

Per Email  
aemterkonsultationen@astra.admin.ch

Datum 3. September 2015  
Ihre Nachricht 27. Mai 2015  
Kontaktperson Michael Marti  
E-Mail michael.marti.1@post.ch  
Direktwahl +41 58 683 63 09

## Anhörung Konzeptbericht Mobility Pricing

Sehr geehrte Frau Bundesrätin  
Sehr geehrter Herr Direktor

Wir danken Ihnen bestens, dass Sie uns zur Stellungnahme zum genannten Thema eingeladen haben. Als grösster Postanbieter der Schweiz mit gesetzlichem Grundauftrag sowie als führendes Unternehmen des öffentlichen Strassenverkehrs hat die Post ein immenses Interesse an einer gut funktionierenden und richtig dimensionierten Mobilität. Wir bringen uns deshalb aktiv in die politische Diskussion ein und möchten zur Lösungsfindung beitragen.

Unsere Antwort gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil begründen wir in drei Punkten unsere Kernanliegen. Im zweiten Teil beantworten wir Ihren Fragekatalog (Beilage).

### **1. Die weitere Entwicklung des Mobility-Pricing muss evolutionär erfolgen. Als erster Schritt ist die konsequente Überführung der heutigen Finanzierungsinstrumente in die digitale Form anzugehen.**

Eine funktionierende Mobilität ist für die Post Tag für Tag von entscheidender Bedeutung. Dasselbe gilt auch für unsere Gesellschaft und unsere Wirtschaft. Fehlschritte sind keine erlaubt. Die weitere Entwicklung des Mobility-Pricing muss deshalb evolutionär erfolgen. Als erster Schritt ist die konsequente Überführung der heutigen Finanzierungsinstrumente in die digitale Form anzugehen. Sie ist Voraussetzung für alle weiteren möglichen Schritte im Mobility-Pricing. Im öffentlichen Verkehr sind deshalb – unter Beibehalt der Tarifhoheit der Transportunternehmen – bereits bestehende Instrumente wie der Swiss Pass weiterzuentwickeln. Im motorisierten Individualverkehr drängt sich als erster Schritt die Umsetzung einer elektronischen Autobahn-Vignette auf.

### **2. Der Bericht ist um weitere, nicht monetäre Massnahmen zur Brechung der Verkehrsspitzen zu ergänzen.**

Der Konzeptbericht skizziert die Problemfelder der Verkehrspolitik präzise und umfassend. In der Problemlösung fokussiert er jedoch zu stark. Das Leitziel, die Entlastung der Verkehrsspitzen, bzw. die bessere Mobilitätsverteilung über den Tagesablauf, ist mit einem Mobility Pricing alleine nicht zu erreichen. Deshalb fordern wir im Sinne eines integrierten Ansatzes die Ausarbeitung weiterer, nicht finanzieller Massnahmen. Dazu zählen u.a. die Förderung flexibler Arbeitszeitmodelle, die Anpassung der Unterrichtszeiten, die Unterstützung von Fahrgemeinschaften oder die Förderung des Langsamverkehrs.

### **3. Die Post ist in die weitere Ausarbeitung des Mobility-Pricings eng einzubeziehen.**

Die Post stellt Briefe und Pakete mindestens an fünf Wochentagen und abonnierte Tageszeitungen an sechs Wochentagen zu. Zudem ist PostAuto Schweiz AG die führende Unternehmung des öffentlichen Strassenverkehrs. Um unseren postalischen Grundauftrag und den bestellten Regionalverkehr zu erbringen, sind wir auf eine funktionierende Strassen- und Schieneninfrastruktur angewiesen. Eine Veränderung der Bepreisung der Infrastrukturnutzung hätte zudem erhebliche Auswirkungen auf die Finanzierung des Grundauftrages wie auch auf die Finanzierung des bestellten Regionalverkehrs. Aufgrund dieser Ausgangslage möchten wir in der weiteren Ausarbeitung des Mobility Pricings eng mitarbeiten und unser Wissen und Knowhow einbringen.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Bemerkungen. Gerne stehen wir Ihnen für Rückfragen zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

Post CH AG  
Corporate Center

gez. 03.09.2015

Katrin Nussbaumer  
Leiterin Regulation

gez. 03.09.2015

Michael Marti  
lic. iur. Rechtsanwalt

- Beilage: beantworteter Fragebogen

**Fragebogen:**

Ihre Fragen können wir wie folgt beantworten:

**1. Wie beurteilen Sie die Zielsetzung der "verkehrsträgerübergreifenden Berechnung von Verkehrsspitzen und der besseren und gleichmässigeren Auslastung der Verkehrsinfrastrukturen" für Mobility Pricing?**

**a. Ist dieses Ziel richtig gewählt?**

Mobility Pricing ist ein interessanter Ansatz, um die Hauptverkehrszeiten zu entlasten. Die Post ist an allen Massnahmen interessiert, die die öffentliche Hand entlasten, indem sie dazu beitragen teure Infrastrukturprojekte und Fahrzeuginvestitionen zu vermeiden oder terminlich zu erstrecken. Mobility Pricing ist eine Massnahme neben weiteren, um zur Entlastung der Hauptverkehrszeiten beitragen.

Das Ziel der besseren und gleichmässigen Auslastung muss unter Berücksichtigung der Anforderungen der Wirtschaft erfolgen. Unserer Meinung nach sind Anreize zu schaffen, damit die Wirtschaft heutige Lösungen überdenkt.

**b. Falls nicht, welches andere Ziel müsste mit Mobility Pricing verfolgt werden?**

Vgl. Punkt 2 im einleitenden Brief.

**2. Wie beurteilen Sie die sieben Grundprinzipien hinsichtlich Relevanz und Vollständigkeit für Mobility Pricing (Vgl. Konzeptbericht Ziff. 3)?**

Die Grundprinzipien sind richtig gewählt. Sie sollten aber priorisiert werden. Für die Post sind folgende Prinzipien bei der Ausgestaltung des Mobility Pricing wichtig:

- Generell darf Mobilität durch das Mobility Pricing weder verhindert noch insgesamt verteuert werden. Der öffentliche Verkehr muss weiterhin für alle am Verkehr beteiligten Parteien zugänglich und bezahlbar sein.
- Das Angebot darf sich durch Mobility Pricing nicht verschlechtern.
- Durch das Mobility Pricing darf keine Verlagerung vom öV zum MIV stattfinden.
- Mobility Pricing auf der Strasse darf nicht zu einer stärkeren Belastung der Bus-Transportunternehmen führen.
- Die Ausgestaltung des Mobility Pricings muss für den (öV-)Nutzer transparent sein. Die Passagiere müssen jederzeit in der Lage sein, ihre Transportkosten nachvollziehen zu können.
- Die Tarifhoheit im öV muss bei den TU und bei den Verbünden bleiben.
- Die Erfahrung bei der Einführung des SwissPass zeigt, dass der Datenschutz ein wichtiger Faktor beim Betrieb eines Mobility Pricing-Systems sein wird.
- Die Qualität der Infrastruktur ist möglichst zu halten.

**3. Wie beurteilen Sie die Vollständigkeit der morphologischen Kasten?**

Die morphologischen Kasten sind aus unserer Sicht vollständig. Allenfalls könnte man CIBO (check in, be out), das zurzeit im MobilityLab (mit Beteiligung der Post) als Pilot getestet wird, als Erfassungstechnik aufnehmen. Vgl. zudem auch Punkt 1 aus dem einleitenden Brief.

Wir schlagen vor, dass im gesamten Dokument die Begriffe „öffentlicher Verkehr“ und „individueller Verkehr“ und nicht „Strasse“ und „Schiene“ verwendet werden. Der öffentliche Strassenverkehr

trägt einen wesentlichen Teil des öffentlichen Verkehrs in der Schweiz und kann so eindeutig zugeordnet werden.

**4. *Wie beurteilen Sie den Entwicklungspfad (von einfach zu komplex) der Modellvarianten?***

Der Entwicklungspfad ist grundsätzlich sinnvoll gewählt. Er zeigt mögliche Perspektiven auf, aber mehrere Aspekte sind noch undefiniert. Der Entwicklungspfad sollte zum jetzigen Zeitpunkt noch offen gelassen werden.

Unterscheidung „öffentlicher Verkehr“ und „individueller Verkehr“ statt „Strasse“ und „Schiene“ verwenden.

**5. *Wie beurteilen Sie die Modellvarianten?***

Aus unserer Sicht ist es noch zu früh für eine abschliessende Beurteilung.

**6. *Welche Modellvariante beurteilen Sie als die zielführendste?***

Die Variante Modellvariante Gebiet (6.1.5) und Modellvariante öV Netz (6.2.3) kommen der gesetzten Zielsetzung am nächsten. Aus unserer Sicht ist es noch zu früh für eine abschliessende Beurteilung. Aber wenn das Ziel von Mobility Pricing erreicht werden soll, muss das ganze System berücksichtigt werden, um ungewollte Verlagerungseffekte bzw. Ausweicheffekte zu verhindern.

**7. *Wo sehen Sie Stärken/Schwächen der für Sie zielführendsten Modellvariante (Vgl. Frage 6) für Ihr Umfeld?***

Es ist ein System zu wählen, das die jetzigen GA-Kunden nicht zu stark bestraft (Pendlerstrafe). Die unterschiedlichen Zahlungsbereitschaften der MIV- und öV-Nutzer sind zu analysieren und entsprechend beim Pricing zu berücksichtigen.

**8. *Wo sehen Sie Herausforderungen/Risiken für eine mögliche Einführung von Mobility Pricing? Worauf muss besonders geachtet werden?***

- In den nächsten Jahren ist mit der Entwicklung und Einführung neuer Technologien im öV-Ticketing zu rechnen, die ein kundenfreundliches Mobility Pricing ermöglichen könnten. Die sehr langen Vorlaufzeiten bei Systemanpassungen bei den Preis- und Vertriebssystemen öV sind bei der Entwicklung eines Mobility Pricing-Systems zu beachten.
- Die Umsetzung darf bei den Nutzern nicht als „Pendlerbestrafung“ aufgefasst werden. Pendler gehören zu den treuesten öV-Kunden, die es zu pflegen gilt. Es ist zu prüfen, wie die Nutzniesser (z.B. Unternehmen) beigezogen werden können, um ihren Beitrag zu leisten.
- Auch für den Tourismus ist das Mobility Pricing ein wichtiger Faktor. Für ausländische aber auch inländische Touristen muss das öV-System einfach anwendbar sein. Den unterschiedlichen zeitlichen Spitzen im touristischen und im Pendlerverkehr ist gebührend Rechnung zu tragen.
- Gewisse Verkehre können nicht ohne weiteres aus den Spitzenzeiten ausgeschlossen werden (z.B. Güterverkehr oder die Post mit einem entsprechenden Grundversorgungsauftrag).

**9. *Wie stehen Sie zur Idee von Mobility Pricing Pilotprojekten?***

Die Post steht Pilotprojekten positiv gegenüber. Allerdings sind wir der Meinung, dass der Bund hierzu finanzielle Anreize bieten muss.

***10. Der Konzeptbericht sieht vor, dass im Gegenzug zur Einführung einer fahrleistungsabhängigen Abgabe bestehende Abgaben (schrittweise) ersetzt werden (Kompensation). Denkbar wäre auch, zusätzlich zu den bestehenden Abgaben eine fahrleistungsabhängige Abgabe einzuführen und deren Einnahme im Sinne einer Lenkungsabgabe (pauschale Rückerstattung z.B. via eine Vergünstigung bei den Krankenkassenprämien) zurückzuerstatten. Wie stehen Sie zu dieser Idee?***

Ohne Kompensationen ist das Vorhaben politisch nicht umsetzbar. Eine pauschale Rückerstattung widerspricht dem „Pay as you use“-Ansatz.

Abschliessend kann die Frage nicht beurteilt werden. Wir sind aber der Meinung, dass Rückerstattungen/Kompensationen innerhalb des Systems erfolgen sollten und nicht über Drittmittel.

#### ***11. Weitere Bemerkungen?***

Die Stossrichtung der Ausgestaltung eines Mobility Pricing sollte mit den bisherigen Erkenntnissen und Resultaten aus CityLogistik Projekten abgestimmt werden. Dazu gehören auch mögliche Priorisierungen von speziellen Transportfirmen auf Verkehrsachsen und separaten Verkehrsspuren, unterschiedene Umschlagflächen in der City, ect.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer aufgeführten Punkte und Überlegungen. Wir stehen Ihnen gerne auch in Zukunft für Rückfragen zur Verfügung.