitlich nächtlicher Veranstaltungen nimmt damit auf einer Rangliste der Häufigkeit von Freizeitaktivitäten die achte Stelle ein. Sogar 78% geben ein unspezifischeres „nach 10 Uhr abends noch ausgehen" an. Dies entspricht dem vierten Rang.

An der Spitze der gewählten Freizeitaktivitäten – allerdings nicht mehr nur nachtspezifisch - befinden sich der „Besuch von Freunden oder Freundinnen" und das „In eine Beiz, Bar oder ein Café gehen", die ein Anteil von 96% bzw. 82% der Befragten mindestens einmal pro Woche wahrnimmt.

Auf knapp 20% beziffert eine vergleichbare Studie der Universität Essen[2] den Anteil der 18-25-Jährigen in Deutschland, welche einmal und mehr pro Woche einen Club/ eine Disco besuchen.

Die weiblichen Partybesuchenden sind in den Clubs generell etwas jünger als die männlichen. Nach dem 25. Altersjahr sinkt die Häufigkeit des Ausgangs, bei den weiblichen Partybesuchenden deutlicher als bei den männlichen. In einer Studie der Universität Zürich[3] wird festgestellt, dass jüngere Leute häufiger Partys und Clubs besuchen als ältere. Im Alter von 16-25 Jahre wird der höchste Prozentwert der Antworten jeweils bei „2 mal in der Woche" erreicht. Ab dem 26. Lebensjahr liegt der grösste Anteil dann bei „1-2 mal pro Monat".

Besuch von Veranstaltungslokalen und Konsumverhalten

Als „Partynacht" rückt neben der Nacht vom Samstag auf den Sonntag und der Nacht vom Freitag auf den Samstag zusehends auch die Nacht vom Donnerstag auf den Freitag in das Interesse der Partygänger.

Die Ausgaben im Ausgang bewegen sich zwischen 30-200 CHF pro Person und Abend. Der Durchschnitt dürfte etwa bei 70-90 CHF liegen. Die Studie der Universität Zürich beziffert die Ausgaben pro Person und Abend auf durchschnittlich 80 CHF, wobei die männlichen Partygänger eher mehr und die weiblichen eher weniger ausgeben.

---

1 Uni Basel (2003). Freizeitmobilität junger Erwachsener im Raum Basel, Seite 20. Basel.

2 Universität Essen (2002). Forschungsprojekt: Nächtliche Freizeitmobilität von jungen Erwachsenen in Ballungsgebieten - Möglichkeiten zur Erhöhung der ÖPVN-Nutzung auf Disco-Wegen, Seite 14. Essen. Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfahlen.

3 Universität Zürich, Lehrstuhl Marketing (2003). Club- und Partybesucher in der Schweiz, Seite 10. Zürich.

Das meiste Geld dürfte neben dem Eintrittsgeld für den Konsum von Getränken oder auch von Drogen verwendet werden. Gut 60 Prozent der weiblichen und gut 75 Prozent der männlichen Partygänger konsumieren laut der Studie der Universität Essen[1] Alkohol. Der Anteil der Drogenkonsumierenden liegt gemäss dieser Studie bei 10 Prozent der weiblichen Partygängerinnen und bei 20 Prozent der männlichen Partygänger.
Die grosse Mehrheit der Partygänger besucht die Clubs in Gruppen. Laut der Studie der Universität Zürich[2] suchen etwa drei Viertel der Partygänger die Clubs in Gruppen auf. Zwei Drittel könnten sich sogar nicht vorstellen, alleine in einen Club zu gehen. Je jünger die Partygänger sind, desto ausgeprägter ist das Gruppenverhalten. Gleichzeitig suchen jüngere Partygänger auch Lokale mit mehr Publikum auf als ältere Partygänger. Die jüngeren Partygänger planen den Clubbesuch oftmals längerfristig, währenddem ältere Partygänger (ab 26 Jahre) häufiger kurzfristig die Clubwahl treffen.
Die meisten Partygänger suchen im Verlauf einer Nacht nur einen Club auf. Der Besuch von mehreren Clubs pro Abend, das so genannte „Clubhüpfen", scheint – wohl auch wegen den meist hohen Eintrittpreisen - nur wenig verbreitet zu sein.
In vielen Clubs besteht eine Altersbegrenzung. Vielfach ist der Eintritt nur für über 18 bzw. 21 Jahre alte Personen erlaubt.

Informationsbeschaffung
Die Informationen zu den Partys werden mehrheitlich durch "Mund-zu-Mund" Propaganda eingeholt. Flyer, Zeitungsinserat/Agenda und Plakatwand sind als Informationsquellen eher von sekundärer Bedeutung. Zudem gewinnen die neuen Medien wie Newsmails und SMS-Versände von Clubs an Bedeutung.
Dieselben Informationskanäle dürften auch bei der Informationsbeschaffung zu den nächtlichen Angeboten des öffentlichen Verkehrs (ÖV) eine zentrale Rolle spielen.
Das Vorführen eines Films über die Nutzung der nächtlichen ÖV-Angebote in Schulen stellte sich als erfolgsversprechend heraus. Nach Vorführung eines solchen Films stimmte in der Studie der Universität Essen mehr als die Hälfte der Lehrer dem Statement zu, dass der Film dazu beitrage, dass Jugendliche Busse und Bahnen für die Discobesuche nutzen.

An-/Abreise zu/von den Ausgangslokalen, Verkehrsmittelwahl
Die Anreise zu einem Ausgangslokal findet oftmals erst gegen Mitternacht statt, der Abreisezeitpunkt streut bei der grossen Mehrheit zwischen zwei Uhr und vier oder fünf Uhr morgens.

---

[1] Universität Essen (2002). Forschungsprojekt: Nächtliche Freizeitmobilität von jungen Erwachsenen in Ballungsgebieten - Möglichkeiten zur Erhöhung der ÖPVN-Nutzung auf Disco-Wegen, Seite 24. Essen. Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfahlen.

[2] Universität Zürich, Lehrstuhl Marketing (2003). Club- und Partybesucher in der Schweiz, Seite 15. Zürich.

Als Verkehrsmittel wird in 70-90 Prozent der Fälle der Personenwagen (PW) gewählt. Dies bestätigt die Studie der Universität Zürich[1] wo 86% der Club- und Partybesucher der Schweiz das Auto als Verkehrsmittel wählten (Mehrfachnennungen von Verkehrsmitteln waren möglich). Eine Studie zum nächtlichen Freizeitverkehr in der Stadt Zürich[2] weist aus, dass 75% der Partygänger die An- und Abreise zu der Party mit dem PW zurücklegen (Fahrer und Mitfahrer berücksichtigt). Die tieferen Werte der Autonutzung dürften bei dichten und gut publizierten Nachtangeboten des öffentlichen Verkehrs, wie z.B. in der Stadt Zürich, auftreten. Auf dem Land besitzt das Verkehrsmittel Auto auch wegen der weiteren Distanzen eine höhere Bedeutung als in der Stadt.
Gut 20-30 Prozent der Partygänger benutzen die öffentlichen Verkehrsmittel (ÖV) für den Club- oder Partybesuch. Dieser Wert wird sowohl durch die Studie des Planungsbüro Jud[3] als auch die Studie der Universität Zürich gestützt.
Als Gründe für die Nicht-Wahl des ÖV als Verkehrsmittel werden einerseits das fehlende Prestige, die fehlende Flexibilität, der zu lange Fussweg, die „falschen" Fahrzeiten, die unangenehmen Bedingungen und die fehlenden Kenntnisse des Angebots genannt. Laut der Studie des Planungsbüro Jud geben nur 32% der befragten Partybesucher an, dass sie das nächtliche ÖV-Angebot kennen.
Ausgeprägt ist bei den Partygängern das Bedürfnis, nur ein einziges Verkehrsmittel zu nutzen. Das Umsteigen ist nicht sehr beliebt. Von grosser Bedeutung ist vor allem, nach der Party möglichst schnell nach Hause zu gelangen. Die Partygänger geben an, durchschnittlich länger an der Party zu bleiben als sie eigentlich möchten. Dies bestätigt die Studie der Universität Essen[4]: „Unabhängig vom Verkehrsmittel möchten die Befragten die Disco durchschnittlich eher verlassen als sie es tatsächlich getan haben". Durch diesen Widerspruch zwischen dem tatsächlichen Verhalten und dem gewünschten Verhalten – früheres Verlassen der Disco – kommt der Dauer der Nachhausefahrt eine sehr hohe Bedeutung zu. Der Partygänger möchte zum Zeitpunkt des Verlassens der Disco bereits zu Hause sein. Mit dem PW ist die Reisezeit von der Disco nach Hause meistens am kürzesten.
Mit dem nächtlichen ÖV-Angebot ist es selten möglich, ohne längere Fusswege oder Umsteigen vom Partylokal zur eigenen Haustüre zu gelangen. Wartezeiten, Anmarschwege zur Haltestelle sowie der Nachhauseweg von der Ziel-Haltestelle gehören bei der Nutzung des ÖV-Nachtangebots zur Reisezeit. Diese wird dadurch verglichen mit dem Auto überdurchschnittlich lang und wirkt sich so negativ auf die Attraktivität des ÖV aus.

---

1 Universität Zürich, Lehrstuhl Marketing (2003). Club- und Partybesucher in der Schweiz, Seite 14. Zürich.

2 Planungsbüro Jud (2002). Nächtlicher Freizeitverkehr in der Stadt Zürich

3 Planungsbüro Jud (2002). Nächtlicher Freizeitverkehr in der Stadt Zürich, Seite 21. Zürich.

4 Universität Essen (2002). Forschungsprojekt: Nächtliche Freizeitmobilität von jungen Erwachsenen in Ballungsgebieten - Möglichkeiten zur Erhöhung der ÖPVN-Nutzung auf Disco-Wegen, Seite 26. Essen. Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfahlen.

Psychologisch ungünstig sind vor allem Wartezeiten im Winter: Besonders bei kalter Witterung werden Wartezeiten oft als sehr unangenehm und als nicht zumutbar empfunden.

Autonutzung und Verkehrssicherheit

Die Auto-Nutzenden organisieren sich bei einem Clubbesuch ausgesprochen gut untereinander. Die genutzten Fahrzeuge sind daher meist sehr gut ausgelastet. Die „Fahrer" unter den Partygängern „sammeln" die Beifahrenden an ihren Wohnorten ein und laden sie nach der Party meist auch wieder an ihren Wohnorten ab. Da leidet oftmals die Verkehrssicherheit, da das Konsumieren von Alkohol ausgesprochen verbreitet ist (vgl. Abschnitt „Besuch von Veranstaltungslokalen und Konsumverhalten").
Laut der Beratungsstelle für Unfallverhütung, ist die Altersklasse der 18-24-Jährigen - die Hauptgruppe der Partygänger - bei Unfällen als Folge von möglichem Alkoholkonsum am meisten betroffen. Die Anzahl „Getötete und Schwerverletzte pro 100'000 Einwohner" dieser Altersklasse ist am Wochenende deutlich höher als unter der Woche. Auffallend häufig ist am Wochenende die Altersklasse der 15-17 Jährigen – die potentiellen Mitfahrenden – involviert.[1]

Akzeptanz der ÖV-Nachtangebote

Ein gutes Nachtangebot wird geschätzt. Dies bestätigt die Studie der Universität Essen, die ausweist, dass die Zufriedenheit der Bevölkerung mit dem nächtlichen ÖV-Angebot mit dem Umfang und der Qualität des Angebots zusammenhängt.
Mit dem dauerhaften Bestehen der Nachtangebote wächst auch deren Nutzung. Dies kann auch beim Zürcher Verkehrsverbund gezeigt werden. Seit der Einführung des nächtlichen ÖV-Angebot 1994 ist beinahe jedes Jahr eine markante Steigerung der Frequenzen ausgewiesen worden[2]. Ende 2002 wurde deswegen eine Betriebsverlängerung mit einer Verdichtung des Angebots bereitgestellt. Auch diese war sehr erfolgreich.
Als erfolgreiche Kombination zum nächtlichen ÖV-Angebot erwies sich in Essen ein Sammeltaxi zu oder von den Haltestellen des nächtlichen ÖV-Angebots. Das Taxiangebot verbesserte dabei die Anbindung der ländlichen und der schwach frequentierten Gebiete an das nächtliche ÖV-Netz.
Eine Anforderungsanalyse an das nächtliche ÖV-Angebot weist als wichtigste Merkmale eine hohe Flexibilität, eine kurze Reisezeit und einen angemessenen Fahrpreis aus.

---

1 bfu (2004). Unfallgeschehen in der Schweiz, Statistik 2003. Seite 19. Bern.

2 Planungsbüro Jud (2002). Nächtlicher Freizeitverkehr in der Stadt Zürich, Seite 15. Zürich.

4 Ergebnisse Befragung Partygänger

4.1 Zürich

Vorstellungsrunde

Die neun Diskussionsteilnehmenden wohnen in der Stadt und in der Agglomeration Zürich sowie in Winterthur. Drei besitzen ein Auto, zwei haben Zugang zu einem Auto durch die Eltern oder Mobility und fünf sind Inhaber eines GA.

Die Diskussionsteilnehmenden sind zwischen 20 und 30 Jahre alt. Ihre Häufigkeit des Ausgangs variiert von dreimal die Woche bis etwa alle zwei Wochen.

Die Gesprächsrunde besteht aus sieben Partygängerinnen und zwei Partygängern. Die Lokale werden in der Regel zu zweit oder in der Gruppe aufgesucht.

zum Taxameter im Taxi:

«an der Stadtgrenze fängts dann noch an immer schneller zu piepsen, das macht einen richtig fertig»

Diskussionsteilnehmerin aus Uitikon

An- und Abreise zur Party – Diskussion von Angebotsformen und persönliche Erfahrungen

Nach einer Party wollen alle Partygänger möglichst direkt und schnell nach Hause. Da dieser Zeitpunkt bei vielen spontan und eher unplanbar eintritt, besitzt der ÖV ungünstige Voraussetzungen für die Heimreise.

Als Gründe werden die Komplexität bei Billetkauf, Fahrplan- und Haltestellensuche genannt. Zudem schrecken erste negative Erfahrungen mit dem Nachtbusangebot wie z.B. Nicht-Finden der Haltestelle, alkoholisierte Fahrgäste, überfüllte Busse usw. von der Wiedernutzung des Angebots ab.

Die erfolgreichen Nachtbusbenutzer zeichnen sich durch Kenntnis der eigenen Buslinie, deren Fahrplan und der „Haustür"-Haltestelle aus. Andere Linien sind aber auch ihnen nicht oder bestenfalls lückenhaft bekannt.

Alle Diskussionsteilnehmenden wissen, dass das Bellevue der Knotenpunkt der Nachtbusse ist, doch das aktuelle, im Dezember 2002 stark ausgebaute Angebot ist den Meisten nicht in seinem vollen Umfang bekannt.

Für die Partygänger ist meistens das Auto das Verkehrsmittel der Nachhausefahrt. Die Flexibilität, die Unabhängigkeit und die rasche Heimfahrtmöglichkeit werden als Gründe erwähnt.

Wer kein eigenes Auto zur Verfügung hat, organisiert sich die Heimfahrt oft in Fahrgemeinschaften.

zum Nachtbus:

«nachts irgendwo zu stehen und dann kommt doch kein Bus, das macht mir Angst»

Diskussionsteilnehmerin aus Zürich

Ist dies nicht möglich, werden Taxifahrgemeinschaften gebildet. Diese werden als preislich vergleichbar mit dem Nachtbus empfunden. Die Nutzung eines Taxis als Einzelperson ist den meisten zu teuer.

Eine erfolgreiche Angebotsform zeichnet sich durch die kurze Distanz vom Lokal zur Haltestelle, die direkte und schnelle Nachhausefahrt und die kurze, letzte Wegetappe von der Haltestelle zur Haustür aus. Die Aussentemperatur scheint eine Schlüsselrolle zu spielen: Während im Sommer die zumutbare Marschzeit vom Lokal zur Haltestelle eines Nachtbusses mit 30 Minuten angegeben wird, sinkt sie im Winter auf 3 Minuten.
Neben einem Nachtbusangebot mit ½-Stundentakt und günstigen Billetpreisen wird das professionelle Sammeltaxi als attraktiv empfunden.

zum Alkohol:

«Ein Testgerät am Ausgang des Lokals wird nichts bringen, denn man weiss ja, wenn man zuviel hat. Und trotzdem fährt man noch heim»

Diskussionsteilnehmer aus Winterthur

Das Nachtbusangebot sollte am besten die gleichen Linien wie tagsüber bedienen. Ein Diskussionsteilnehmer zieht als Beispiele europäische Metropolen (wie z.B. London) mit durchgehendem Nachtangebot mit den gleichen Linien wie tagsüber heran.
Sicherheit und Wissen, wann und wo der Bus fährt, wird als sehr wichtig empfunden. Die Informationen zu den Nachtfahrplänen sollen besser vermarktet und auch in den Lokalen aufgehängt werden. Im Bezug zum Sammeltaxi wird betont, dass es viele Nischen gäbe, ein solches Angebot aufzubauen; diese seien jedoch gesetzlich unterbunden oder schwer realisierbar.

Welche Partybesuchenden kriegen wir auf den öffentlichen Verkehr

Diese Frage bringt nicht viele neue Erkenntnisse. Es wird vermutet, dass vermehrte und härtere Polizeikontrollen nach den Partys greifen würden.
Dies würde die Attraktivität des Autos mindern und so die Nutzung des Nachtbusangebotes erhöhen. Denn es wird festgestellt, dass heute nach einer Party nur eine sehr geringe Gefahr besteht, in eine Kontrolle zu geraten.

Wie sieht ein erfolgsversprechendes ÖV-Nachtangebot aus?

Hier bewerteten die Diskussionsteilnehmenden einen Fragebogen zum erfolgreichen Angebot. Die meistgenannte Antwort zu jeder Frage ist nachstehend aufgeführt:

Was zeichnet erfolgreiche Angebotsformen besonders aus?
- kurze Wartezeiten/hohe Taktfolge

Was ist bei den Haltestellen besonders wichtig?
- kurze Fusswegdistanz Haltestelle-Wohnort

Welche Eigenschaften der Transportmittel sind besonders erfolgsrelevant?
- geringe Überfüllung/Sicherheit vor Belästigungen

Wo sind Informationen/Fahrpläne besonders erfolgreich platziert?
- an der Haltestelle/im Partylokal

Was hält mich am ehesten von der Benutzung des Autos ab?
- Parkplatzmangel beim Lokal

zu den Infos:

«Anscheinend gibt's ja schon ein recht tolles Nachtangebot in Züri. Doch wenn ich's nicht weiss, nützt's mir nichts»

Diskussionsteilnehmer aus Zürich

Wie muss ein erfolgsversprechendes Angebot vermarktet werden?

Die „Fledermaus" Werbung des ZVV war einigen schon in der Radiowerbung, im Kino oder am Bahnhof begegnet.
Allgemein wird das Bedürfnis geäussert, dass die Werbung erklären soll, wie die Nachtangebote funktionieren.
Es darf nicht kompliziert sein herauszufinden, welchen Bus man nehmen muss, welches Ticket zu lösen ist und wo der Bus hält. Beispielsweise könnten im Club, aber auch an den Bus-Knotenpunkten, Leuchtschriftanzeigen die aktuellen Buskurse anzeigen.
Als erfolgreiche Auflegeorte von Werbung werden Uni, Schulen, Kinos und Lokale genannt.

Empfehlungen an die Angebots- und Verkehrsplaner
Die Voten der Diskussionsteilnehmer lauten:

- Durchsichtigere Preise
- Allgemein besser kommunizieren, Einrichten eines Getränkestandes am Bellevue
- Bessere/konkretere Informationen
- Infos zum Angebot verfügbar in den Lokalen, in den Clubs
- Übersichtlichere Fahrpläne
- Öffentlichkeitsarbeit konkreter, verkaufen, erklären
- Vorurteile bekämpfen
- Leuchttafelinfos oder Tafeln, wo welcher Bus fährt am Bellevue

4.2 St.Gallen

Vorstellungsrunde
Die acht Diskussionsteilnehmenden leben in der Stadt St.Gallen sowie in den Gemeinden Eschlikon, Frauenfeld, Uzwil, Wil, Wittenbach und Wattwil. Vier besitzen ein Auto und drei sind Inhaber eines GA.
Die Diskussionsteilnehmer sind zwischen 19 und 31 Jahren alt. Die Häufigkeit ihres Ausgangs variiert von ein-/zweimal in der Woche bis etwa einmal pro Monat. Neben Partybesuch findet auch ein „konventioneller" nächtlicher Ausgang (Essen, Trinken) statt.
Die Gesprächsrunde besteht aus drei Frauen und fünf Männern.
Die Lokale werden meist zu zweit oder in der Gruppe aufgesucht und befinden sich mehrheitlich in der alternativen Szene. Das Budget je Besuch beträgt zwischen Fr. 50.- und 100.-.

zum Auto:

«wenn da, wo du wohnst der nächste Migros vier Kilometer weg ist, brauchst du ein Auto»

Diskussionsteilnehmer aus Wil

An- und Abreise zur Party – Diskussion von Angebotsformen und persönliche Erfahrungen
Eine Hinfahrt zur Party mit den öffentlichen Verkehrsmitteln können sich die Gesprächsteilnehmenden aufgrund des Angebotes noch vorstellen. Nach einer Party jedoch wollen alle Partygänger möglichst direkt und schnell nach Hause.

Da dieser Zeitpunkt bei vielen spontan und unplanbar eintritt, scheint der ÖV ungünstige Voraussetzungen zu bieten. Dies besonders auch dann, wenn ein Auto aus anderen Gründen (ungenügende Erschliessung eher ländlicher Regionen mit dem öffentlichen Verkehr auch tagsüber) verfügbar ist.
Für Partygänger ist also meistens das Auto das Verkehrsmittel der Nachhause- und auch der Hinfahrt.
Das ÖV-Angebot für die Heimfahrt ist, da das letzte Angebot gerade nach etwas entfernteren Zielen bereits viel zu früh um Mitternacht bzw. spätestens um 01.30 Uhr verkehrt, nicht auf ihre Bedürfnisse ausgerichtet. Man weicht dann auf die erste reguläre Verbindung des Folgetages aus.
Wer kein eigenes Auto zur Verfügung hat, organisiert sich die Heimfahrt oft in Fahrgemeinschaften. Ist dies nicht möglich, werden Taxifahrgemeinschaften gebildet. Dabei werden jeweils auch individuelle Pauschalpreise ausgehandelt.
Besteht keine Mitfahrmöglichkeit und kein Nachtangebot der öffentlichen Verkehrsmittel, wird auch mal „am Bahnhof ein Velo ausgeliehen" oder ein stündiger Fussmarsch in Kauf genommen. Auch Autostopp wird ausnahmsweise praktiziert.

zum Nachtbus und seiner Werbung:

«das Angebot muss überzeugen, nicht die Werbung»

Diskussionsteilnehmer aus Uzwil

Eine erfolgreiche Angebotsform zeichnet sich durch niedrige Fahrkosten, die kurze Distanz vom Lokal zur Haltestelle sowie eine kurze, letzte Wegetappe von der Haltestelle zur Haustür aus.

Auch das in gewissen Regionen bestehende Publicar-Angebot (Bedarfsbetrieb) wird, da es praktisch bis vor die Haustür fährt, positiv beurteilt.
Neben einem Nachtbusangebot mit ½-Stundentakt und günstigen Billetpreisen wird ein durch die Partylokale (z.B. Arena) angebotener Busservice – analog auch zu den Angeboten an den „Open-airs" - als attraktiv empfunden.
Die Informationen zu den Nachtfahrplänen sollen haltestellenspezifisch im Internet abrufbar sein und generell besser vermarktet werden, z.B. auch in den Lokalen aufgehängt werden.

Welche Partybesuchenden kriegen wir auf den öffentlichen Verkehr

Diese Frage bringt nicht viele neue Erkenntnisse. Es wird vermutet, dass vermehrte und härtere Polizeikontrollen nach den Partys greifen würden. Dies würde die Attraktivität des Autos mindern und so die Nutzung des Nachtbusangebotes erhöhen. Der Nutzen von Alkohol-Testgeräten wird als gering beurteilt: andere Drogen würden nicht detektiert und die meisten Personen würden sich sowieso nicht dafür interessieren. Sie wissen, dass sie alkoholisiert sind – aber man muss ja schliesslich das eigene Auto wieder heimbringen.

Wie sieht ein erfolgsversprechendes ÖV-Nachtangebot aus?

Hier bewerteten die Diskussionsteilnehmenden einen Fragebogen zum erfolgreichen Angebot. Die meistgenannte Antwort zu jeder Frage ist nachstehend aufgeführt:

Was zeichnet erfolgreiche Angebotsformen besonders aus?
- niedrige Fahrkosten

Was ist bei den Haltestellen besonders wichtig?
- kurze Fusswegdistanz Haltestelle-Wohnort

Welche Eigenschaften der Transportmittel sind besonders erfolgsrelevant?
- Sicherheit vor Belästigungen

Wo sind Informationen/Fahrpläne besonders erfolgreich platziert?
- im Partylokal

Was hält mich am ehesten von der Benutzung des Autos ab?
- Stau auf der Strasse / (Park-)Bussen

Wie muss ein erfolgsversprechendes Angebot vermarktet werden?

Die bestehende Werbung für das Nachtangebot – ein simpler Zettel mit dem Liniennetz – fällt bei den Gesprächsteilnehmenden durch. Wenigstens die Abfahrtszeiten müssten ergänzt werden.
Die bestehenden Nachtzugsverbindungen scheinen noch schlecht bekannt zu sein.

Zu Kontrollen:

«jeder hofft, es „preicht" den andern»

«es fährt einfach der, der am wenigsten besoffen ist»

Diskussionsteilnehmer aus St.Gallen

Als erfolgreiche Verteilorte von Werbung und Information werden Züge, Durchsagen in den Bussen sowie konventionelle Haushaltsversände genannt.
Die beste Werbung nützt aber nichts, wenn das Angebot nicht überzeugt.

Empfehlungen an die Angebots- und Verkehrsplaner
Die Voten der Diskussionsteilnehmer lauten:

- Zusatzangebot mindestens noch um 03.00 Uhr schaffen
- öffentlicher Verkehr muss preislich günstig und viel billiger als Taxi sein
- Angebot in Agglomeration forcieren und „das Land liegen lassen".

4.3 Genève

Négociations de présentation
Au total, 9 personnes ont participé aux débats. Les participants, âgés de 18 à 30 ans, étaient en majorité des étudiants dont une étudiante en pause universitaire. Ils habitent à Bernex (2), Plan-les-Ouates, Bardonnex, Petit-Lancy, Bellevue, Anières et Genève (2).
En principe, la plupart des participants sortent régulièrement en fin de semaine. Cependant, ils sont également quelques-uns à sortir pendant la semaine. Traduit en chiffres, cela donne une moyenne allant de 3 fois la semaine à 2 fois par mois.
Trois participants sont motorisés et se déplacent soit seuls soit en groupes. Les personnes se déplaçant en voiture prônent la liberté de se déplacer quand elles le souhaitent, sans aucune contrainte horaire. En d'autres termes, elles n'ont pas à attendre le noctambus qui circule à Genève jusqu'à 2 heures du matin, le premier transport en commun n'étant en service qu'à 6 heures du matin. Certains vont même jusqu'à inciter des amis motorisés à venir les chercher pour sortir le soir (utilisation régulière de la voiture collective).
Quant aux jeunes usagers des noctambus, ils sortent en général en groupes de deux jusqu'à une dizaine de personnes, alors que les personnes plus âgées qui ont le permis de conduire se déplacent en général seules.

L'auto-stop:

«Si le dernier noctambus me passe «sous le nez», il m'arrive régulièrement de faire du stop. C'est une question de confiance»

«Je fais souvent du stop, plutôt de jour, mais aussi de nuit, bien que cette solution soit dangereuse en soi, mais elle est de loin moins chère que le taxi...»

Toutefois, il arrive aussi que leur voiture se transforme en véhicule collectif.

Départ et retour à la fête- discussion des types d'offres et expériences personnelles

Pour la plus grande partie des participants, le départ se fait au moyen des transports publics, mais aussi à vélo (pour les adeptes) et en scooter. Pour retourner à la maison, ils attendent patiemment le bus. Les habitués des noctambus connaissent en général les horaires par cœur, ce qui leur permet de se rendre à temps aux arrêts des noctambus.

En général, ils ne se déplacent pas seuls et la crainte de l'inconnu est quasi inexistante vu que les jeunes habitués des noctambus se connaissent pratiquement tous entre eux.

En ce qui concerne les automobilistes, le confort de la voiture au départ l'emporte très souvent sur l'éventualité de devoir rentrer chez soi en état d'ébriété. De toute façon, les participants motorisés préfèrent rentrer le plus vite possible chez eux en utilisant leur voiture ou alors celle de leurs amis (retour collectif).

Les noctambus permettent aux jeunes de se déplacer en utilisant les transports en commun. Il est vrai que les horaires des derniers noctambus correspondent aux heures de fermeture des bistros. C'est pourquoi certains participants estiment que les noctambus satisfont davantage à la demande des adolescents.

En effet, toute la population des boîtes de nuit n'est pas couverte. Une desserte des noctambus toutes les 30 minutes comme c'est le cas dans les grandes métropoles telles, Paris, Londres ou Berlin, serait assez appréciée.

Dans l'ensemble, les participants estiment important d'envisager une prolongation des horaires des noctambus, à savoir jusqu'à 3 heures, voire 5 heures. Une fréquence raccourcie à la demi-heure serait une fréquence envisageable et agréable. Actuellement, les noctambus circulent à raison d'un par heure.

La plupart des habitués des noctambus connaissent les horaires de leur trajet mais pas ceux des autres. Certains s'adaptent aux horaires, car ils n'ont pas le choix.

Idée du métro à Genève:

«La plupart des participants ont eu connaissance de ce projet qui, en fait, n'a pas dépassé le stade de projet, notamment lorsqu'on sait que les frais de construction d'une ligne de métro sont 5 fois plus élevés que pour l'aménagement d'une ligne de train. L'étude de faisabilité a montré qu'il s'agissait d'un problème de taille et de coût»

Effectivement, entre retourner chez soi en voiture qui permet d'éviter d'avoir recours à l'auto-stop et faire du «porte à porte» en noctambus, c'est encore et toujours la voiture qui prime chez les plus âgés.

La distance, la fréquence et l'offre sont des éléments clés pouvant servir de base à une amélioration du réseau des noctambus. Sans cela, la voiture et le taxi auront toujours la préférence pour la tranche d'âge des adultes.

Quelles visites nous recevons sur le transport public?
Déjà sous la rubrique précédente.

Pour qu'une prestation soit couronnée de succès, que doit-elle offrir?
Ici il y a un questionnaire de remplir. La meilleure réponse est ajoutée:

Qu'est-ce qui distingue une offre réussie?
- Service disponible jusqu'à 5h00

Qu'est-ce qui est particulièrement important aux stations d'arrêts?
- Mesures de sécurité contre l'harcèlement

Comment assurer le succès des transports publics?
- Propreté à l'intérieur des véhicules

Quel est l'endroit idéal pour placer les informations/plans horaires?
- Sur les lieux fréquentés par les *«noctambules»*

Pourquoi sortir sans voiture?
- Contrôles de police (alcool, drogue)

Comment commercialiser une prestation en vue de la rendre la plus attrayante possible?
Le problème des noctambus réside au niveau de l'information. Les horaires et les trajets sont encore trop peu connus.
Il convient d'améliorer l'accès à l'information en vue d'inciter les gens qui ne la connaissent pas et qui n'en ressentent pas le besoin, à aller chercher cette information.

En ce qui concerne l'alcool:

«Bien qu'il semble plus facile de rentrer en voiture, il est en revanche vrai que si le réseau des noctambus était un peu mieux développé et davantage élargi, certaines personnes seraient prêtes, même si elles circulent très souvent en voiture, à opter pour les transports en commun»

Pourquoi ne pas distribuer des brochures dans les écoles et dans la rue ou pourquoi ne pas coller les plans et les horaires aux arrêts des lignes diurnes.
En fait, dans les écoles, les distributions se font déjà ponctuellement à raison de 3 à 4 fois l'an. L'information existe, mais le problème réside au niveau de la consommation de l'information.

En ce qui concerne les tarifs, les participants estiment qu'ils sont assez acceptables, et ne semblent pas les considérer comme une barrière. Il existe même depuis peu un service d'abonnement mensuel.

En ce qui concerne le tarif:

«Le tarif n'est pas excessif si l'on pense à ce que l'on a consommé avant en alcool»

Participant de Genève

Recommandations aux planificateurs des transports et d'offre

- Afficher les horaires aux arrêts des transports en commun diurnes
- Publicité dans les gares / présentoirs à la gare
- Distribution dans la rue, aller vers les gens pour leur apporter l'information
- Spots publicitaires, campagnes d'information
- Distribution le soir dans les lieux nocturnes
- Profiter des grandes manifestations telles les fêtes des vendanges, de la musique...
- Publicité sur les pare-brise, dans les discothèques...
- Modifier l'image des noctambus pour toucher un autre public
- Afficher le logo noctambus de manière plus visible
- Annonces automatiques dans les bus (haut-parleurs).
- Améliorer la fréquence des noctambus
- Mise en service des noctambus pendant la semaine également, notamment en été lors des vacances d'été en juillet/août. Mais pas à la même fréquence que le week-end
- Service disponible jusqu'à 5 heures le week-end
- Réduire la durée des trajets

4.4 Fazit

Die Diskussionsrunden in Zürich, in St.Gallen und in Genf ergaben für gewisse Themenbereiche übereinstimmende, für andere Themenbereiche unterschiedliche Ergebnisse.

Gemäss übereinstimmender Einschätzung der Diskussionsteilnehmenden weist eine erfolgreiche Angebotsform eine häufige Taktfolge auf und führt den Benutzer vom Ausgangslokal möglichst nahe an seinen Wohnort. Taktfolgen von über einer Stunde werden als zu gross bezeichnet. Weiter sollen die Fahrkosten niedrig und das Fahrzeug nicht überfüllt sein. Sehr hoch einzustufen ist das Bedürfnis nach Sicherheit vor Belästigungen an den Haltestellen und in den Fahrzeugen, speziell ausgeprägt bei den weiblichen Diskussionsteilnehmenden.
Am besten würde das bestehende Tagesangebot in die Nacht hinein verlängert, da dadurch Hemmschwellen wie „Kennenlernen" der Nachtlinien, „Nacht-Haltestellen-Suche" usw. erheblich gesenkt werden könnten.
Gemäss den Einschätzungen mangelt es in allen Städten bei den Informationen. Die Diskussionsteilnehmenden stellen fest, dass sie die Fahrpläne sowie das Nachtnetz meist nur ungenügend kennen. Als erfolgreichste Gegenmassnahme wird das Bereitstellen von Informationen zu den Nachtangeboten – insbesondere von Fahrplänen - in jedem Veranstaltungslokal eingeschätzt.

zur Jahreszeit:

«Wenn ich im Winter am Bellevue warten muss und mir einen abfriere - da nehme ich lieber das Auto»

Diskussionsteilnehmerin aus Zürich

Unterschiedlich ist das Nachtangebot in den drei Städten – und darum wohl auch seine konkrete Beurteilung. Während in Zürich ein sehr dichtes Nachtangebot bis um 4 Uhr die Leute nachhause fährt, ist in St.Gallen spätestens um 1.30 Uhr der letzte Bus abgefahren. Dies führt dazu, dass die St.Galler ihr Nachtbusangebot als vergleichsweise unattraktiv empfinden, im Gegensatz zu Zürich. Hier wird gewünscht, dass das Angebot auf hohem Niveau weiter ausgebaut und besser dafür geworben wird.
In Genf wird das Nachtangebot als gut bekannt beurteilt und v.a. beim jüngeren Publikum (bis 25 Jahre) geschätzt.

Gleichzeitig scheint hier das „junge Image" des Nachtbusses das ältere Publikum eher abzustossen. Auch hier wird vor allem eine Ausweitung des Angebots bis vier Uhr morgens gewünscht.

Die erfolgreichen Nachtbusbenutzer – schwergewichtig im Alterssegment von 18-28 Jahren - kennen Angebot und Fahrplan ihrer Nachtbuslinie sehr genau, die anderen Linien aber nur beschränkt.

Die Autofahrenden sind eher im Altersegment von 25-31 Jahren zu finden und schätzen ihre Ungebundenheit und Freiheit. Speziell bei einem Wohnort auf dem Land stellt der öffentliche Verkehr für sie keine vernünftige Alternative dar.
Nach Meinung der Diskussionsteilnehmenden können hauptsächlich mehr und härtere Polizeikontrollen vom Gebrauch des Autos abhalten. Auch die Unfallgefahr bei Trunkenheit am Steuer und der Parkplatzmangel beim Lokal schrecken vor dem Gebrauch des Autos ab.

zum Party-Ende:

«da bist du plötzlich KO, und dann musst Du sofort heim, hast keine Lust mehr zu warten»

Diskussionsteilnehmer aus Uzwil

5 Ergebnisse Befragung Veranstalter

Elf ausgewählte Veranstalter (vgl. 2.2.4) wurden mit einem Fragebogen[1] zu den Themen „Verkehrsmittel der Besucher", „Kenntnis und Informationen zum Nachtangebot", „Alkohol/Drogen am Steuer" und „Massnahmen" zur Senkung der PW-Fahrenden unter den Partygängern befragt. Die Ergebnisse sind nachstehend aufgeführt.

Verkehrsmittelwahl der Besucher

Die Veranstalter schätzen, dass im Durchschnitt gut 60 Prozent ihrer Gäste für die An- und Abreise den Personenwagen (PW) benutzen. Einzelne Veranstalter betonten jedoch, dass je nach Art des Anlasses der Anteil der PW-Fahrenden unter den Partygängern variiert. Bei Anlässen in der alternativen Szene liegt der Anteil der PW-Fahrenden eher tiefer als der durchschnittliche Wert.
Gut 20 Prozent der Gäste wählen gemäss der Einschätzung der Veranstalter den öffentlichen Verkehr (ÖV) als Verkehrsmittel für den Partybesuch.
Zu einer Erhöhung der Nutzung des ÖV-Nachtangebots durch ihre Gästen äussern sich die Veranstalter positiv bis indifferent: Zwei Veranstalter würden es „begrüssen" und drei Veranstalter würden es „eher begrüssen", wenn mehr Gäste das Nachtangebot des öffentlichen Verkehrs benutzen würden. Drei Veranstaltern haben andere Sorgen, ihnen „ist es egal" ob mehr Gäste ihres Lokals das Nachtangebot nutzen. Ein Veranstalter lehnt eine Zunahme der Nachtangebots-Nutzung in seinem Lokal „eher ab".

Kenntnis und Information zum Nachtangebot

Die Veranstalter deklarieren für sich im Durchschnitt eine „mittlere Kenntnis" des lokalen nächtlichen Verkehrsangebots. Die Werte streuen jedoch von „sehr guter" Kenntnis eines Veranstalters bis zu „kaum" Kenntnis von drei Veranstaltern.
Rund die Hälfte - fünf Veranstalter - haben in ihrem Lokal „keine Informationen" zum Nachtangebot des öffentlichen Verkehrs ausgehängt. Vier Veranstalter bestätigen, dass „rudimentäre Informationen" zum Nachtangebot in ihrem Lokal vorhanden seien. Ein Veranstalter gibt an, „detaillierte Informationen" zum Nachtangebot zu haben.

„Alkohol/Drogen" am Steuer

Die Veranstalter nehmen die Kombination von Alkohol-/Drogenkonsum und Autofahren in ihrem Lokal durchschnittlich „mittel-" bis „bedeutend" als Problem war. Die Antworten der Veranstalter weisen aber eine grosse Streuung auf: Drei Veranstalter geben bei der Problemwahrnehmung an, dass die Bedeutung in ihrem Lokal „sehr gross" sei. Sie geben offen zu, dass sich die Leute in ihrem Lokal „betrinken[2]" und danach im PW nach Hause fahren.

---

1 Der Fragebogen mit den einzelnen Antworten der Veranstalter ist im Anhang zu finden.

2 Der maximal zulässige Alkoholspiegel von 0.5 ‰ kann bereits nach einer geringen Menge Alkohol und nicht erst beim Auftreten von „Trunkenheitsmerkmalen" überschritten sein.

Zwei Veranstalter messen dem alkoholisierten Autofahren eine „geringe Bedeutung" bei. Allerdings scheint denkbar, dass die Antworten dieser Veranstalter das Problem des Autofahrens unter Alkohol-/Drogeneinfluss aus Imagegründen herabstufen.

Massnahmen

Den Veranstaltern wurden neun Massnahmen zur Senkung des Anteils der Autofahrenden unter den Partygängern präsentiert:

- Verknappung des öffentlichen Parkplatzangebots um das Lokal
- Angebot eines Shuttlebus vom Lokal zur nächsten Haltestelle des lokalen Nachtangebots des öffentlichen Verkehrs
- Einrichtung eines Informations- und Auskunftsorts im Lokal zum Nachtangebot des öffentlichen Verkehrs sowie zur Bildung von Fahrgemeinschaften und von Sammeltaxifahrten
- Verstärkung der Polizeikontrollen (Alkohol, Drogen, Falschparkierende) im Umfeld des Lokals
- Display mit den aktuellen Abfahrtszeiten des Nachtangebots im Lokal
- Bereitstellen eines Sammeltaxis vor dem Lokal
- Einrichten einer Haltestelle des Nachtangebots vor dem Lokal
- Ausbau der Veloabstellplätze beim Lokal
- Einrichtung eines „Auto-Aufbewahrungsortes" für alkoholisierte Gäste (um den Zwang zum Heimfahren zu vermeiden)

In einem ersten Schritt hatten die Veranstalter die Massnahmen bezüglich ihrer Wirkung zur Senkung des Anteils der Autofahrenden unter den Partygängern zu bewerten.
In einem zweiten Schritt bewerteten die Veranstalter die Möglichkeit zur Umsetzung der Massnahmen in ihrem Lokal. So konnten auch Hinweise zur Akzeptanz der Massnahmen gewonnen werden.

Die folgende Abbildung zeigt die Bewertung der neun Massnahmen durch die Veranstalter nach ihrer erwarteten Wirkung auf einer Skala zwischen 1 und 3:

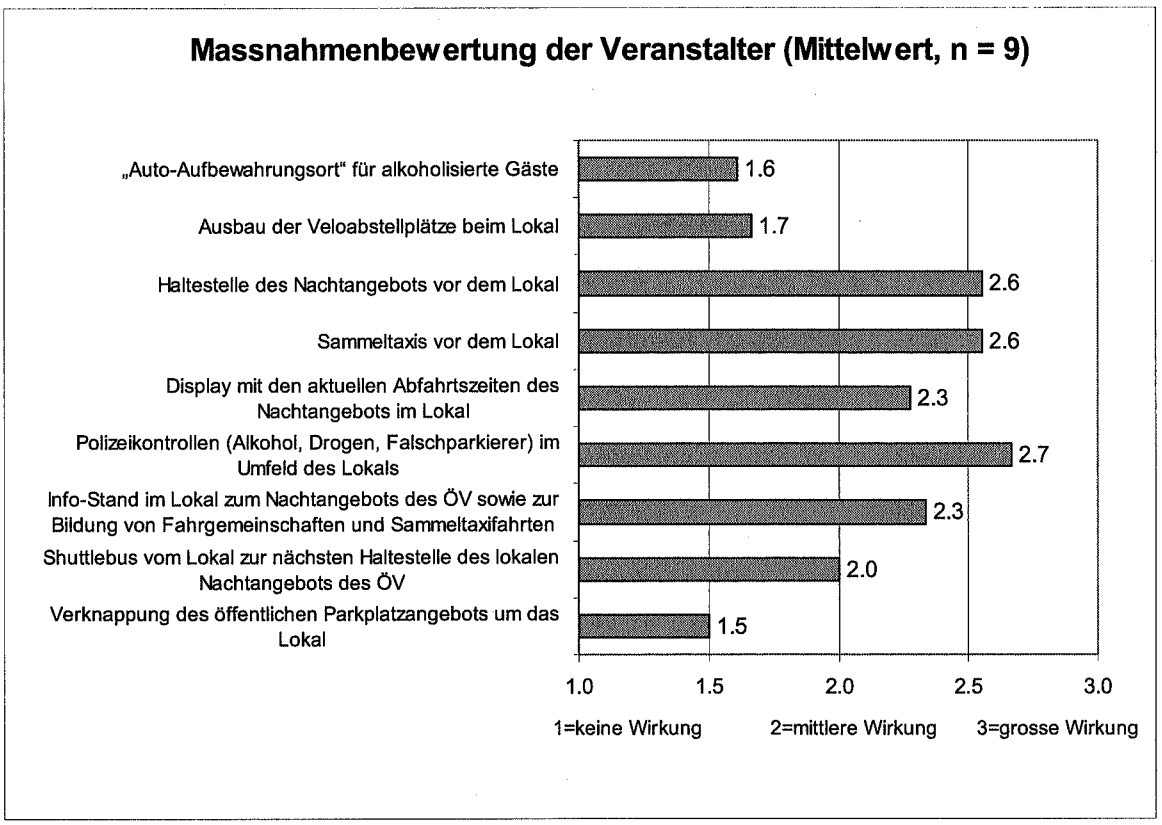


Abbildung 2: Massnahmenbewertung aus Sicht der Veranstalter

Die grösste Wirkung hat nach Einschätzung der Veranstalter die Verstärkung von Polizeikontrollen im Umfeld des Lokals. Nur unwesentlich weniger wirksam wären das Bereitstellen eines Sammeltaxis und das Errichten einer Haltestelle des Nachtangebots vor dem Lokal.

Das Mittelfeld der eingeschätzten Wirksamkeit der Massnahmen umfasst das Bereitstellen eines Info-Angebotes zum Nachtangebot des ÖV, zur Bildung von Fahrgemeinschaften und zur Organisation von Sammeltaxis. Die Installation eines Displays im Lokal mit den aktuellen Abfahrtszeiten des Nachtangebots sowie der Betrieb eines Shuttlebusses vom Lokal zur nächsten Haltestelle des Nachtangebots folgten auf den nächsten Plätzen.

Als wenig wirksame Massnahmen zur Senkung des Anteils der Autofahrer unter den Partygängern wurden die Verknappung des öffentlichen Parkplatzangebotes um das Lokal, der Ausbau der Veloabstellplätze vor dem Lokal und das Einrichten eines „Auto-Aufbewahrungsortes" für alkoholisierte Gäste eingestuft.

In der folgenden Abbildung ist die Umsetzungsbewertung (Akzeptanz) der Massnahmen durch die Veranstalter ausgewiesen:

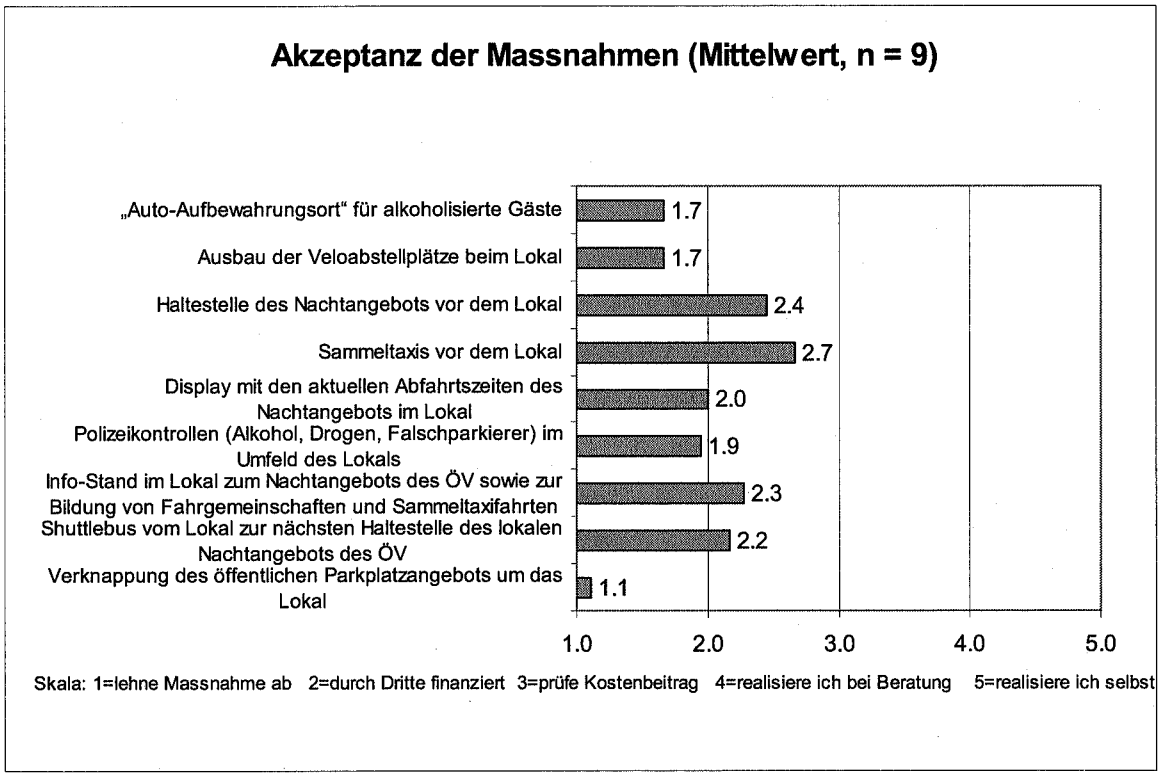


Abbildung 3: Umsetzung der Massnahmen im Lokal der Veranstalter (Akzeptanz)

Die Massnahme „Sammeltaxis vor dem Lokal" besitzt bei den Veranstaltern die grösste Akzeptanz. Drei Veranstalter würden hier einen Kostenbeitrag prüfen. Ein Veranstalter hat diese Massnahme bereits erfolgreich umgesetzt. Kein Veranstalter würde diese Massnahme ablehnen.
Kein Veranstalter würde das Errichten einer Haltestelle des Nachtangebots des öffentlichen Verkehrs vor dem Lokal ablehnen. Bei dieser Massnahme würden vier der neun Veranstalter einen Kostenbeitrag prüfen.
Die weiteren Massnahmen würden mindestens jeweils zwei Veranstalter ablehnen. Unter diesen Massnahmen schneiden das Einrichten eines Info-Angebotes im Lokal zum Nachtangebot des öffentlichen Verkehrs, zur Bildung von Fahrgemeinschaften und Sammeltaxifahrten sowie das Betreiben eines Shuttlebusses vom Lokal zur nächsten Haltestelle des Nachtangebotes am besten ab.
Bei der Installation eines Displays mit den aktuellen Abfahrtszeiten des Nachtangebots im Lokal ist die Meinung der Veranstalter geteilt. Drei würden einen Kostenbeitrag prüfen und drei Veranstalter würden diese Massnahme ablehnen.
Den Ausbau der Veloabstellplätze lehnt die Mehrheit der Veranstalter ab. Nach den Angaben einzelner Veranstalter sind bereits genügend Veloabstellplätze bei ihrem Lokal vorhanden.

Wenig Umsetzungschance besitzt aus Sicht der Veranstalter das Errichten eines „Auto-Aufbewahrungsortes" für alkoholisierte Gäste. Die schwierige Verständlichkeit dieser Frage/Massnahme dürfte zu diesem Resultat beigetragen haben. Zwei Veranstalter würden allerdings trotzdem einen Kostenbeitrag prüfen.
Acht der neun Veranstalter würden die Verknappung des öffentlichen Parkplatzangebotes um das Lokal ablehnen.
Die detaillierten Antworten der Veranstalter sind im Anhang dieses Berichtes zu finden.

Fazit
Der Konkurrenzkampf unter den Clubs ist in den letzten Jahren härter geworden. Viele Veranstalter sorgen sich um ihre Existenz. Das Hauptinteresse der meisten Clubs konzentriert sich auf eine für die Existenz genügende Anzahl Gäste. Die Verkehrsmittelwahl der Gäste interessiert die Veranstalter eher weniger.
In den Lokalen sind gesamthaft wenige Informationen zu den Nachtangeboten des öffentlichen Verkehrs vorhanden. Auch ist das Wissen der Veranstalter zu den Angeboten eher bescheiden. Grundsätzlich sind jedoch die meisten Veranstalter dem öffentlichen Verkehr als Transportmittel der Gäste gegenüber eher positiv eingestellt, insbesondere, solange damit mehr Besucher angezogen werden können.
Die Veranstalter nehmen die unfallträchtige Kombination von Alkohol-/Drogenkonsum und Autofahren unterschiedlich wahr. Ein Club in der Westschweiz hat das Problem mit dem Bereitstellen eines günstigen Taxiangebots selbst in die Hand genommen (ausführlicher Beschrieb im Abschnitt 6.3.3). Andere Clubs sehen keinen Handlungsbedarf, da sie diese Kombination in ihrem Club nicht als problematisch erachten. Dies im Gegensatz zu den Partygängern selbst und den Ergebnissen der Literaturanalyse.
Gemäss den Einschätzungen der Veranstalter liegt heute der Anteil der Autofahrenden bei sechzig Prozent. Dies steht im Widerspruch zu den Werten aus der Literaturanalyse, wo je nach Befragungsgebiet 75 bis knapp 90 Prozent ausgewiesen wurden. Die Veranstalter schätzen den Anteil der Autofahrer daher eher zu tief ein. Die Schätzung des Anteils der Benutzer, die mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, entspricht hingegen mit zwanzig Prozent Anteil in etwa den Werten der Literaturanalyse.
Die meisten Veranstalter würden eine Zunahme des Anteils der Nachtangebotsnutzenden begrüssen. Eine finanzielle Beteiligung der Veranstalter an den Massnahmen zur Förderung des Anteils der Nachtangebotsnutzenden und zur Senkung der Autofahrerzahl unter den Partygängern dürfte aber meist nur schwer realisierbar sein.
Die höchsten Werte bei der Wirksamkeit wie bei der Umsetzbarkeit erzielen das Bereitstellen eines Sammeltaxis und das Errichten einer Haltestelle des öffentlichen Nachtangebots.
Die als wirksam eingeschätzte Massnahme – die Verstärkung der Polizeikontrollen im Umfeld des Lokals – wird bei der Umsetzbarkeit im eigenen Lokal tief bewertet. Einer der Hauptgründe dürfte die Angst vor einem Imageverlust und vor einer Abnahme der Anzahl Gäste bilden.

In der folgenden Abbildung werden die Wirkungs- und die Umsetzungseinschätzung (Akzeptanz) aller Massnahmen durch die Veranstalter verglichen:

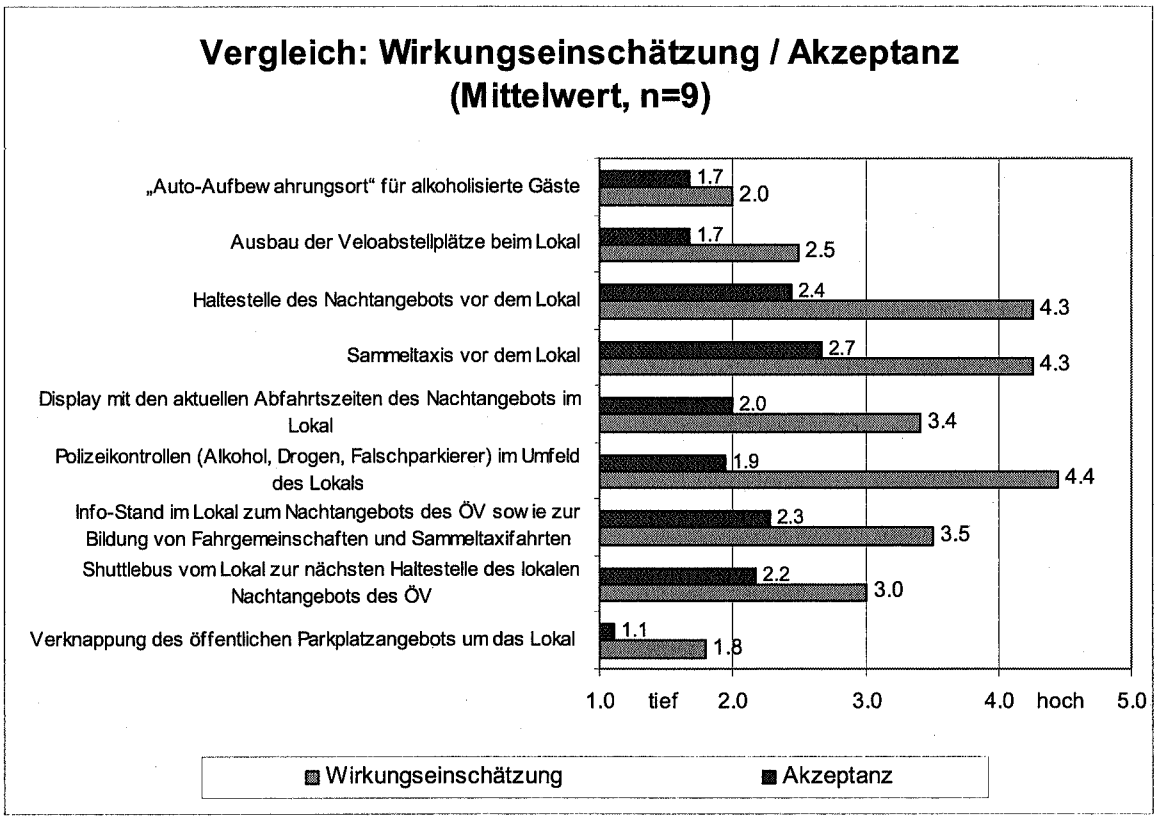


Abbildung 4: Vergleich Wirkung/Umsetzung der Massnahmen (bereinigte Skalen[1])

[1] Um die Massnahmen bezüglich Wirkungseinschätzung und Akzeptanz in einer Abbildung darzustellen, wurden die Skalen bereinigt. Die Skala der Abbildung 2 (Wirkungseinschätzung) wurde der Skala der Abbildung 3 (Akzeptanz) angepasst. D.h. der Wert 2.0 in der Abbildung 2 entspricht dem Wert 3.0 in der Abbildung 3. Weiter entspricht der Wert 1.5 der Abbildung 2 dem Wert 2.0 in der Abbildung 3 usw.

6 Beeinflussung des Verkehrsverhaltens

6.1 Übersicht

In der nachstehenden Abbildung sind die angestrebten Ziele (vgl. auch 2.1) und das Zusammenspiel verschiedener Massnahmenbereiche zur Beeinflussung des Verkehrsverhaltens in Richtung dieser Ziele dargestellt. Die hinterlegten Massnahmenbereiche bilden den Schwerpunkt der nachfolgenden Überlegungen.

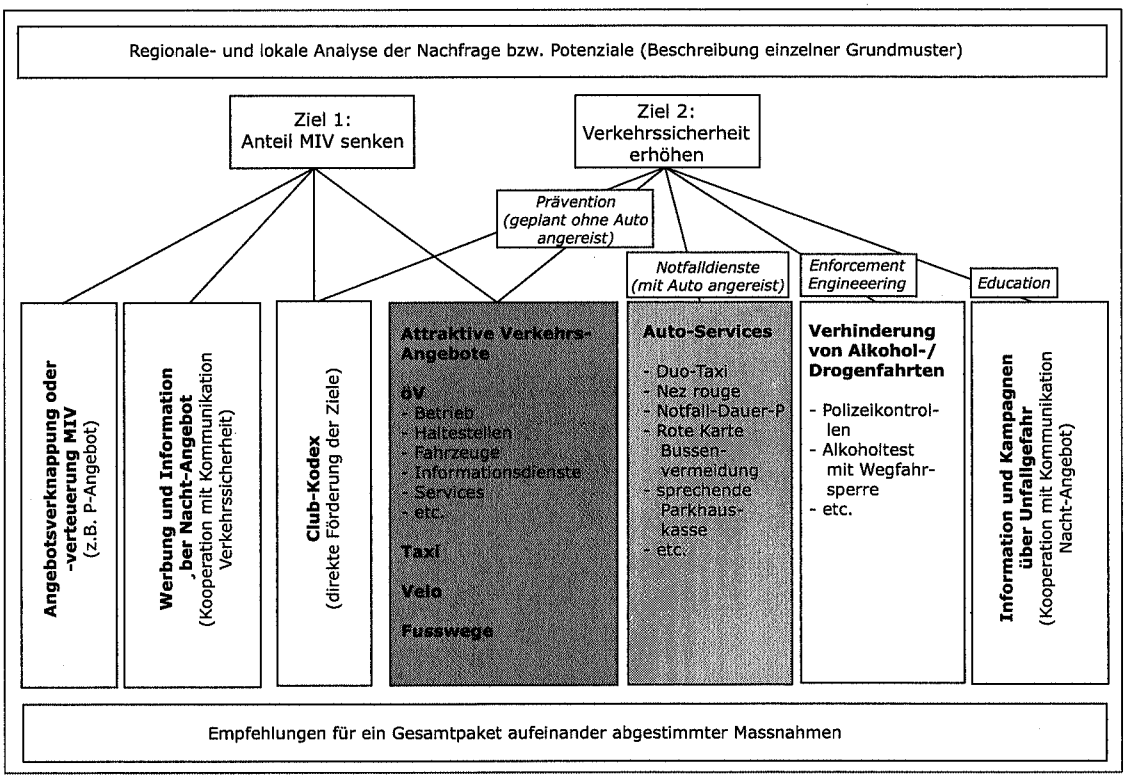


Abbildung 5: Konzept – von der Nachfrageanalyse zur Massnahmenempfehlung

Anteil MIV senken

Es gibt verschiedene Massnahmenbereiche (in der Abbildung als Rechtecke dargestellt), die den Anteil des motorisierten Individualverkehrs (MIV) am nächtlichen Freizeitverkehr senken können. Basis für die Erzielung von Wirkungen im Sinne dieses Zieles bildet ein attraktives Angebot alternativer Verkehrsmittel (ÖV, Taxi, Velo), bestehen doch ohne solche Angebote keine echten Alternativen zur Nutzung des Autos. Zusätzliche Wirkungen können von einer Angebotsverknappung oder -verteuerung für den MIV rund um die nächtlichen Freizeitlokale (z.B. mittels Parkplatzbewirtschaftung) oder auch von einer gezielten Werbung und Information über die Nachtangebote des ÖV und anderer Alternativen ausgehen.

Der Massnahmenbereich der attraktiven Angebote übt auch einen positiven Einfluss auf das Ziel der Erhöhung der Verkehrssicherheit aus, wird doch ein attraktives ÖV-Nachtangebot von mehr Partygängern genutzt als ein vergleichsweise unattraktives Angebot. Dieser Massnahmenbereich wird deshalb in der Folge (vgl. Abschnitt 6.3) vertieft.

Erhöhung der Verkehrssicherheit
Zum Ziel der Erhöhung der Verkehrssicherheit führen schwergewichtig die Elemente des Massnahmenbereichs „Auto-Services". Diese Massnahmen sind dem Bereich der „Notfall-Dienste" zuzuordnen, werden damit doch v.a. diejenigen Gäste eines Lokals angesprochen, die bereits mit dem Auto hingefahren sind und Drogen oder zu viel Alkohol eingenommen haben, um mit dem eigenen Auto die Rückreise anzutreten. Die Auto-Services können eine Rückfahrt der fahruntüchtigen Partygänger verhindern, indem der Autofahrende aufgefordert wird, sein Auto stehen zu lassen oder zumindest nicht selber nach Hause zu fahren.
Härter und verbindlicher auf die Erhöhung der Verkehrssicherheit wirken die Massnahmenbereiche „Enforcement" und „Engineering". Hier wird kein Service angeboten, sondern mittels Kontrollen und technischer Vorkehrungen die „Alkohol-" oder „Drogenfahrt" verhindert.
Eine präventive Methode bilden die Erziehungsmassnahmen (Education). Gezielte Informationen über Unfallgefahren zielen darauf ab, die Verkehrssicherheit zu erhöhen.

Einbezug der Veranstalter
Die bisher beschriebenen Massnahmenbereiche gehören weitestgehend in den Einflussbereich der öffentlichen Hand. Der Gewinnung der Veranstalter (vgl. dazu Kapitel 5) als Partner zur Zielerreichung kommt aber für die Wirksamkeit der Massnahmen eine grosse Bedeutung zu. Gelingt es im Rahmen der Bemühungen, die Veranstalter z.B. zum Abschluss eines Verhaltens-Kodex zu motivieren, so sind für eine Zusammenarbeit sowohl mit der öffentlichen Hand als auch unter den Veranstaltern selber gute Voraussetzungen vorhanden.

Nachfrageanalysen
Basis für die Festlegung von Angeboten und Massnahmen muss aber letztlich eine Analyse der konkreten regionalen und lokalen Nachfrage bzw. entsprechender Potenziale bilden. Nur so kann sichergestellt werden, dass die einzelnen Massnahmenbereiche nachfragegerecht und damit auch wirtschaftlich und effizient eingesetzt werden können und so ein wirksames Gesamtpaket aufeinander abgestimmter Massnahmen ergeben.

6.2 Erfolgsfaktoren

In den in drei Focusgruppen durchgeführten Gruppendiskussionen (vgl. 2.2.3) beurteilten die Diskussionsteilnehmenden eine Liste von Erfolgsfaktoren. Jede Person hatte 12 Punkte zu vergeben; musste jedoch mindestens einen Punkt zu jeder Frage und maximal zwei Punkte für einen einzelnen Erfolgsfaktor setzen.
Nachfolgend sind die Fragen mit den dazugehörigen Erfolgsfaktoren und deren Beurteilung aufgelistet. Die Erfolgsfaktoren sind nach erreichten Punktzahlen rangiert.

Punktzahl *Erfolgsfaktoren*

Frage 1: Was zeichnet erfolgreiche Angebotsformen besonders aus?

22	kurze Wartezeiten/hohe Taktfolge
19	niedrige Fahrkosten
16	Zeitliche Verfügbarkeit bis 05.00 Uhr
10	kurze Gesamtreisezeit
8	Fahrt auf Bestellung
7	geringe Umsteigehäufigkeit
5	hohe Pünktlichkeit
5	Fahrt nach Fahrplan
5	Umweltfreundlichkeit
3	Geselligkeit (Möglichkeit in Gruppe beisammen zu bleiben)

Frage 2: Was ist bei den Haltestellen besonders wichtig?

16	kurze Fusswegdistanz Haltestelle - Wohnort
15	kurze Fusswegdistanz Lokal - Haltestelle
13	Sicherheit vor Belästigungen
7	gute Sichtbarkeit/Erkennung der Haltestelle
6	Beleuchtung der Haltestelle
3	Musik an Haltestelle
2	Sauberkeit an der Haltstelle
2	Aufsichtspersonal an Haltestelle
1	Konsum-Möglichkeit (Essen, Getränke, Alkohol) an Haltestelle

Frage 3: Welche Eigenschaften der Transportmittel sind besonders erfolgsrelevant?

15	Sicherheit vor Belästigungen
13	geringe Überfüllung
6	Sauberkeit im Fahrzeug
3	Sichtbarkeit des Fahrzeuges
3	erfolgreiches Image / gute Ambiance
2	Musik im Fahrzeug
2	ungestörte Privatsphäre im Fahrzeug
0	Konsum-Möglichkeit (Essen, Getränke, Alkohol) im Fahrzeug

Frage 4: Wo sind Informationen/Fahrpläne besonders erfolgreich platziert?

21	im Partylokal
15	an der Haltestelle
12	im Internet
5	im Szenemagazin
3	beim Parkplatz

Frage 5: Was hält mich am ehesten von der Benützung des Autos ab?

11	Unfallgefahr im Auto
9	Polizeikontrollen (Alkohol, Drogen) beim Autofahren
9	Parkplatzmangel beim Lokal
8	Stau auf Strasse
8	Bussen (Park-Bussen)
2	grosse Distanz vom Parkplatz zum Lokal

6.3 Attraktive Verkehrsangebote

6.3.1 Öffentlicher Verkehr

Der öffentliche Verkehr (ÖV) zeichnet sich durch für die Nutzenden vergleichsweise niedrige Fahrkosten aus, womit einer der zentralen Erfolgsfaktoren erfüllt wird. Bei durchschnittlichen Ausgaben von 80 CHF pro Ausgang (vgl. auch Kapitel 3) belaufen sich die Fahrkosten auf ca. 10-15% der Ausgaben.
Die übrigen Erfolgsfaktoren aus den Diskussionsrunden (hohe Taktfolge, kurze Wartezeiten, Verfügbarkeit bis 05.00 Uhr, kurze Fusswege usw.) kann der ÖV nur mit einem attraktiven Angebot bezüglich Erschliessungsgüte und Taktfolge erfüllen. In städtischen Gebieten ist dies am ehesten möglich. Anders sieht es auf dem Land aus, können doch die Freizeitlokale vielfach bereits schon am früheren Abend nur noch mit dem Personenwagen erreicht werden.
Mit der Nutzung des ÖV vermeidet der Clubbesucher erfolgreich sowohl die Unfallgefahr im Auto als auch allfällig von der Polizei durchgeführte Kontrolle (Alkohol, Drogen). Diese beiden Merkmale erwiesen sich bei der Partygängerbefragung als Erfolgskriterien zur Reduktion der Autonutzung. Die ÖV-Werbung sollte vermehrt diese beiden Merkmale aufnehmen, daneben aber auch die andern Erfolgsfaktoren, wie z.B. niedrige Fahrkosten und kurze Fusswegdistanzen aktiv bewerben. Dieser Mix der Erfolgsfaktoren dürfte geeignet sein, mehr Kunden anzuwerben. Daneben gilt es aber auch, am richtigen Ort über die Angebote und Fahrpläne zu informieren, insbesondere auch in den Partylokalen selbst.
Die Sicherheit in den Fahrzeugen und an den Haltestellen ist speziell für Frauen von grosser Bedeutung. Eine gute Ausleuchtung der Haltestellen ist dabei sehr wichtig. Begleitete Abteile in Nachtzügen sowie die gewährleistete Sicherheit an den „Haupt-Haltestellen" des Nachtangebots dürften das Sicherheitsbedürfnis weitgehend abdecken.

Für die Hinfahrt zur Party ist der ÖV geeigneter und höher geschätzt als für die Rückfahrt, können doch bei der Hinfahrt die regulären, bekannten Verbindungen des ÖV genutzt werden. Bei der Rückfahrt ist dies aufgrund der spezifischen Nachtangebote i.d.R. nicht mehr möglich.
Die Nachtangebote werden also attraktiver, wenn sie dem Angebot tagsüber voll oder mindestens in den Grundzügen entsprechen. Bei analogen Angeboten tagsüber wie nachts reduziert sich der Aufwand, der betrieben werden muss, um sich zu informieren und das Ausfindigmachen der spezifischen Nachtlinien. Können die Partygänger auf die bekannten Linien und Haltestellen vertrauen, werden sie das Angebot auch häufiger nutzen. Heute ist denn auch das Warten auf die ersten Verbindungen des bekannten, regulären Angebots unter den Partygängern weit verbreitet (vgl. auch Kapitel 3).

Die heutigen Taktfolgen der Nachtverbindungen von einer Stunde oder mehr beeinträchtigen die verlangte Flexibilität bei der Wahl des Zeitpunkts der Nachhausefahrt. Taktfolgen von mehr als einer Stunde sind den meisten Partygängern zu niedrig und führen zu einer zu langen Wartezeit. Die Attraktivität des ÖV für die Partygänger wäre bei einer Taktfolge von 30 Minuten sehr hoch, als optimal würde eine Taktfolge von 15

Minuten eingeschätzt. Solche Taktfolgen sind jedoch nur in einem Gebiet mit hoher Bevölkerungs- und Clubdichte – in Städten und Agglomerationen - zu realisierten. In ländlichen Gebieten kann diese Anforderung nicht oder nur noch mit einem kleinen Transportgefäss wirtschaftlich erfüllt werden. Bedarfsabhängig betreibbare Angebotsformen wie Rufbus, Publicar oder Sammeltaxis können hier anstelle von Bus oder Zug attraktive Alternativen bilden.

Die Bekanntheit der Fahrpläne und Fahrrouten unter den Partygängern sind noch gering. Vorerst dürfte das Potential des bestehenden Nachtangebots des öffentlichen Verkehrs deshalb noch nicht ausgeschöpft sein. Nach dem Schritt der Einführung eines qualitativ guten Nachtangebots ist darum eine attraktive und zielgruppenspezifische Information zum Angebot die wichtigste Massnahme. Sie muss durch den Betreiber des Angebotes wahrgenommen werden. Heute entsteht vielfach der Eindruck, dass die Information als Hohl-Schuld des Nutzers betrachtet wird. Die Erfahrung zeigt, dass der bezüglich Verkehrsmittel wahlfreie Kunde dies nur in den seltensten Fällen macht. Der Kunde ist nur dann als Nutzer zu gewinnen, wenn er sich als wohl umsorgter Kunde fühlt. Die Bereitschaft der Veranstalter, bei der Verbesserung der Information mitzuhelfen, ist vorhanden.

Erfolgreiches Beispiel: Nachtangebot ZVV
www.zvv.ch/nachtnetz_level2.asp

Wie kam es dazu?
Im Dezember 2002 wurde das damals bestehende Nachtangebot wegen der steigenden Nachfrage umfassend ausgebaut. Mit dem Ausbau wurden nicht nur die Stadt Zürich selber sondern auch die Gemeinden der Agglomeration besser erschlossen.

Spezielle Aushangfahrpläne zum Nachtnetz an den Haltestellen

Wie läuft es ab?
Der ZVV[1] bietet in den Nächten von Freitag auf Samstag und von Samstag auf Sonntag jeweils im ganzen Kanton ein attraktives Nacht-Angebot an. Die beiden Städte Zürich und Winterthur sind zwischen 1 Uhr und 4 Uhr im Stundentakt miteinander verbunden. Von diesen beiden Städten strahlt ein Nachtangebot sternförmig und im Stundentakt in die wichtigsten umliegenden Gemeinden aus.
Die etwas entfernteren Regionen werden im Zweistunden-Takt aus den Stadtzentren bedient. Das gesamte Angebot im Jahr 2005 weist 6 S-Bahnlinien und 34 Buskurse auf. Die wichtigsten Ausgehzentren im Kanton Zürich sind damit gut erschlossen. Jede Nacht-S-Bahn ist begleitet.

[1] Zürcher Verkehrsverbund

Auslastung und Finanzierung
Zu einem gültigen Billet im tagsüber gültigen Zonentarif ist ein Nachtzuschlag von CHF 5.- zu bezahlen. Laut der Präsidentin der vorberatenden Kommission für Energie, Verkehr und Umwelt wies das Angebot 2003 einen hohen Kostendeckungsgrad von 86% auf. [1]
Das Nachtangebot des ZVV[2] wird durchschnittlich von 5'400 Personen pro Nacht genutzt. Die Nachfrage weist seit der Einführung eine deutlich steigende Tendenz aus.

6.3.2 Velo

Als Erfolgsfaktoren weist das Velo eine perfekte zeitliche Verfügbarkeit, minimale Fahrkosten und kurze Fusswege vom Lokal zum Velostandort und später vom Velostandort zur Haustür auf. Trotzdem spielt das Velo bei der Verkehrsmittelwahl der Partygänger eine eher untergeordnete Rolle. Sein Einsatz beschränkt sich meist auf flache Einzugsgebiete und Distanzen von 3-5 km. Zudem ist die Attraktivität des Partybesuchs mit dem Velo in hohem Masse witterungsabhängig. Während des Sommers weisen die alternativ ausgerichteten Lokale die höchsten Frequenzen der Gäste aus, die mit dem Velo an- und abreisen. In den gehobenen Lokalen spielt das Velo als Verkehrsmittel ganzjährig eine sehr kleine Rolle.

Zur Veloförderung unter den Gästen trägt eine nachts beleuchtete und witterungsgeschützte Veloabstellmöglichkeit beim Veranstaltungslokal bei. Vorteilsweise ist diese Abstellmöglichkeit mit einer dort befestigten Velopumpe ausgerüstet. Von sehr hoher Bedeutung für eine erfolgreiche Veloförderung sind die Veloanfahrtswege im Umfeld des Clubs. Dunkle Passagen sollten nachts beleuchtet, bauliche Hindernisse (z.B. Kanten und Rillen) in der Velofahrbahn ausgebessert und unfallträchtige Situationen saniert werden. Mit einem Mängelprotokoll der Veloanfahrtswege im Umkreis von 500m um die Lokale zuhanden der Gemeinde dürften hier wirksame Aktionen ausgelöst werden können.
Rechtlich verboten ist jedoch das Velofahren nach Einnahme von Drogen oder zuviel Alkohol. Somit darf das Velo in solchen Situationen nicht als alternatives Verkehrsmittel zum PW benutzt werden.

Bei den Clubbetreibern wird das Velo als nicht sehr geeignet angesehen, den Anteil der Autofahrenden unter den Gästen zu senken. Die Bereitschaft, an einen Ausbau der Veloinfrastruktur beizusteuern ist deshalb praktisch inexistent. Dem könnten neue Anreize oder Bedingungen in der Bewilligungspraxis der Gemeinden gegenwirken. So könnte z.B. für den Betrieb eines Clubs das Erstellen einer attraktiven Veloabstellmöglichkeit zur Pflicht werden.

Psychologisch wichtig für die Velofahrenden unter den Clubgästen ist die Anerkennung und Honorierung ihrer Verkehrsmittelwahl. Massnahmen wie die Gratis-Garderobe bei Nachweis der Velonutzung, Vergünstigung des Eintrittpreises bei Velohelmabgabe,

---

[1] Tagesanzeiger, 14.09.2004. Bald mehr Busse und Züge in der Nacht, Seite 20.

[2] Berichtjahr 2004

Styling-Raum für das Erstellen der Frisur und des Make-up sind geeignete Anreize zur Erhöhung der Velonutzung.

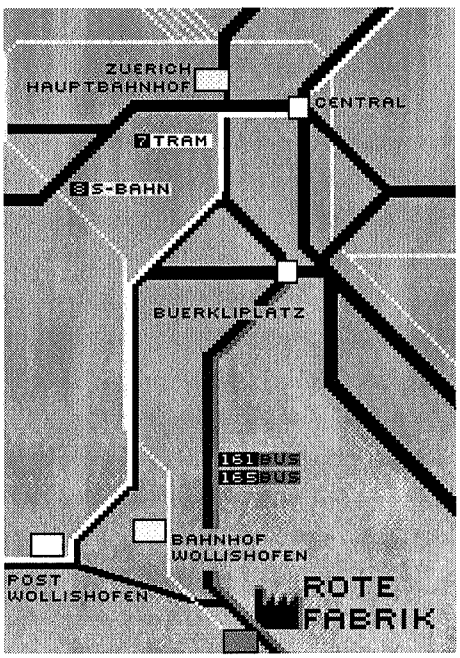
Gleichzeitig sollte auch der öffentliche Verkehrsbetreiber die Velofahrenden als potenzielle Nutzer erschliessen. Die kombinierte Mobilität von Velofahren und ÖV-Nutzung dürfte beiden Verkehrsmitteln einen Zuwachs ermöglichen. Insbesondere Kundschaft aus peripheren Siedlungsgebieten könnte durch attraktive Veloabstellmöglichkeiten an den Nacht-Haltestellen über die Kombination von Bike&Ride verbessert an den öffentlichen Verkehr angebunden werden. Auch sollte z.B. das Velo bei schlechter Witterung mit dem Nachtbus/-bahn nach Hause transportiert werden können.
Bei den Clubs in der Stadt dürfte eine Veloförderung wegen der meist kürzeren Anfahrtswege erfolgreicher sein als bei den Clubs auf dem Land.

Erfolgreiches Beispiel: Club Rote Fabrik

www.rotefabrik.ch

Was ist vorhanden?
Der Zürcher Club „Rote Fabrik" stellt seinen Gästen im Eingangsbereich eine grosse Fläche von zum Teil witterungsgeschützten Veloabstellplätzen zur Verfügung. Parkplätze für Autos sind keine vorhanden. Im Internetauftritt ist die Anreise per Velo und mit den öffentlichen Verkehrsmitteln beschrieben. Tagsüber ist im Clubareal eine Velowerkstatt für Reparatur und Veloverkauf geöffnet. Jeweils am Donnerstag kann die vorhandene Werkstatt für die selbständige Veloreparatur genutzt werden.

Anreise (*aus dem Internet*):



TRAM
Linie 7 vom Hauptbahnhof Richtung Wollishofen bis Haltestelle „Post Wollishofen", circa hundert Meter der Seestrasse in Richtung See folgen (unter der Bahnüberführung durchgehen). Letzte Fahrt zurück um 00:12 Uhr, Fahrtdauer bis Hauptbahnhof circa 15 Minuten. www.vbz.ch

BUS
Linie 161 oder Linie 165 ab Bürkliplatz bis Haltestelle „Rote Fabrik". Letzte Fahrt zurück bis Bürkliplatz um 00:35 Uhr.
Nachtbus ab „Rote Fabrik" jeweils freitags und samstags um 01:39 Uhr, 2:39 Uhr und 03.39 Uhr bis Bellevue mit Verbindungen in die Aussenquartiere.
www.vbz.ch

S-BAHN
S1 (Richtung Thalwil) oder S8 (Richtung Pfäffikon SZ) ab Hauptbahnhof bis Station „Zürich-Wollishofen", den Mythenquai entlang circa 200 Meter stadtauswärts laufen. Letzte S-Bahn zum Hauptbahnhof um 00:06 Uhr.
www.zvv.ch

FAHRRAD
Fahrradweg ab Bürkliplatz dem Seeufer entlang. Dauer circa zehn Minuten.

SCHIFF
Ab Bürkliplatz oder Landesmuseum bis Wollishofen, den Seeuferweg stadtauswärts circa drei Minuten entlang laufen. Fahrplanauskunft bei der Zürichsee-Schifffahrtsgesellschaft unter der Tel. Nr.:01 487 13 33 oder **www.zvv.ch**

AUTO / MOTORRAD

Von der Autobahn Basel/Bern oder St. Gallen/Schaffhausen den grünen Autobahn-Schildern in Richtung Chur folgen, auf der Autobahn fahren bis Ausfahrt Wollishofen, stadteinwärts fahren bis Post Wollishofen, rechts abbiegen und unter der Bahnüberführung durchfahren. Gegenüber der Ampel befindet sich die Rote Fabrik.

ACHTUNG: ES GIBT KEINE PARKPLÄTZE AUF DEM AREAL DER ROTEN FABRIK!
AUSNAHME: EIN BEHINDERTENPARKPLATZ beim Seiteneingang der Roten Fabrik

Anmerkungen

Der Club besitzt ein ausgesprochen gutes „Velo-Image". Die aufgrund der beim Club abgestellten Velos identifizierbaren zahlreichen Velonutzenden motivieren ihrerseits zur Nutzung des Velos. Der Clubs ist zudem durch Velowege in alle Richtungen erschlossen. Neben den guten Voraussetzungen ist der „Velo-Erfolg" sicher auch darauf zurück zu führen, dass die Rote Fabrik ein eher alternatives und z.T. autokritisches Publikum anzieht.

6.3.3 Taxi

Das Taxi weist viele Erfolgsfaktoren auf. Es erfüllt die Anforderung der Partybesucher an eine kurze Wartezeit, an eine hohe Taktfolge und eine gute zeitliche Verfügbarkeit. Die Fusswege vom Lokal zu den Standplätzen des Taxis und später zum Wohnort sind i.d.R. sehr kurz. Weiter ist die Sicherheit vor Belästigungen und die Sauberkeit hoch sowie das Taxi leicht erkennbar. Es erfüllt den Wunsch der Partygänger nach einer umsteigefreien Verbindung, einer hohen Flexibilität und einer möglichst kurzen Reisezeit.

Die hohen Fahrkosten mindern die Attraktivität des Taxis jedoch enorm. Die Mehrheit der Partygänger befindet sich im Altersegment von 18-25 Jahren und ist vielfach noch in Ausbildung. Die für den Partybesuch inkl. An- und Abreise verfügbaren Mittel lassen eine Nutzung des Taxis besonders in ländlichen Gebieten kaum zu. In der Stadt dürften die Nutzungspotenziale aufgrund der vielfach kürzeren Reisedistanzen eher vorhanden sein. Allerdings stehen in der Stadt auch vergleichsweise attraktive Alternativen zur Nachhausefahrt zur Verfügung – z.B. beim öffentlichen Verkehr. Die Konkurrenz des öffentlichen Verkehrs zum Taxi ist in der Stadt bei einem attraktiven Nachtangebot aufgrund der viel geringeren Fahrkosten sehr gross. Für die weiblichen Partybesucher verschärft sich die Problematik des hohen Fahrpreises zusätzlich, sind sie doch in der Regel jünger und einkommensschwächer als die männlichen Partygänger. Ihr Bedürfnis nach Sicherheit vor Belästigungen ist aber deutlich höher als dasjenige der männlichen Partygängern und würde im Taxi besser abgedeckt.

Als Hinderungsgrund für die Taxinutzung haben sich die über den Taxameter angezeigten laufend steigenden Fahrkosten erwiesen. Sie erhöhen gewissermassen den Fahrpreis zusätzlich, da die Taxinutzenden den Endpreis nicht absehen können. Als Gegenmassnahme wäre die Abmachung eines festen Fahrpreises ins Auge zu fassen, um die „Angst" der unaufhörlich steigenden Fahrkosten während der Fahrt zu unterbinden (vgl. Abschnitt 4.1). Eine Bemessung des Taxi-Fahrpreises z.B. nach einem Zonenmodell könnte die Attraktivität der Angebotsform Taxi erhöhen. Die Fahrkosten wären dabei bereits vor der Fahrt bzw. spätestens beim Fahrtantritt bekannt. Die Ver-

anstalter würden über eine solche Lösung im Veranstaltungslokal informieren und könnten diese ggf. auch finanziell unterstützen. Die Berechtigung für eine solche vergünstigte Taxifahrt könnte spezifisch für bestimmte Veranstalter eingerichtet werden.

Auch die Angebotsform eines Sammeltaxis kann den genannten Kosten-Nachteil vielfach entschärfen. Mehrere Fahrgäste benutzen dabei dasselbe Taxi, um die auf einer gemeinsamen Fahrstrecke gelegenen Ziele anzufahren. An gering frequentierten Haltestellen oder an Endstationen von Nachangeboten könnten Kooperationsmodelle zwischen dem ÖV und dem Taxi angestrebt werden. Stehen keine öffentlichen Taxiangebote zur Verfügung, kann die – ggf. von den Veranstaltern unterstützte – Bildung von Fahrgemeinschaften unter den Besuchenden eine ähnliche Angebotsqualität bieten.

Wie aus der Veranstalterbefragung ersichtlich wurde, sind die Clubbetreiber einer Kooperation mit den Taxibetreibern gegenüber positiv gestimmt (vgl. Kapitel 5). Sie sind vielfach sogar bereit, einen Kostenbeitrag an eine Lösung zu prüfen, was die Attraktivität der Taxifahrt erhöhen würde.

Erfolgreiches Beispiel: Opération Taxi 1 in den Clubs „MAD" und „Amnésia"
www.hemostaz.ch

Wie kam es dazu?
Die Initiative zum bestehenden Projekt kam von der Organisation „Hemostaz". Diese kümmert sich um eine medizinische Versorgung an Veranstaltungen. „Opération Taxi 2" ist ein Projekt in Zusammenarbeit mit den Lausanner Nachtclubs „Mad" und „Amnesia".

Wie läuft es ab?
Drei Personen von „Hemostaz" sind jeweils vor jedem Lokal mit einem Stand im Einsatz, mindestens eine davon ist ausgebildeter/e Samariterin. Am Stand bekommt man Tee, Kaffee und Wasser sowie Präventionsprospekte, Präservative und vor allem auch mündliche Informationen zu diesen Themen. Das Angebot hat freiwilligen Charakter, niemand sollte sich bedrängt fühlen.

Die Clubbesuchenden kommen aus Neugierde und kommen mit den Standbetreibenden ins Gespräch. Sie werden gefragt, ob sie Autofahren. Falls ja, werden sie gebeten, ein Formular mit einigen Fragen zum Verhalten ("bist du alleine oder mehrere zusammen im Auto?", "hast du getrunken?" etc.) auszufüllen. Alles ist selbstverständlich anonym. Es wird ein Alkoholtest angeboten und bei mehr als 0.5 Promille wird angeraten, den bereitgestellten Taxidienst (2 Taxis pro

Club) zu benutzen. Dieser fährt die „Betrunkenen" im Umkreis von 30 km für 5 CHF nach Hause. Weitere 5 CHF pro Fahrgast bezahlt der Club, die restlichen Kosten werden von Sponsoren übernommen.

Auslastung und Finanzierung
Der Service wird jeden Freitag und Samstag von Mitternacht bis fünf Uhr morgens angeboten. Im Durchschnitt nutzen etwa 11 Personen pro Abend und Lokal das Angebot, wobei es natürlich zu grösseren Schwankungen kommen kann. „Mad" und „Amnesia" gehören zu den grössten Clubs im Raum Lausanne und haben ein Fassungsvermögen von je ca. 1'000 Personen.
Die Kosten des Angebots für ein Wochenende betragen ca. 1'000 CHF (ohne die Taxikosten). Diese werden durch Sponsoring finanziert (Cedric Portier SA und Nationale Suisse Assurance). Das Material am Stand wird von Novartis zur Verfügung gestellt.
Als Werbung werden Flyer verteilt und in den Clubmagazinen werden Inserate geschaltet. Daneben werden in den Clubs Videos gezeigt.

6.3.4 Fusswege

Die wenigsten Partybesucher besuchen eine Veranstaltung zu Fuss, indem sie den gesamten Weg zu Fuss zurücklegen. Die dazu notwendigen Erfolgsfaktoren der kurzen Fusswege und kurzen Reisezeiten sind zuwenig gegeben. Zu Fuss werden hingegen Verbindungen vom Lokal zur Bushaltestelle, zum Taxistandplatz, zum Veloständer oder zum Parkplatz absolviert. Im nahen Umfeld (ca. 1 Kilometer Weglänge) des Clubs kommt der Qualität des Fusswegangebotes deshalb eine hohe Bedeutung zu.
Hauptsächlich bei den Partygängerinnen wird die Sicherheit vor Belästigungen häufig nachts als nicht genügend angesehen. Die Sicherheit vor Belästigungen auf den Fusswegachsen zum und vom Lokal wird durch mehr Sicherheit im öffentlichen und halböffentlichen Raum erreicht. Die Wege sollten möglichst oberirdisch und übersichtlich geführt werden. Die Übersichtlichkeit sollte an kritischen Stellen nicht durch räumliche Elemente wie Mauern, Parkplätze, Hecken etc. behindert werden. Die Sicherheit vor Belästigungen kann durch Wegführungen durch (noch) belebte Gebiete erhöht werden, wo die Orientierung einfach und die Übersicht gross ist.

6.4 Auto-Services/"Notfalldienste"

Als „Auto-Services/Notfalldienste" werden hier Angebote für Partygänger bezeichnet, die mit dem PW angereist sind, die Nachhausefahrt – z.B. aufgrund von Alkoholkonsum - jedoch nicht mit diesem antreten können oder wollen.

6.4.1 „Notfall"-Dauerparkplätze

Eine Möglichkeit, Alkohol- und Drogenfahrten auf der Nachhausefahrt zu vermeiden, kann durch das Anbieten von „Notfall"-Dauerparkplätzen beim Lokal bereitgestellt werden. Partygänger nach Alkohol- oder Drogenkonsum können – angesprochen z.B. durch Personal des Veranstalters oder durch gut sichtbar platzierte Informationen im Garderobenbereich - ihr Fahrzeug gegen Abgabe des Zündschlüssels bis zum Folgetag auf einem solchen Parkplatz abstellen und ohne Auto heimreisen. Das Auto wäre dann am Folgetag abzuholen. Anreize, solche Parkfelder zu Verfügung zu stellen, könnten z.B. in der Betriebsbewilligung der Lokale von den Gemeinden/Polizei festgesetzt werden.

6.4.2 Rote Karte – Bussenvermeidung

Fehlen „Notfall-Dauerparkplätze", kann der Veranstalter einem nicht mehr fahrtüchtigen Gast eine speziell gekennzeichnete Rote Karte abgeben, welche dieser in seinem Fahrzeug platziert und anschliessend ohne Auto nach Hause geht. Die Karte signalisiert dem Kontrollpersonal der Parkplätze, dass hier eine „Alkoholfahrt" vermieden wurde. So kann allenfalls Nachsicht beim Ausstellen einer Busse geübt werden[1]. für eine solche Lösung ist eine Kooperation zwischen den Kontrollorganen und den Veranstaltern nötig.

6.4.3 Sprechende Parkhauskasse

Die Aufgabe, eine riskante Fahrt „abzufangen", könnte auch über zentrale Parkhauskassierstationen in Parkhäusern unterstützt werden. Diese Stationen könnten so programmiert werden, dass sie nach 01 Uhr morgens vor der Ticketausgabe die Fahrtüchtigkeit abfragt. Wenn der Ticketlösende die Fahrtüchtigkeit bestätigt, erhält er das Ausfahrticket, andernfalls könnte er statt des Ausfahrtickets ein ÖV-Nachtbillet lösen und gleichzeitig die Berechtigung erwerben, sein Auto z.B. in den kommenden 18 Stunden zu einem günstigen Tarif stehen zu lassen. Dafür ist eine Kooperation zwischen den Parkhausbetreibern und den Betreibern des öffentlichen Verkehrs nötig. Die Unterstützung der Veranstalter für solche oder ähnliche Massnahmen hält sich gemäss der Veranstalterbefragung allerdings in organisatorischer wie auch finanzieller Hinsicht in Grenzen[2].

---

[1] Während eine solche Lösung auf privaten Parkfeldern relativ einfach möglich scheint, dürften die heute bestehenden gesetzlichen Grundlagen eine entsprechende Lösung auf öffentlichen Parkfeldern nicht erlauben.

[2] Der Forschungsstelle ist ein Parkhausbetreiber bekannt, der an einem Versuch über die Wirksamkeit der Intervention an der Parkhauskasse interessiert wäre.

6.4.4 Duo-Taxi / Nez Rouge

Ein attraktives Angebot, bei dem neben der Nachhausefahrt des Partygängers auch der Heimtransport seines Fahrzeugs inbegriffen ist, kann mittels eines „Duo-Taxi" gestellt werden. Da hier von Seite des Anbieters zwei oder drei Personen einbezogen sind, ergibt sich mit den entstehenden vergleichsweise hohen Kosten ein grosser Hemmfaktor.

Erfolgreiches Beispiel: Nez Rouge
www.nezrouge.ch

Geschichtliches
Im Jahre 1984 wurde in Kanada, Quebec, die erste Aktion „Nez Rouge" durchgeführt. 1990 übernahm ein Kantonsarzt im Jura das Konzept und organisierte, zusammen mit der Jurassischen Liga für Suchtprävention, die erste Aktion Nez Rouge im Jura. Nach und nach wurde die Aktion auf die ganze Schweiz ausgeweitet.

Wie läuft es ab?
Jedes Jahr vergibt die nationale Stiftung Nez Rouge an regionale Gremien kostenlos das Recht, eine Aktion Nez Rouge in einer bestimmten Region zu organisieren. Die regionalen Verantwortlichen verpflichten sich unter anderem, die Dienstleistung Nez Rouge im Monat Dezember über Neujahr gratis anzubieten.
„Nez Rouge" wird alkoholisierten oder fahruntüchtigen Fahrzeuglenkenden (Kunden) angeboten. Diese können die Dienstleistung unter der Nummer 0800 802 208 anfordern und werden anschliessend kostenlos im eigenen Auto nach Hause gebracht. Pro nach Hause gefahrenen Kunden sind drei Freiwillige im Einsatz. Ein Chauffeur transportiert einen Fahrer und einen Begleiter zu dem Einsatzort, wo der Fahrer den Kunden zusammen mit dem Begleiter in seinem Wagen nach Hause fährt. Der Begleiter überwacht auf dem Rücksitz den Transport. Der Chauffeur folgt und bringt danach den Fahrer und den Begleiter zum nächsten Einsatzort.

Auslastung und Finanzierung
Seit der ersten Durchführung 1990 stieg die Anzahl der Transporte kontinuierlich an. 2004 (3.12.2004 – 2.1.2005) wurden in 8'272 Transporten 16'554 Personen nach Hause gefahren. 6'110 Freiwillige waren daran beteiligt.[1]
Nez Rouge wird durch Partner finanziell und mit Sachleistungen unterstützt. Die Stiftung Nez Rouge bietet den regionalen Organisationen diese Leistungen: Nationale Partnerschaft im Bezug auf das Benzin, Bereitstellung der Telefonnummer (0800 802 208) und Versicherung. Die Stiftung liefert den regionalen Organisatoren ein Handbuch für die Organisation sowie Werbematerial und sammelt die Erfahrung der Mitglieder. Sie kümmert sich um die nationale Werbung und organisiert ein Koordinations-Treffen mit allen regionalen Organisationen vor dem Beginn der Aktion sowie eine Evaluation nach Abschluss der Aktion.

---

[1] Transport-Statistik unter www.nezrouge.ch.

Anmerkungen
Die Spendenerträge der Kampagne werden einer oder mehreren Institutionen überwiesen, welche für einen sozialen, profitlosen Zweck arbeiten; im Prinzip auf dem Gebiet der Jugend, der Kultur oder des Sports.

„Nez Rouge" bekundet zurzeit Finanzsorgen. Die Durchführung der Aktion ist zu Zeit nur bis zum Jahreswechsel 04/05 gesichert[1].

6.5 Übrige Angebotselemente

6.5.1 Angebotsverknappung oder –verteuerung motorisierter Individualverkehr

Die Verknappung oder Verteuerung des Angebots im Bereich des motorisierten Individualverkehrs erhöht die relative Attraktivität der Alternativen zum Auto. So kann z.B. eine Verteuerung des Parkplatzangebots einen Beitrag zur Senkung des Anteils der Autofahrenden unter den Partygängern leisten. Sie wird aber nur dann wirksam, wenn sie konsequent durchgesetzt wird. Fehlt die konsequente Durchsetzung, ist mit massivem Falschparkieren zu rechnen. Zudem ist die Existenz eines attraktiven ÖV als alternative Erschliessung unabdingbar.
Eine Unterstützung dieser Stossrichtung bei der Angebotsgestaltung durch die Veranstalter ist nicht zu erwarten, vielmehr ist mit massivem Widerstand zu rechnen. Eine Beeinflussung der Anzahl der privaten Parkplätze und deren Bewirtschaftung dürfte daher am ehesten über die Bau- bzw. Betriebsbewilligung des Veranstaltungslokals möglich sein.
Für die meisten Partygänger ist eine Parkplatzverknappung um das Lokal nicht entscheidend für den Besuch einer Veranstaltung, falls die Veranstaltung genügend Anziehungskraft ausübt. Die Qualität der Veranstaltung ist viel wichtiger als die verkehrlichen Rahmenbedingungen.

6.5.2 Werbung und Information über Nacht-Angebot

Ohne Werbung und Information bleiben die besten Angebote unbekannt und wenig genutzt. Wie sich aus der Befragung der Partygänger zeigt, besteht hier für das nächtliche ÖV-Angebot vielfach noch ein grosses Potential.
Die Veranstalter sind vielfach bereit, die Informationen zum nächtlichen ÖV-Angebot oder zu weiteren Massnahmen wie z.B. zu Sammeltaxis etc. in ihrem Lokal zu verbes-

---

[1] Tages-Anzeiger (2004, 6. September). Nez Rouge fährt trotz Geldsorgen wieder Angeheiterte nach Hause. Tagesanzeiger online.

sern. Am erfolgreichsten und einfachsten dürfte die Platzierung eines Informationsaushangs zu den nächtlichen ÖV-Angeboten in den Veranstaltungslokalen sein. Leuchtdisplays mit den aktuellen Abfahrtszeiten sowie Hinweise auf SMS-Fahrplan-Abfragemöglichkeiten können die Information noch verbessern. Auch andere Angebote zur Nachhausefahrt ohne eigenes Auto (Taxi, Sammeltaxi) sollten beworben werden. Als Orte der Bereitstellung von Information und Werbung eignen sich neben den Veranstaltungslokalen (Clubs, Kinos, Restaurants) aufgrund des jungen Publikums auch Schulen, Universitäten und andere Ausbildungsstätten.
Informationsmaterial und allenfalls auch geeignete „Probierangebote" sollte den Veranstaltern durch die ÖV-Anbieter in attraktiver Form und unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden.

6.5.3 Club-Kodex

Eine wirksame Massnahme zur Senkung des Anteils der PW-Fahrenden unter den Partygängern sowie zur Verhinderung von Alkohol- und Drogenfahrten wäre die Schaffung eines Club-Kodex. Die Clubs würden einen Kodex unterzeichnen, in dem sie sich insbesondere den beiden Zielen, der Senkung des Anteils der PW-Fahrenden sowie der Verhinderung von Alkohol- und von Drogenfahrten unter ihren Partygängern, verpflichten. Die Unterzeichnung des Kodex könnte mit einer Auszeichnung verbunden werden, z.B. als Qualitätslabel.[1]
Der Zusammenschluss der Veranstalter, die einen Verhaltens-Kodex unterzeichen, wäre bei konsequenter Umsetzung eine sehr erfolgsversprechende Massnahme, da sie von der Szene selbst ausgeht.

6.5.4 Verhinderung von Alkohol- und Drogenfahrten

Die Verhinderung von Alkohol- und Drogenfahrten mit technischen Massnahmen (Engineering) wäre eine der wirksamsten Verbesserungsmöglichkeiten der Verkehrssicherheit. Denkbar wäre z.B. eine Wegfahrsperre bei nicht geschlossenen Gurten, bei alkoholisiertem Fahrer, bei ungenügender Reaktionszeit usw.
In den nächsten Jahren dürfte aber in diesem Bereich gemäss Einschätzung von Experten ein Schweizer Alleingang kaum möglich sein. Gesetzliche Vorschriften bezüglich der Ausrüstung der PW werden nur in Absprache und Zusammenarbeit mit der EU realisiert und nicht als Schweizer Alleingang[2].

---

[1] Z.B. analog zum Verein Safer Clubbing, unter dem sich mehrere Zürcher Nachtlokale zusammengeschlossen haben. www.saferclubbing.ch.

[2] gemäss Auskunft von Herrn Buser (Astra) an der Begleitgruppensitzung vom 17.11. 04.

Als Alternative bietet sich die Durchführung von Polizeikontrollen (Enforcement) an. Diese ist ebenfalls sehr wirksam, um Alkohol- und Drogenfahrten zu verhindern, gleichzeitig jedoch sehr personalintensiv. Die Mehrheit der Clubs ist einer engen Zusammenarbeit mit der Polizei eher abgeneigt, nicht zuletzt wegen der Befürchtung eines Imageverlusts. Es scheint aber möglich, die Veranstalter in einem betriebsübergreifenden Kodex zu verpflichten, ihre Verantwortung vermehrt wahrzunehmen. Drastische Wirkung würde entstehen, wenn statt der Verursacher eines Unfalls (in diesem Fall die Alkohol- oder Drogenkonsumierenden) die Gastgeber, bei denen der Alkohol- oder Drogenkonsum stattgefunden hat, in die juristische (Mit-)Verantwortung genommen würden.

6.5.5 Informationen und Kampagnen über Unfall-Gefahr

Informationen und Kampagnen über die Unfallgefahr werden bereits heute durch verschiedenste Akteure[1] realisiert. Über geeignete Kooperationsformen kann entsprechendes Informations- und Kampagnenmaterial den Veranstaltern in attraktiver Form und unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden.
Synergien dürften sich auch aus einer Zusammenarbeit mit Anbietern von Nacht-Angeboten als Alternativen zum Auto (vgl. 6.5.2) ergeben.

[1] z.B. durch die Beratungsstelle für Unfallverhütung bfu.

7 Schlussfolgerungen

7.1 Allgemeine Aussagen

Das Ziel dieser Forschungsarbeit umfasst das Ermitteln von Angeboten, die den Anteil des motorisierten Individualverkehrs am nächtlichen Freizeitverkehr reduzieren und/ oder einen Beitrag zur Erhöhung der Verkehrssicherheit in diesem Verkehrsbereich leisten können.

Grösstes Potential liegt beim öffentlichen Verkehr im urbanen Raum
Das grösste Potential zur Senkung des Anteils des motorisierten Individualverkehrs am nächtlichen Freizeitverkehr kann durch die Bereitstellung eines attraktiven Nachtangebotes im öffentlichen Verkehr im urbanen Raum realisiert werden. Das Nachtangebot soll dabei eine hohe Taktfrequenz sowie einen hohen Anteil an umsteigefreien Verbindungen aufweisen sowie aktiv beworben werden. Die Werbung soll dabei primär an der „Quelle" des nächtlichen Freizeitverkehrs, bei den Nachtlokalen (Nachtclubs, Discos oder Bars) ansetzen. Als Mindeststandard sollten die Fahrplan- und Nachtnetz-Informationen in den Veranstaltungslokalen attraktiv zugänglich sein. Eine gezielte und kostenfreie Bereitstellung der entsprechenden Informationselemente durch die Anbieter des öffentlichen Verkehrs fördert eine effiziente Umsetzung.

Sammeltaxis mit Entwicklungspotenzial
Sammeltaxi-Angebote können für den Nutzenden vergleichsweise kostengünstig erbracht werden. Es bestehen aber bisher kaum etablierte Angebotsformen. Für solche Angebote – idealerweise als Kooperationen zwischen Taxiunternehmen und Veranstaltern gestaltet – besteht daher ein erhebliches Entwicklungspotenzial.

Kooperationen aufbauen
Kooperationen zwischen Mobilitätsanbietern und Veranstaltern bei den gemeinsamen Anstrengungen zur Zielerreichung vermögen Synergien zu schaffen. Der öffentlichen Hand – speziell den Gemeinden und beim öffentlichen Verkehr auch den Kantonen - kommt als Initiator oder Förderer solcher Kooperationen ebenfalls eine zentrale Rolle zu. Kooperationen ermöglichen dank ihrer breiten Abstützung auch ein effizientes und schnelles Reagieren auf die Schnelllebigkeit der Partyszene.

Ausbau von nächtlichen Personenwagenkontrollen
Ein grosses Nutzenpotential im Bereich der Erhöhung der Verkehrssicherheit beim motorisierten Individualverkehr lässt sich mit ausgebauten nächtlichen Kontrollen des Personenwagenverkehrs auf Alkohol- und Drogenkonsum realisieren. Massiv erhöht werden soll insbesondere die Wahrscheinlichkeit, dass ein PW-Lenker in den kritischen Nachtzeiten in eine entsprechende Kontrolle gerät.

7.2 Handlungsempfehlungen für Akteure

Für die einzelnen Akteure können die nachstehenden Handlungsempfehlungen formuliert werden. Die Potenziale der einzelnen Massnahmebereiche müssen im konkreten Anwendungsfall abgeschätzt werden (vgl. dazu auch Abschnitt 6.1).

ÖV-Betriebe

- Bereitstellen eines Plakats/Stellwand/Display zum nächtlichen ÖV-Angebot (Fahrplan, Fahrrouten). Lieferung der Plakate/Stellwände/Display an die Veranstalter.
- Betrieb eines nächtlichen Angebots, welches einfach verständlich ist. Bedienung der gleichen Linien wie im „Tages-Angebot".
- Bereitstellen von Fahrplänen in Schulen, Universitäten, Lehrstätten, Kinos, Restaurants, usw.
- Bereitstellen von innovativen Informationsmöglichkeiten zum Nachtangebot (Z.B. Erweitern der SMS-Fahrplanabfrage mit Clubeingabe als Start-/Zielort).
- Möglichkeiten schaffen, ein „Schnupper-Abo" zu beziehen und so die Nachtlinien kennen zu lernen.
- Wegweisung zwischen Clubs und den Haltestellen im näheren Umfeld.
- Schaffen von Veloabstellplätzen bei Bus-Haltestellen (Heimfahrt Partygänger)
- Attraktive Werbung zum nächtlichen ÖV-Angebot konzipieren.

Veranstalter

- Die Erreichbarkeit mit dem ÖV, dem Fahrrad und zu Fuss im Internetauftritt beschreiben.
- Anreize setzten für den Gebrauch von ÖV, Fahrrad: Z.B. Eintrittreduktion[1] etc.
- Bereitstellen einer Veloabstellmöglichkeit.
- Gute Platzierung des Plakats/Stellwand/Display des ÖV-Betriebs. Hinweis auf SMS-Fahrplan-Abfragemöglichkeit prominent platzieren.
- Abgabe der Abfahrtszeiten der nächstgelegenen Nachthaltestelle, z.B. bei der Garderobe.
- Gründung eines Veranstalter-Kodex mit Charta zur Förderung der alkohol-/drogenfreien Autofahrt.
- Wegweisung zu den nächst gelegenen Haltestellen des ÖV.

Bund/Kanton

- Förderung von Projekten, die an die „Basis" anknüpfen; die noch in der Entwicklungsphase sind. (Nez Rouge, Operation Taxi, etc.).
- Förderung/Unterstützung der Kommunikation und Information zu den Nachtangeboten.
- Förderung der Information über Unfallgefahren infolge Alkohol- und Drogenkonsum.

---

[1] z.B. angelehnt an SBB/Railaway-Angebote für vergünstigte Tageskarten in Skigebieten.

Taxiunternehmen

- Spezielle Angebote für bestimmte Clubs/Veranstaltungen erstellen (analog Bsp. Opération Taxi in Lausanne).
- Sammeltaxi-Angebote aufbauen.

Polizei

- Verstärkung der Kontrollen der Alkohol-/Drogenfahrten im Umkreis der Lokale. Anpassung der Kontrollzeiten an die Gegebenheiten des nächtlichen Freizeitverkehrs.
- Prüfung von Möglichkeiten/Angeboten im Parkierungswesen, die zur Vermeidung einer „Alkoholfahrt" beitragen können (z.B. „Rote Karte – Bussenvermeidung").

Gemeinde/lokale Behörden

- Bei der Bewilligungspraxis der Clubs die Mobilitätsaspekte verstärkt berücksichtigen. Anforderungen z.B.: max. 300m zur nächsten Haltestelle des ÖV-Nachtangebots, attraktive und genügend Veloabstellanlagen, sichere Fusswege etc.
- Unkonventionelle Mobilitätslösungen fördern/belohnen.
- Die Sicherheit der Fusswege im öffentlichen und halböffentlichen Raum erhöhen und fördern.
- Beiträge zur Verbesserung der Information zu ÖV-Angeboten in den Clubs, wie Plakat/ Stellwand/Display.
- Förderung von unkonventionellen Angeboten (Nez Rouge, „Sprechende Parkhauskasse", etc.).
- Aktive Initiierung und Förderung von Kooperationen zwischen ÖV-Betreibern/-Taxiunternehmen/Veranstaltern.

7.3 Weiterer Forschungsbedarf

Mit der vorliegenden Forschungsarbeit stehen Grundlagen zur Verfügung, die für die verschiedenen Akteure klare Handlungsfelder aufzeigen. Eine vertiefende Forschungsarbeit im Bereich der Grundlagen wird daher nicht als notwendig erachtet.
Für den Gewinn neuer, zusätzlicher Erkenntnisse ist hingegen eine sorgfältige Dokumentation und ggf. Erfolgskontrollen von realisierten Massnahmen und Pilotversuchen in ihrem jeweiligen regionalen Umfeld von grosser Bedeutung. Auf Basis solcher Erkenntnisse und mit einer ergänzenden intensiven Kommunikation der gewonnenen Erfahrungen können zusätzliche Handlungsanreize geschaffen werden, im Themenfeld des nächtlichen Freizeitverkehrs erfolgreich tätig zu werden.

Anhang

Quellenverzeichnis (A1
Gesprächsleitfaden Gruppendiskussionen Partygänger inkl. Beilagen (A2
Zusammenstellung einbezogener Veranstalter (A3
Veranstalter-Fragebogen (A4
Detaillierte Antworten der Veranstalter (A5

A1) Quellenverzeichnis

Berichte

Bamert, T., Rüdt, Ch. (2003). Befragung: Club und Partybesucher in der Schweiz. Zürich. Universität Zürich, Lehrstuhl Marketing.

„Feststellung der Häufigkeit des Ausgangs, der Gewohnheiten und der Ausgaben im Ausgang der Club- und Partygänger. Ausweisung der Verkehrsmittelwahl, der Beschaffung der Informationen und des Gruppenverhaltens der Club- und Partygänger."

MGU Uni Basel (2003). Freizeitmobilität junger Erwachsener im Raum Basel. Studentischer Arbeitsbericht MGU 2/2003. Basel. Programm MGU Universität Basel.

„Erfassung der Freizeitmobilität von jungen Erwachsenen mit Festhalten der Bedürfnisse und des Mobilitätsverhaltens dieser. Qualitative Interviews zur individuellen Bedeutung der Freizeitmobilität und Expertengespräche zum Nachtangebot des ÖV in der Region Basel."

Planungsbüro Jud (2002). Nächtlicher Freizeitverkehr in der Stadt Zürich. Zürich. Tiefbauamt der Stadt Zürich, Verkehrsplanung.

„Analyse des Nachtangebots und des Nachtverkehrs mit Ausweisung der zeitlichen und räumlichen Schwerpunkte sowie des Umfangs des Verkehrsaufkommens im Modalsplit. Erstellung einer Besuchercharakteristik und Abschätzung der Entwicklung der Freizeitaktivitäten, der Besucherzahlen der Nachtangebote und der Angebote des öffentlichen Verkehrs."

Universität Essen (2002). Forschungsprojekt: Nächtliche Freizeitmobilität von jungen Erwachsenen in Ballungsgebieten - Möglichkeiten zur Erhöhung der ÖPVN-Nutzung auf Disco-Wegen. Essen. Ministerium für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfahlen.

„Analyse des Mobilitätsverhalten junger Discobesucher sowie Analyse des Alkohol- und Drogenkonsums in der Disco. Ausweisung der Anforderungsanalyse an ÖPNV-Angebote sowie Ausweisung der Wirkungsanalysen zum verbesserten ÖPNV-Angeboten im Bereich der S-Bahnen und der Nachtbusse."

Zeitschriftenartikel/Informationsbroschüren

Schweizerische Beratungsstelle für Unfallverhütung (2004). Unfallgeschehen in der Schweiz. Statistik 2004. Bern.

P-Marktforschung SBB (2001). Markttest Nightbird. Schweiz. SBB.

Santi, R. (2001). Taxi 444 44 44. Zürich. Kundeninformationen von Taxi 444 AG, Ausgabe März.

Wyss, T. (2003). Zürichs Gesichter der Nacht. Zürichs Nachtleben gilt weit über die Landesgrenzen hinaus als eines der besten. Doch nicht nur Technopartys sind am der Limmat angesagt. Auch punkto Live-Musik tut sich so einiges. Via Nr.4, S. 36-37.

Zeitungsartikel

Baumann, R. (2001, 22. November). S-Bahn fährt bis morgens 4 Uhr. Für einen "Fünfliber" bringen S-Bahn und Busse künftig Nachtschwärmer am Wochenende nach Hause. Tages-Anzeiger, S. 23.

fhe/dzs (2003, 30. Mai). Im VZO-Nachtbus mit Chill-Drive ins Oberland. Ab dem 7. Juni werden die Nachtschwärmer in den BZO-Bussen mit Chillout-Musik berieselt. Ausgestrahlt wird der Sound vom Lokalsender Radio Zürisee. 20 minuten, S. 3.

Freund, M. (2003, 6. November). Getrunken? Heimfahrt mit dem Tandem-Taxi. Die Zürcher Gastro-Betriebe rüsten sich für die kommende 0,5 Promille-Grenze und lancieren das Tandem-Taxi. 20 minuten.

Haas, E. (2002, 12.März). Nachtschwärmer kommen zum Zug. Im Dezember optimiert der Zürcher Verkehrsverbund S-Bahn- und Busangebot. Ausgebaut wird vor allem der Nachtservice. Tages-Anzeiger, S. 17.

Huber, M. (2003, 7. März). Mit Sperrzonen gegen den Lärm von Nachtcafés. Der Kanton macht bei der Beizenliberalisierung einen Schritt retour: Zum Schutz von Wohngebieten soll es künftig Zonen ohne Nachtcafés geben. Die Stadt Zürich freuts, Beizer ärgerts. Tages-Anzeiger, S. 13.

Ibscher, L. (2002, 19. August). Im Bermudadreieck der Partyszene. Aus der Provinz strömen die Nachtschwärmer nach Winterthur – beim Bahnhof verschwinden sie in den Klubs, die mit Feng-Shui-Ambiente und Animationstanz locken. Tages-Anzeiger, S. 12.

Kaminski, R. (2003, 11. Februar). Koksen, tanzen und ein bisschen Sex. Der Film <<Party Boys>> zeigt das exzessive Partyleben der Schwulen in den USA. Auch in Zürichs Schwulenklubs geht jedes Wochenende die Post ab. Tages-Anzeiger, S. 13.

Kälin, A. (2002, 2. Oktober). Mit dem Auto in die Partystadt. 100 000 Personen fahren samstags zur Party nach Zürich. 73 Prozent benützen dafür das Auto. Tagesanzeiger, S. 18.

Odermatt, M. (2003, 9. August). Viele Klubs tanzen am Abgrund. Die Street Parade sorgt heute für volle Züricher Klubs. Doch der Schein trügt: Viele Szenenlokale leiden unter Besucherschwund und kämpfen ums Überleben. Tages-Anzeiger, S. 25.

Schmied, J. (2001, 28. Juni). Nacht-S-Bahn. Ab Dezember 2002 will der Verkehrsverbund an den Wochenenden nachts auch S-Bahn-Züge einsetzen. Tages-Anzeiger, S. 22.

Tages-Anzeiger (2004, 6. September). Nez Rouge fährt trozt Geldsorgen wieder Angeheiterte nach Hause. Tagesanzeiger online.

20 minuten (2003, 7. März). Regierung fordert <<Nachtcafé>>-Zonen. Für den Regierungsrat ist das Gastgewerbegesetz zu liberal. Er will die Bewilligungspraxis für so genannte Nachtcafés verschärfen. 20 minuten, S. 5.

20 minuten (2002, 6. November). Resultat lässt aufhorchen. Neun von 76 jungen Lenkern setzen sich trotz Alkohol und Drogen hinters Steuer. Das zeigt eine Umfrage unter Zürcher Club-Besuchern. 20 minuten, S. 5.

Links im Internet:

zu Nachtangeboten

Schweiz:

http://www.nachtbus.org/
Zusammenstellung der Nachtbusangebote in der Schweiz.

www.nezrouge.ch
Angebot einer kostenlosen Nachhausefahrt im eigenen Auto jeweils im Dezember.

Basel: http://www.blt.ch/nachtbus_liniennetz.asp
Vier Buslinien (Nachtsafe) Freitag- und Samstagnacht vom Barfüsserplatz in die Peripherie.

Bern: http://www.moonliner.ch/index.html
Nachtangebot Donnerstag-, Freitag- und Samstagnacht.

Genf: http://www.noctambus.ch/
Zwölf Nachtbuslinien in Genf und Agglomeration.

Zürich: http://www.zvv.ch/nachtnetz_level2.asp
Weitreichendes und dichtes Angebot von Zug- und Buslinien in Zürich und Umgebung, Nachtzuschlag von 5.- zum herkömmlichen Billet.

ausserhalb der Schweiz:

Darmstadt: http://www.dadina.de
Seit dem 1. Mai 2003 ausgebautes Angebot. Das Angebot wurde in eine Broschüre zusammengefasst und an alle Haushalte verteilt.

Denver: http://www.rtd-denver.com/SpecialRides/
Verschiedene Angebote für verschiedene Gesellschaftsschichten um Sicherheit zu "garantieren". Bsp. Nightstopservice bietet zusätzliche Sicherheit für Bus-Passagiere, die zwischen 19.00-5.00 Uhr fahren. Nightstopservice erlaubt Pas sagieren an jeder gewünschten Stelle entlang der regulären Route auszu steigen, auch wenn der Halteplatz keine gekennzeichnete Haltestelle ist.

Dublin: www.dublinbus.ie
Spezialfahrten je nach Grossevent (Bsp. Eminem Konzert), sehr flexibles System. Sonderfahrten werden auch via Hellraumprojektor kommuniziert.

Hamburg: http://www.nightcruiser-hamburg.de.
Aussteigen zwischen den Haltestellen ausserhalb der Stadt auf vielen Bussen möglich. Nachtangebot Freitag- und Samstagnacht im Viertel-Stunden-Takt.

Karlsruhe: http://www.karlsruhe.de/KVV/
Fahrplanmässig ganze Woche Verbindungen von 4:00 Uhr morgens bis 2:30 Uhr nachts.

Köln: http://www.vcd-nrw.de
Ehrenamtliches Angebot eines Kneipenbusses, welcher die ländlichen Gebiete bedient. Bestellung analog eines Taxis.

London: http://www.evanevans.co.uk
Party-Bus zum Preis von 30£: Stadtrundfahrt mit dem dekoriertem Party-Bus (London Bus) mit Sound und VIP Eintritt zu den beliebtesten Clubs der Stadt.

Madrid: http://www.upm.es/servicios/extension/htdocs/vivemadridfr71.html
"Buhos": Nachtservice, Nachtlinien des EMT (ÖV). Zwischen 24.00 Uhr und 3.00 Uhr beträgt der Fahrtakt 30 Minuten, von 3.00 bis 6.00 Uhr beträgt der Fahrtakt 60 Minuten. Selber Preis wie tagsüber, also kein Zuschlag.

Nordstad: http://www.nordstad.org/lnb/index.html
Nachtbus (Late Night Bus) organisiert von der „Denkfabrik Region Nordstad", unterstützt durch Jugendministerium.

zu Organisationen mit Thema Nachtverkehr

Institut pour la ville en mouvement: http://www.ville-en-mouvement.com/

Le mobilité la ville en nuit: http://www.u-night.org

zum Thema Sicherheit (Alkohol/Drogen) am Steuer

American Automobile Association-Foundation for Traffic Safety: www.aaafoundation.org
Studien und Berichte zum Thema Sicherheit am Steuer.

Drink-drive-lose: http://www.drink-drive-lose.com
Internet-Kampagne gegen Alkohol am Steuer.

Flensburg-online. http://www.flensburg-online.de/diverses/drogen-am-steuer.html
Bericht zu Drogen am Steuer.

Polizei Baden-Würtemberg: http://www.polizei-bw.de/verkehr/drogen/index_drogen.htm
Verkehrssicherheit unter Drogen, Alkohol oder Medikamenten.

Schweizerische Beratungsstelle für Unfallverhütung: http://www.bfu.ch/faq/strasse.htm
Antworten zur Frage: Warum verunfallen junge Lenker so häufig?

Teendriving: http://www.teendriving.com/fatigue.htm
Zeichen für Müdigkeit am Steuer.

Victimes of Irresponsible drowsy drivers: http://www.voidd.com/#OPINIONS FROM THE EXPERTS
Expertenmeinungen zum Thema Sicherheit am Steuer.

A2) Gesprächsleitfaden Gruppendiskussionen Partygänger

Zeitplan

18.30 Uhr Eintreffen Gesprächsleitung am Gesprächsort
Technische Vorbereitungen (Tonbandaufnahme; evtl. Video)
Vorbereitung Getränke/Verpflegung

18.50 Uhr Besammlung Gesprächsgruppenteilnehmer (Mix gemäss Beilage 2)

19.00 Uhr **Begrüssung und kurze Einleitung (Block 1)**
Vorstellen Gesprächsleitung und beteiligte Personen
Erläuterung zur Technik/Datenschutz/Ablauf Abend

Sprechregeln
- es ist alles richtig, es geht um Ihre Meinungen
- spontan, locker

19.10 Uhr Kurze Einführung (Erkenntnisse bestehende Literatur)

19.20 Uhr **Vorstellungsrunde (Block 2)**
Jede/r Teilnehmer/in stellt sich kurz vor
- Name, Vorname, Alter
- Wohnort (Stadt, Agglo, Land)
- Häufigkeit des nächtlichen Ausgangs im Untersuchungsgebiet
- bevorzugte Szene (alternativ / gehoben)
- Art des Besuchs (eher in Gruppe / eher allein)
- Zugang zu Auto (Eigentum, Verfügbarkeit) und öV (Billet)

19.35 Uhr **An- und Abreise zur Party – Diskussion von Angebotsformen und der (persönlichen) Erfahrungen damit (Block 3)**
freie Diskussion der Angebotsformen gemäss Beilage 3:
- Kenntnisse der Angebotsformen
- eigene Erfahrungen? welche? (u.a. Planbarkeit Zeitpunkt der Heimreise)
- Wie stark hängt die An-/Abreise von Routine ab?
- Risiken der Angebotsformen (z.B. Unfallgefahr)
- denkbare Gegenmassnahmen, Verbesserungsmöglichkeiten („was würde man eigentlich erwarten")

20.05 Uhr **Welche Partybesuchenden kriegen wir auf den öffentlichen Verkehr, in eine Fahrgemeinschaft, weg vom eigenen Auto? (Block 4)**
Welche Zielgruppe aus der Gesamtheit der Partybesuchenden ist am besten empfänglich, in der Lage, überzeugbar, um „umzusatteln"?
(was müsste geschehen, damit ich „umsattle" hin zum Alternativangebot? Im Block 5 thematisiert)
Unter welchen Bedingungen benütze ich nicht das Auto für die Heimfahrt? (U.a. Alkoholtestgerät am Ausgangsort, vermehrte Kontrollen durch Polizei, Parkmöglichkeit bis am nächsten Tag)

20.25 Uhr kurze **Pause**; Sandwich und Getränke
(Zeitpunkt flexibel handhabbar – je nach Verlauf Gespräch)

20.40 Uhr **Wie sieht ein erfolgsversprechendes Angebot aus? Bewertung von Erfolgsfaktoren (Block 5)**
Beurteilen der Wichtigkeit von vorgegebenen Merkmalen (10 Klebepunkte auf eine Tabelle (gemäss Beilage 1) verteilen.

evtl. Nachbearbeitung der als am wichtigsten beurteilten Punkte

20.50 Uhr **Wie müsste ein erfolgsversprechendes Angebot vermarktet werden, wie ein attraktives Image aufgebaut werden? (Block 6)**
wie bewerben/vermarkten (Botschaften)?
wie bewerben/vermarkten (Medium)?
wo bewerben/vermarkten?

evtl. auch Beurteilung/Kritik bestehender Werbemittel

21.15 **Schlussrunde (Block 7)**
Empfehlungen an die Verkehrs- und Angebotsplaner

21.30 Uhr Schluss der Diskussion
Dank
Abgabe Entschädigung

Ausrüstung

Tonband, evtl. Video
Verpflegung, Getränke, Entschädigung (Quittungen!)

Beilage 1

Erfolgsfaktoren / Merkmale eines erfolgsversprechenden Angebotes (Block 5)

Angebotsmerkmale
Fahrkosten/Billetpreis
Wartezeiten/Häufigkeit des Angebotes/Taktfolge
Pünktlichkeit/Zuverlässigkeit
Geselligkeit (Möglichkeit, in Gruppe beisammen bleiben zu können)
Zeitliche Verfügbarkeit (bis 05.00 Uhr)
Bequemlichkeit
Umsteigehäufigkeit
Gesamtreisezeit/Geschwindigkeit
Fahrt auf Bestellung / Fahrt nach Fahrplan
Umweltfreundlichkeit

Haltestelle
Fusswegdistanz Lokal - Haltestelle
Fusswegdistanz Haltestelle - Wohnort (evtl. P+R, Bike+Ride)
Sauberkeit
Sichtbarkeit
Konsum-Möglichkeit (Essen, Getränke, Alkohol)
Musik/Getränke/Verpflegung an Haltestelle
Sicherheit vor Belästigungen
Beleuchtung
Aufsichtspersonal

„Gefäss"
Überfüllung
Sauberkeit
Sichtbarkeit
Konsum-Möglichkeit (Essen, Getränke, Alkohol)
Musik/Getränke/Verpflegung im Fahrzeug
Image / Ambiance
Sicherheit vor Belästigungen
Privatsphäre

Info
in Partylokal
an Haltestelle/beim Parkplatz
Internet
Szenemagazin
Ausprobiermöglichkeiten

Negativ-Anreize
P-Mangel / Distanz zu P
Stau
Bussen / Polizeikontrollen (Alkohol, P-Bussen)
Unfallgefahr

Beilage 2
angestrebter Gruppenmix der Gesprächsgruppe (ca. 10 Personen)

alle Gesprächsteilnehmenden über 18 Jahre alt (potenzielle Autofahrende)

50% aus der „alternativen" Partyszene, 50% aus der „gehobenen" Partyszene

50% weiblich, 50% männlich

50% mit Schwergewicht öV-Erfahrung, 50% mit Schwergewicht Autoerfahrung

Beilage 3
im Block 3 diskutierte Angebotsformen

Sammeltaxi

lokal/regional verfügbares Nachtangebot des öV

eigenes Auto

A3) Zusammenstellung einbezogener Veranstalter

Ort/Regionen	Nachtangebot öV	Lokal(e) mit gehobener Besucherstruktur	Lokal (e) mit alternativer Besucherstruktur	Kontaktperson	Bemerkung	Beurteilung Kontaktpersonen
Ostschweiz	St.Gallen: Nightbird Sonst nur bei Bedarf (bei grösseren Veranstaltungen); Frauenfeld: Nightbird + drei Verbindung nach/von Winterthur/Konstanz/Zürich, keine Nachtfeinverteilung	Elephant Hintere Poststrasse 2 9000 St. Gallen (St. Gallen)	Eisenwerk/Div. Ostschweiz (Frauenfeld)	Bertie Frei TomTom Thomas Schmid	Veranstalter Eisenwerk + in diversen Lokalen in der gesamten Ostschweiz	Sehr gut Sehr gut
Stadt und Region Zürich	Nachtverkehr durchgehend ausgebaut http://www.zvv.ch/nachtnetz.asp	Adagio Kaufleuten	Rohstofflager/Toni-Molkerei	Philipp Meier Christoph Deutscher Marc Brechtbühl	Zwei Clubs mit unterschiedlichem Publikum	Sehr gut Gut bis sehr gut Sehr gut

Ort/Region	Nachtangebot öV	Lokal(e) mit gehobener Besucher-struktur	Lokal (e) mit alternativer Besucher-struktur	Kontaktperson	Bemerkung	Beurteilung Kontaktperson
Bern/Thun	Mittel; Moonliner (in die Agglo und Region Bern und zurück), Thun wird gestreift. Do. 1 X 0.45 Fr. + Sa 3 X + Shuttelbusse in Bern Von Thun aus alles weniger gut ausgebaut! www.moonliner.ch	Guayas (Bern) Orvis (Thun) 033 222 41 92 Fax.	 Mokka Fax. 033 222 73 91	Marco Bonucci info@guayas.ch 031 318 70 75 MC Jammliker Rosaria Calenzo	Grosse Erfahrung Grosse Erfahrung Will Fax! Sehr kommerziell Will Umfrage per Fax.	Sehr gut Sehr gut gut

Ort/Region	Nachtangebot öV	Lokal(e) mit gehobener Besucher-struktur	Lokal (e) mit alternativer Besucher-struktur	Kontaktperson	Bemerkung	Beurteilung Kontaktperson
Lausanne	www.pyjama.ch relativ gut – aber nicht so gut wie W'thur und ZH günstig!	Mad Rue de Genève 23 1003 Lausanne 021 312 29 19		Igor Blaske igor@mad.ch + farah@mad.ch	+ andere Veranstaltungsorte	Sehr gut Sehr gut
Genf	www.noctambus.ch inkl. dreimal nach Frankreich ganze Region bis Nyon. Gut ausgebaut. + Zug nach Lausanne und zurück günstig! Wird sehr wahrscheinlich ausgebaut!		Usine (Genf) Place des Volontaires 4; 1204 Genève	David Schindler prog@ptrnet.ch + ev. (kab@usine.ch)	+ andere Veranstaltungsorte	Sehr gut Mittel

A4) Veranstalter-Fragebogen

Sehr geehrter Herr XY
Besten Dank, dass Sie sich rund 15 Minuten Zeit nehmen, die Forschungsarbeit zu Angeboten und Erfolgskriterien im nächtlichen Freizeitverkehrs durch Ihre Einschätzungen zu bereichern. Sie können Ihre Antworten und Einschätzungen direkt in das hier vorliegende Dokument eintragen. Antworten sollen i.d.R. in den gelb hinterlegten Bereichen eingetragen werden, Sie können Ihre Hinweise und Texte aber auch ausserhalb derselben anbringen. Scheuen Sie sich nicht, auch grobe Schätzungen (z.B. Bandbreiten „50-75%") anzugeben.
***Datenschutz**: Der Fragebogen dient nur der genannten Studie. Ihre Angaben werden für die Berichterstattung anonymisiert.*

1. Welcher Anteil der Besucherinnen und Besucher Ihres Lokals benutzt gemäss Ihrer Schätzung das Auto als Verkehrsmittel für den Besuch?

Antwort: n% (*bitte „n" hier durch Ihre Schätzung ersetzen*)
evtl. Bemerkungen: ...

Die Unfallstatistiken weisen seit mehreren Jahren aus, dass die jungen Lenker (bis 25 Jahre) Freitag- und vor allem Samstagnachts die höchsten Unfallrisiken aufweisen. Zudem sind bei vielen Unfällen Alkohol oder Drogen im Spiel.

2. Wie schätzen Sie Bedeutung des Themas „Autofahren/Alkohol/-Drogen" bei den Besucherinnen und Besuchern Ihres Lokals ein? Ist die Bedeutung des Themas...

Antwort: n (*bitte „n" durch Ihre Beurteilung auf einer Punkteskala von 1-5 ersetzen: 1 = sehr hoch, 2 = hoch, 3 = mittel, 4 = gering, 5 = sehr gering*)
evtl. Bemerkungen: ...

3. Wie gut kennen Sie das Nachtangebot des lokalen öffentlichen Verkehrs (Nachtbusse, Nachtzüge)?

Antwort: n (*bitte „n" durch Ihre Beurteilung auf einer Punkteskala von 1-5 ersetzen: 1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = mittel, 4 = kaum, 5 = gar nicht)*
evtl. Bemerkungen: ...

4. Welcher Anteil der Besucherinnen und Besucher Ihres Lokals benutzt gemäss Ihrer Schätzung das Nachtangebot des lokalen öffentlichen Verkehrs als Verkehrsmittel für den Besuch?

Antwort: n% (*bitte „n" hier durch Ihre Schätzung ersetzen*)
evtl. Bemerkungen: ...

5. Würden Sie es begrüssen, wenn mehr Besucherinnen und Besucher Ihres Lokals das Nachtangebot des lokalen öffentlichen Verkehrs nutzen würden?

Antwort: n (*bitte „n" durch Ihre Beurteilung auf einer Punkteskala von 1-5 ersetzen: 1 = ja, 2 = eher ja, 3 = eher nein, 4 = nein, 5 = ist mir egal)*
evtl. Bemerkungen: ...

Das Fazit von drei Gesprächsrunden in Zürich, St.Gallen und Genf mit Partygängern ergab, dass in den Lokalen die Informationen zum Nachtangebot des öffentlichen Verkehrs (z.B. Nachtbusfahrpläne, Netzplan, Wegweisung zur nächsten Haltestelle) fehlen oder sehr bescheiden sind.

6. Sind in Ihrem Lokal entsprechende Informationen zum Nachtangebot des lokalen öffentlichen Verkehrs vorhanden?

Antwort: n (*bitte „n" durch Ihre Beurteilung auf einer Punkteskala von 1-3 ersetzen: 1 = ja detailliert, 2 = ja rudimentär, 3 = nein)*
evtl. Bemerkungen: ...

7. Die nachstehend aufgeführten Massnahmen scheinen geeignet, den Anteil der Autofahrenden bei den Lokalbesuchenden und damit auch die Unfallrisiken zu senken. Wie schätzen Sie die Wirkung dieser Massnahmen auf die Verkehrsmittelwahl ihrer Besuchenden ein?

Antwort: n (*bitte „n" durch Ihre Beurteilung auf einer Punkteskala von 1-3 ersetzen: 1 = keine Wirkung, 2 = geringe Wirkung, 3 = grosse Wirkung)*

Massnahme	***Einschätzung der Wirksamkeit***
Verknappung des öffentlichen Parkplatzangebots um das Lokal	Beurteilung: n
Angebot eines Shuttlebus vom Lokal zur nächsten Haltestelle des lokalen Nachtangebots des öffentlichen Verkehrs	Beurteilung: n
Einrichtung eines Informations- und Auskunftsorts im Lokal zum Nachtangebots des öffentlichen Verkehrs sowie zur Bildung von Fahrgemeinschaften und von Sammeltaxifahrten	Beurteilung: n
Verstärkung der Polizeikontrollen (Alkohol, Drogen, Falschparkierer) im Umfeld des Lokals	Beurteilung: n
Display mit den aktuellen Abfahrtszeiten des Nachtangebots im Lokal	Beurteilung: n
Bereitstellen eines Sammeltaxis vor dem Lokal	Beurteilung: n
Einrichten einer Haltestelle des Nachtangebots vor dem Lokal	Beurteilung: n
Ausbau der Veloabstellplätze beim Lokal	Beurteilung: n
Einrichtung eines „Auto-Aufbewahrungsortes" für alkoholisierte Gäste (um Zwang zum Heimfahren zu vermeiden)	Beurteilung: n

evtl. Bemerkungen: ...

8. Unter welchen Bedingungen können Sie sich vorstellen, die genannten Massnahmen in Ihrem Lokal umzusetzen (mehrere Antworten möglich):

Antwort: n (*bitte „n" durch die für Ihre Antwort(en) stehende(n) Ziffer(n) ersetzen:*

1 = realisiere ich sofort selbst
2 = realisiere ich selbst, wenn mir Beratung und organisatorische Hilfe geboten wird
3 = ich würde das Erbringen eines Kostenbeitrags prüfen
4 = ich würde eine vollständig durch Dritte finanzierte Lösung begrüssen
5 = ich lehne die Massnahme ab

Massnahme	***Einschätzung Ihrer Möglichkeiten***
Verknappung des öffentlichen Parkplatzangebots um das Lokal	Beurteilung: n
Angebot eines Shuttlebus vom Lokal zur nächsten Haltestelle des lokalen Nachtangebots des öffentlichen Verkehrs	Beurteilung: n
Einrichtung eines Informations- und Auskunftsorts im Lokal zum Nachtangebots des öffentlichen Verkehrs sowie zur Bildung von Fahrgemeinschaften und von Sammeltaxifahrten	Beurteilung: n
Verstärkung der Polizeikontrollen (Alkohol, Drogen, Falschparkierer) im Umfeld des Lokals	Beurteilung: n
Display mit den aktuellen Abfahrtszeiten des Nachtangebots im Lokal	Beurteilung: n
Bereitstellen eines Sammeltaxis vor dem Lokal	Beurteilung: n
Einrichten einer Haltestelle des Nachtangebots vor dem Lokal	Beurteilung: n
Ausbau der Veloabstellplätze beim Lokal	Beurteilung: n
Einrichtung eines „Auto-Aufbewahrungsortes" für alkoholisierte Gäste (um Zwang zum Heimfahren zu vermeiden)	Beurteilung: n

evtl. Bemerkungen: ...

9. Gibt es andere Massnahmen, die aus Ihrer Sicht erfolgsversprechend wären? Wenn ja, welche? Antwort: ...

10. Was sollten die Angebots- und Verkehrsplaner von Nachtangeboten aus Ihrer Sicht besonders beachten? Antwort: ...

11. Bemerkungen: ...

Die nachstehenden Angaben dienen nur internen Zwecken dieser Untersuchung. Sie werden nicht zusammen mit Ihren Antworten verknüpft.

Angaben zu Ihrem Lokal:
Name des Lokals: ...
max. Fassungsvermögen Lokal: ca. ... Personen
Anzahl Privatparkplätze Lokal: ca. ... P
Anzahl Parkplätze auf öffentlichem Grund (Schätzung für Umfeld): ca. ... P
Anzahl Veloparkplätze Lokal: ca. ... P
Distanz zur nächsten Haltestelle des lokalen Nachtangebotes des öffentlichen Verkehrs: ca. ... Meter

Angaben zu Ihrer Person:
Name: ... Vorname: ...
Adresse: ... PLZ/Ort: ...
e-mail: ...
Ihre Funktion: ...

Bitte senden Sie den Fragebogen bis zum **27. April 2004** per e-mail zurück an schneider@jud-ag.ch oder eine ausgedruckte Fassung per Post an Planungsbüro Jud, Bolleystr. 29, 8006 Zürich. Fragen? → 01/262 11 44.

Besten Dank für Ihre Unterstützung!

A5) Detaillierte Antworten der Veranstalter

Veranstalterbefragung

Fragen	Antworten	Lokal 1	Lokal 2	Lokal 3	Lokal 4	Lokal 5	Lokal 6	Lokal 7	Lokal 8	Lokal 9	Lokal 10 (a.K.)
1. Welcher Anteil der Besucherinnen und Besucher Ihres Lokals benutzt gemäss Ihrer Schätzung das Auto als Verkehrsmittel für den Besuch?	**61%**	60%	50%	50%	50%	k.A.	60%	65%	60%	90%	
2. Wie schätzen Sie Bedeutung des Themas „Autofahren/-Alko-hol/-Drogen" bei den Besucherinnen und Besuchern Ihres Lokals ein? Ist die Bedeutung des Themas... (1 = sehr hoch, 2 = hoch, 3 = mittel, 4 = gering, 5 = sehr gering)	**2.4**	3	2	4	3	1	4	1	1.5	2.5	4.5
3. Wie gut kennen Sie das Nachtangebot des lokalen öffentlichen Ver-kehrs (Nachtbusse, Nachtzüge)? (1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = mittel, 4 = kaum, 5 = gar nicht)	**2.9**	4	1	4	2	3	3.5	2	3	3.5	5
4. Welcher Anteil der Besucherinnen und Besucher Ihres Lokals benutzt gemäss Ihrer Schätzung das Nachtangebot des lokalen öffentlichen Verkehrs als Verkehrsmittel für den Besuch?	**21%**	25%	10%	20%	30%	k.A.	20%	20%	25%	15%	
5. Würden Sie es begrüssen, wenn mehr Besucherinnen und Besucher Ihres Lokals das Nachtangebot des lokalen öffentlichen Verkehrs nutzen würden? (1 = ja, 2 = eher ja, 3 = ist mir egal, 4 = eher nein, 5 = nein)	**2.3**	2	3	3	1	1	3	2	2	4	
6. Sind in Ihrem Lokal entsprechende Informationen zum Nachtangebot des lokalen öffentlichen Verkehrs vorhanden? (1 = ja detailliert, 2 = ja rudimentär, 3 = nein)	**2.4**	3	2	3	2	1	3	2	3	3	3
7. Die nachstehend aufgeführten Massnahmen scheinen geeignet, den Anteil der Auto-fahrenden bei den Lokalbesuchenden und damit auch die Unfallrisiken zu senken. Wie schätzen Sie die Wirkung dieser Mass-nahmen auf die Verkehrsmittelwahl ihrer Besuchenden ein? (1= keine Wirkung, 2 = geringe Wirkung, 3 = grosse Wirkung)											
a) Verknappung des öffentlichen Parkplatz-angebots um das Lokal	**1.5**	2	1	1	2	1	1	1.5	2	2	
b) Angebot eines Shuttlebus vom Lokal zur nächsten Haltestelle des lokalen Nacht-angebots des öffent-lichen Verkehrs	**2.0**	2	1	2	2	3	2	2	2	2	
c) Einrichtung eines Informations- und Aus-kunfts-orts im Lokal zum Nachtangebots des öffentlichen Ver-kehrs sowie zur Bildung von Fahrgemein-schaften und von Sammel-taxi-fahrten	**2.3**	2	2	2	3	3	2	2.5	2.5	2	
d) Verstärkung der Polizeikontrollen (Alkohol, Drogen, Falschparkierer) im Umfeld des Lokals	**2.7**	3	3	3	2	3	2	2.5	2.5	3	
e) Display mit den aktuellen Abfahrtszeiten des Nachtangebots im Lokal	**2.3**	2	3	2	3	2	2	2	2.5	2	
f) Bereitstellen eines Sammeltaxis vor dem Lokal	**2.6**	2	3	2	3	3	2	2.5	2.5	3	
g) Einrichten einer Haltestelle des Nachtangebots vor dem Lokal	**2.6**	1	2.5	2.5	3	3	3	2.5	2.5	3	
h) Ausbau der Veloabstellplätze beim Lokal	**1.7**	3	1	1	2	2	1	1	2	2	
i) Einrichtung eines „Auto-Aufbewahrungs-ortes" für alkoholisierte Gäste (um Zwang zum Heimfahren zu vermeiden)	**1.6**	2	1	2	1	1	1	2.5	2	2	

8. Unter welchen Bedingungen können Sie sich vorstellen, die genannten Mass-nah-men in Ihrem Lokal umzusetzen (mehrere Ant-worten möglich):										
1=realisiere ich sofort selbst, 2=realisiere ich bei Beratung und org. Hilfe, 3=ich würde das Erbringen eines Kostenbeitrags prüfen, 4=ich würde eine vollständig durch Dritte finanzierte Lösung begrüssen, 5= ich lehne die Massnahme ab										
a) Verknappung des öffentlichen Parkplatz-angebots um das Lokal	**4.9**	5	5	5	*5*	*5*	5	4.5	5	4.5
b) Angebot eines Shuttlebus vom Lokal zur nächsten Haltestelle des lokalen Nacht-angebots des öffent-lichen Verkehrs	**3.8**	4	5	4	*4*	*3*	4	3.5	4	3
c) Einrichtung eines Informations- und Aus-kunfts-orts im Lokal zum Nachtangebots des öffentlichen Ver-kehrs sowie zur Bildung von Fahrgemein-schaften und von Sammel-taxi-fahrten	**3.7**	4	5	5	*4*	*1*	4	3.5	4	3
d) Verstärkung der Polizeikontrollen (Alkohol, Drogen, Falschparkierer) im Umfeld des Lokals	**4.1**	4	4	5	5	1	5	4	4	4.5
e) Display mit den aktuellen Abfahrtszeiten des Nachtangebots im Lokal	**4.0**	5	3	5	4	5	4	3.5	3.5	3
f) Bereitstellen eines Sammeltaxis vor dem Lokal	**3.3**	4	3	4	4	1	4	3.5	3.5	3
g) Einrichten einer Haltestelle des Nachtangebots vor dem Lokal	**3.6**	3.50	3	4	3	3	4	3.5	4	4
h) Ausbau der Veloabstellplätze beim Lokal	**4.3**	5	5	4	4	5	5	3	4	4
i) Einrichtung eines „Auto-Aufbewahrungs-ortes" für alkoholisierte Gäste (um Zwang zum Heimfahren zu vermeiden)	**4.3**	5	5	4	5	5	5	3.5	3.5	3