



Mitfahrerservice

Zeitaufwand



Kosten



Kosten-Nutzen



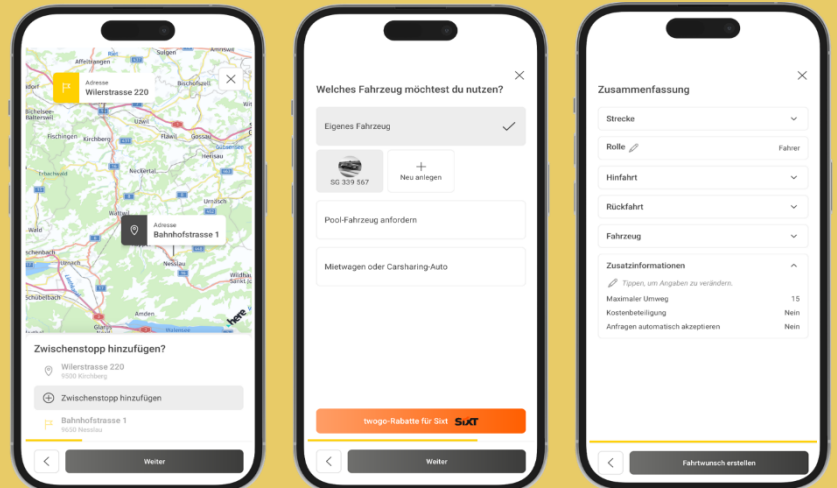
Bevölkerung



Gäste und Touristen



Pendler



«Zusammen macht es mehr Spass»

Der Mitfahrerservice dient dazu, Fahrgemeinschaften zu bilden und so parallele Fahrten zu vermeiden. Dazu tragen die Nutzer ihre Mitfahrangebote und Mitfahrwünsche in eine App ein, welche dann die möglichen Fahrgemeinschaften ermittelt und die Nutzer einander zuweist. Es gibt verschiedene Anbieter von solchen Mitfahrapps auf dem Markt. Die meisten haben ihren Ursprung im betrieblichen Mobilitätsmanagement, bei dem mithilfe der App Fahrgemeinschaften unter den Mitarbeitenden eines Unternehmens vermittelt werden. Die Unternehmen bezahlen für die Anwendung dieser App und haben dafür zusätzliche Möglichkeit, wie die Durchführung von verschiedenen Challenges, Versenden von Pop-up-Nachrichten und einem Monitoring. Viele Apps können aber auch frei, das heisst ohne Zugehörigkeit zu einem Unternehmen, eingesetzt werden und sind für die Nutzer kostenfrei.



Anne Rombach-Jung, Geschäftsführerin Regio Wil

«Viele Menschen kennen keine passenden Mitfahrer, haben Bedenken hinsichtlich Flexibilität und Sicherheit, oder sind an ihre Gewohnheiten gebunden. Mit guter Information kann das Potenzial von Fahrgemeinschaften besser genutzt werden.»

Chancen

- Keine baulichen Massnahmen oder Anschaffungskosten
- Geringe Betriebskosten

Herausforderungen

- Damit das Angebot attraktiv wird, muss es eine gewisse Anzahl an aktiven Nutzern geben.
- Fahrgemeinschaften werden als wenig flexibel wahrgenommen.

Weiterführende Informationen

Bei den verschiedenen Anbietern gibt es massgebliche Unterschiede. Gewisse arbeiten lediglich mit fixen Standorten, wie eine Art von Haltestellen. Andere sind stark mit anderen Diensten verknüpft und setzen einen starken Fokus auf Gamification und Belohnungen, wobei die Finanzierung des Belohnungssystem sicherzustellen ist.

Die grosse Herausforderung liegt darin, bereits mit der Lancierung genügend Nutzer zu mobilisieren. Nur so können in der App Matches zwischen Anbietenden und Nachfragenden generiert werden, wodurch die Nutzer eine gute Erfahrung machen und die App weiter benutzen und weiterempfehlen.

Um die Erfolgchancen eines Mitfahrerservices zu steigern sind folgende Aspekte zu beachten.

- Innerhalb eines Gebietes sollte nur ein Service vorhanden sein. Hat ein Unternehmen bereits einen Mitfahrerservice, so sollte für das offene System der Region der gleiche Anbieter gewählt werden.
- Der Start des Services hat im ganzen Gebiet zur gleichen Zeit zu erfolgen. Somit steigen die Chancen auf Matches und die Gefahr, dass Nutzer gleich wieder abspringen, sinkt.
- Als Startzeitpunkt eignet sich die Phase nach den Sommerferien, wenn Lehrlinge und Schüler wieder beginnen und sich für das Pendeln neue Routinen aneignen.
- Für die Bewerbung sind Verbände, regionale Organisationen und Unternehmen als Multiplikatoren einzusetzen.
- Die lokalen Arbeitgeber stellen einen wichtigen Anwendungsfall dar. Es ist daher zentral, lokale und regional Arbeitgeber mit möglichst hohem Ausmass an Commitment zu finden.
- Bei der Bewerbung ist darauf zu achten, dass insbesondere das Anbieten von Mitfahrgelegenheiten erwähnt wird, da tendenziell zu wenig Mitfahrgelegenheiten vorhanden sind.
- Die Bewerbung des Services für grössere Anlässe kann zusätzliche Nutzer generieren.

Auswahlverfahren

Für das Auswahlverfahren führten wir eine Marktanalyse durch. In der Region war noch kein Anbieter präsent, so dass alle Anbieter in Betracht gezogen wurden. Die Wahl fiel auf die App twogo. Die App ist auf das Pendeln von kurzen bis mittleren Strecken ausgelegt, professionell aufgebaut, bietet viele Möglichkeiten und die Anwendung ist kostenlos. Der Anbieter unterstützte uns bei der Bewerbung und erstellte für uns ein Monitoring über die Nutzung in der Region. Dafür wurde er von uns direkt entschädigt. Zur Finanzierung der Bewerbung und des Monitorings suchten wir Partnerunternehmen, welche uns einen Beitrag bezahlten und als Gegenleistung mit ihrem Logo auf der Bewerbung erschienen.

Wirkung

Das Monitoring zeigte, dass die Nutzung nach der ersten Lancierung sehr gering war. Auch wenn es eine grössere Anzahl von Nutzern gab, welche die App herunterlud und sich registrierte, so kam es doch nur zu wenigen Matches und die Nutzung reduzierte sich schon nach kurzer Zeit. Kommunikativ erzielte der Service dennoch eine Wirkung. Ein Journalist der Regionalzeitung machte einen Selbstversuch und vielerorts wurde das Mitfahren wieder diskutiert. So dürften auch einige Fahrgemeinschaften angestossen worden sein, welche dann nicht über die App registriert wurden.

In einem zweiten Versuch wird nun versucht, regionsübergreifend den Service zu lancieren und mit einer Challenge zu verbinden, so dass die Motivation zur Nutzung der App gesteigert wird.

Bestehende Angebote / Links

www.hitchhike.ch

www.twogo.com

www.matchrider.de

www.ummadam.com

www.pendla.com