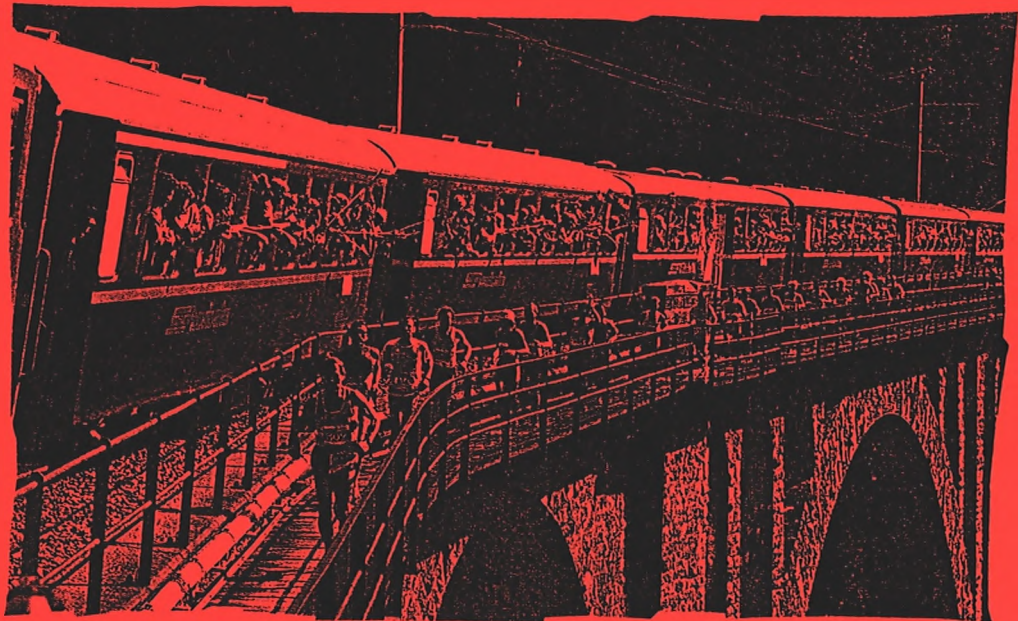


# Grossveranstaltungen und Verkehr



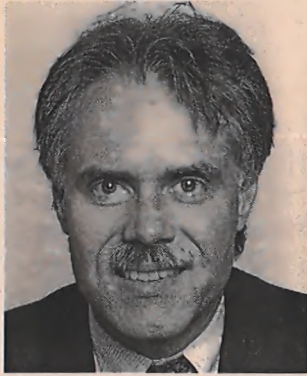
---

Leitfaden für ein modernes, zukunftsbezogenes  
Mobilitätskonzept bei Grossveranstaltungen

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Veranstaltungen</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Verkehrskonzepte für Veranstaltungen</b>	<b>4</b>
<b>4</b>	<b>Attraktives Angebot öffentlicher Verkehr</b>	<b>6</b>
<b>5</b>	<b>Flankierende Massnahmen</b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>	<b>10</b>
<b>7</b>	<b>Erfolgskontrolle</b>	<b>12</b>
<b>8</b>	<b>Finanzierung</b>	<b>13</b>
<b>9</b>	<b>Konkretes Vorgehen</b>	<b>14</b>
<b>10</b>	<b>Ausgeführte Beispiele</b>	<b>15</b>
<b>11</b>	<b>Kontaktadressen</b>	<b>20</b>
<b>12</b>	<b>Veranstaltungen und Umwelt</b>	<b>21</b>

## Vorwort



Allen Veranstaltungen, seien es nun solche kultureller, sportlicher oder gewerblicher Art, ist eines gemeinsam: Sie verursachen Verkehr.

Wenn Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit dem Auto anreisen, führt dies zu unerwünschtem Mehrverkehr mit den bekannten Luft- und Lärmproblemen, mit Staus und mit Stress bei der Parkplatzsuche. Der öffentliche Verkehr kann hier Abhilfe schaffen.

Der vorliegende Leitfaden zeigt, wie moderne, zukunftsorientierte Lösungen gemeinsam von Veranstaltenden, Behörden sowie Bahn- und Busunternehmen realisiert werden können. Durchgeführte Beispiele, wie die Mustermesse Basel MUBA, das Eidgenössische Jubiläums Schwing- und Äplerfest EJSAF 1995 in Chur, das Open-Air-Festival "Out in the Green" in Frauenfeld oder die Heureka-Ausstellung Zürich 1991, zeigen in eindrücklicher Weise, dass dies ohne Gebote und Verbote sowie Einschränkung der Mobilität der Einzelnen möglich ist.

Um jeden Anlass für alle zu einem Erlebnis ohne negative Begleiterscheinung Verkehr werden zu lassen, ist die aktive Mithilfe aller Beteiligten erforderlich.

A handwritten signature in black ink, which appears to read "Moritz Leuenberger". The signature is written in a cursive style.

Moritz Leuenberger, Bundesrat

# 1 Einleitung

## *Problematik Veranstaltungen und Verkehr*

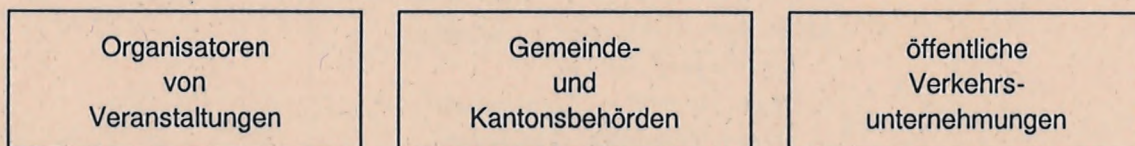
Aufgrund des stets zunehmenden Freizeitangebotes (Sport, Kultur) einerseits oder des Wunsches, sich dem Markt zu präsentieren (Messen) andererseits, nimmt die Zahl von Grossveranstaltungen jährlich weiter zu. Diese finden in verschiedenen

Regionen oder Orten statt, sind unterschiedlich gross und werden zu diversen Zwecken durchgeführt. Was jedoch alle dieser Veranstaltungen miteinander verbindet, ist der Verkehr und die damit verbundenen Probleme.



## *Der Leitfaden richtet sich an*

Veranstaltungen mit über 500 Teilnehmern / Besuchern



## *Ziel des Leitfadens*

### **Der Leitfaden soll:**

Möglichkeiten und Vorgehen beschreiben, die zu einem modernen, zukunftsbezogenen Mobilitätskonzept für Veranstaltungen führen, mit dem Ziel, die Probleme rund um die An- und Abreise zu lösen.

### **Der Leitfaden kann nicht:**

Eine jederzeit und überall gültige Lösung liefern, da sich die einzelnen Veranstaltungen zu sehr voneinander unterscheiden. Für ein erfolgreiches Konzept sind zwingend alle Besonderheiten einer Veranstaltung zu berücksichtigen.

## 2 Veranstaltungen

Veranstaltungen sind geplante, zeitlich begrenzte Ereignisse. Sie sind einmalig oder wiederkehrend und richten sich mit einem jeweiligen Zweck an ein bestimmtes Ziel-

publikum. Es sind dies die Teilnehmer und die Zuschauer bzw. die Besucher. Betroffene sind die Anwohner und die Bevölkerung an den Zubringerstrassen.

### *Veranstaltungstypen*

Insbesondere aufgrund ihres Zweckes lassen sich Veranstaltungen grundsätzlich in

fünf verschiedene Typen einteilen:

#### ***Ausstellungen, Fachmessen und Märkte***

- Handels- und Gewerbeausstellung
- Industriemesse, Herbstmesse
- Weihnachtsmarkt
- weitere

#### ***Kulturveranstaltungen***

- Open-Air-Festival
- Kongress, Tagung, Seminar
- Mitgliederversammlung
- weitere

#### ***Traditionsveranstaltungen***

- Winzerfest
- Fasnachtsumzug
- weitere

#### ***Politische Veranstaltungen***

- Wahlveranstaltung
- Gedenkfeiern
- Demonstrationen
- weitere

#### ***Sport- und Freizeitveranstaltungen***

- Schwingfest, Turnfest
- Fussballmatch, Eishockeymatch
- Laufveranstaltung, Velorennen
- Events von Firmen
- Flugtag
- Zirkus
- Stadtfest
- weitere

## ***Einflussfaktoren von Veranstaltungen***

Verschiedenste Faktoren einer Veranstaltung haben einen Einfluss auf den Bereich

Verkehr und die Realisierung eines Verkehrskonzeptes.

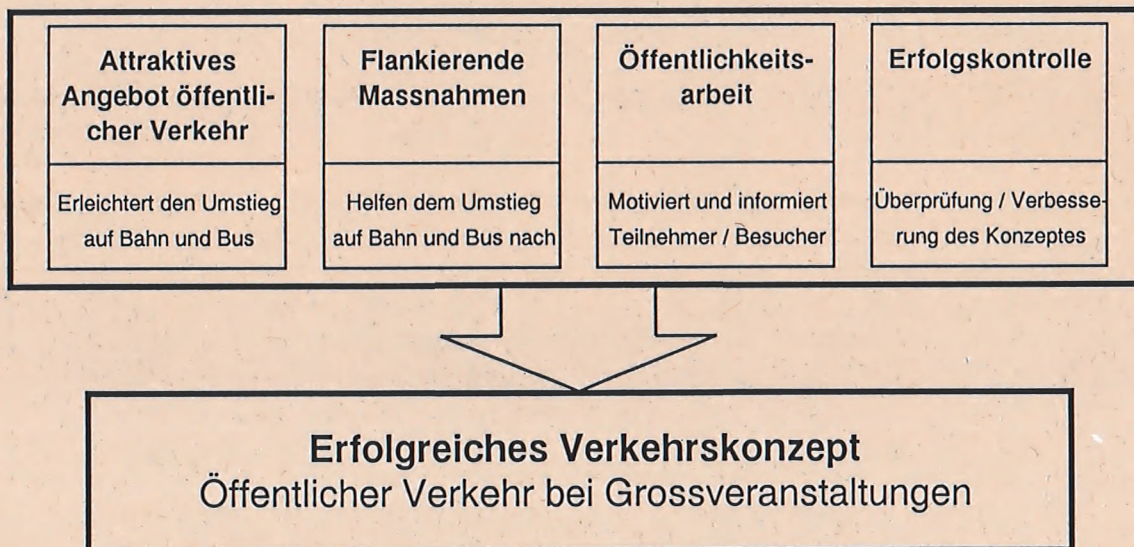
<b><i>Grösse der Veranstaltung</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl Teilnehmer</li> <li>- Anzahl Zuschauer / Besucher</li> </ul>
<b><i>Veranstaltungsort</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadt</li> <li>- ländlicher Raum</li> <li>- stationär</li> <li>- wechselnd</li> </ul>
<b><i>Veranstaltungszeit</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jahreszeit</li> <li>- Tageszeit</li> </ul>
<b><i>Veranstaltungsdauer</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- eintägig</li> <li>- mehrtägig</li> <li>- wenige Stunden</li> </ul>
<b><i>Veranstaltungszyklus</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- einmalig</li> <li>- mehrmalig</li> <li>- periodisch</li> </ul>
<b><i>Zielgruppe</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geschlossener Teilnehmerkreis</li> <li>- offene Einladung</li> <li>- bedingte Einladung</li> <li>- Erreichbarkeit der Teilnehmer</li> </ul>
<b><i>Erschliessung</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anschluss öffentlicher Verkehr</li> <li>- Anschluss an Strassennetz</li> <li>- Parkplatzverhältnisse</li> </ul>
<b><i>Einzugsbereich der Zielgruppen</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kommunal</li> <li>- regional</li> <li>- national</li> <li>- international</li> </ul>
<b><i>Kommunikation</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auflage und Einsatz der Werbemittel</li> <li>- Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Sponsoren</li> </ul>

### 3 Verkehrskonzepte für Veranstaltungen

Zur Vermeidung von negativen Begleitscheinungen durch den Verkehr ist die Realisierung von Verkehrskonzepten für Grossveranstaltungen heute sowohl für Veranstalter als auch für bewilligende Behörden ein Muss. Durch den vermehrten Einsatz des öffentlichen Verkehrs bei Veranstaltungen werden sich die Gewohnheiten von Teilnehmern und Besuchern ändern und auch auf die anderen Bereiche des Freizeitverkehrs positiv auswirken.

Ein Verkehrskonzept, das für alle Veranstaltungen gleich anwendbar ist, gibt es nicht. Wie die einzelnen Veranstaltungen werden sich im speziellen auch die Verkehrskonzepte für diese Veranstaltungen unterscheiden.

Die einzelnen Elemente, die zu einem erfolgreichen Verkehrskonzept führen, sind jedoch für alle Veranstaltungen die gleichen:



#### *Zur Erreichung einer grossen Wirkung ist:*

- der potentielle Umsteiger zu überzeugen, dass die Wahl von Bahn und Bus ökologisch richtig ist und ihm einen ökonomischen Vorteil bringt. Er darf nicht das Gefühl haben, Opfer erbringen zu müssen.
- eine ausgewogene Kombination der einzelnen Massnahmen, aus Gründen der Akzeptanz und der Effizienz, Einzelmassnahmen vorzuziehen.
- eine intensive und frühzeitige Zusammenarbeit zwischen Veranstalter, Verkehrsunternehmungen, bewilligender Behörde und Polizei erforderlich. Das gemeinsame Auftreten aller Beteiligten muss in der Öffentlichkeitsarbeit deutlich vermittelt werden.

## Datengrundlagen

Für die Planung eines Verkehrskonzeptes sind Angaben zu folgenden Grössen der Veranstaltung nötig:

- Anzahl von Zuschauern / Teilnehmern
- Herkunft von Zuschauern / Teilnehmern
- Verkehrsmengen
- Verkehrsströme
- Zeitliche Verteilung der Fahrten

Bei bereits bestehenden Veranstaltungen sind für die Ermittlung dieser Grössen verschiedene Datenquellen vorhanden, wie untenstehende Auflistung zeigt.

Bei neuen Veranstaltungen kann auf Erfahrungswerte ähnlicher Veranstaltungen zurückgegriffen oder aufgrund des Zielpublikums eine Schätzung vorgenommen werden.

<p><b>Erfahrungswerte des Veranstalters</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl Teilnehmer aus Startliste</li> <li>- Anzahl verkaufter Eintrittsbillette</li> <li>- Schätzungen der Teilnehmer- / Besucherzahlen aus früheren Jahren</li> <li>- Auswertung von Teilnehmerlisten bezüglich Anzahl und Herkunft der Teilnehmer</li> </ul>	<p><b>Befragungen Teilnehmer / Publikum</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- schriftliche Befragung bezüglich Herkunft, Verkehrsmittelwahl, weitere</li> <li>- mündliche Befragung</li> </ul>
<p><b>Verkehrszählungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkehrsaufkommen auf Zufahrtsstrassen</li> <li>- Belegung Parkplätze</li> </ul>	<p><b>Befragung Verkehrsunternehmungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl transportierter Personen</li> <li>- Anzahl verkaufter Billete</li> </ul>
<p><b>Auswertung automatischer Verkehrszähler</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswertung Mehrverkehr gegenüber vergleichbaren Tagen ohne Veranstaltung</li> <li>- Daten automatischer Verkehrszähler werden bei kantonalen Tiefbauämtern verwaltet</li> </ul>	<p><b>Befragung Polizei / Ordnungsdienst</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zählung / Schätzung Verkehrsaufkommen</li> <li>- Zählung / Schätzung Belegung Parkplätze</li> <li>- Anzahl verkaufter Parktickets</li> </ul>



## 4 Attraktives Angebot öffentlicher Verkehr

Ein attraktives Angebot soll dem Teilnehmer einer Veranstaltung die Wahl zur Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel so einfach wie möglich machen. Es sind verschiedene Massnahmen möglich und erforderlich. Als eine sehr effiziente Massnahme hat sich in letzter Zeit die Einführung eines Kombibilletes gezeigt.

### Kombibillet

Das Prinzip des Kombibilletes beruht darauf, dass die Eintrittskarte oder z.B. das Startgeld für eine Veranstaltung mit dem Billet für Bahn / Bus verbunden wird (Eintrittskarte = Fahrkarte).

Der Teilnehmer oder Besucher einer Veranstaltung bezahlt, unabhängig davon, ob er mit dem Privatfahrzeug oder mit Bahn / Bus anreist, denselben Preis.

Durch dieses Solidaritätsprinzip wird die Anreise der Bahn/Bus - Benutzer durch den Privatverkehr mitfinanziert.

### *Das Angebot öffentlicher Verkehr ist attraktiv, wenn:*

- die Fusswege zwischen bestehenden Haltestellen des öffentlichen Verkehrsnetzes und dem Veranstaltungsgelände möglichst kurz und gut beschildert sind.
- durch speziell für die Dauer der Veranstaltung eingerichtete Haltestellen oder Bahnhöfe die Wege zum Veranstaltungsgelände verkürzt werden.
- umsteigefreie Bahn/Bus-Verbindungen zwischen Wohnort oder Wohnregion und Veranstaltungsgelände vorhanden sind oder ermöglicht werden.
- Veranstaltungsprogramm und Fahrplan von Bahn / Bus aufeinander abgestimmt sind.
- an Randstunden Extrakurse von Bahn / Bus geführt werden.
- beim Kauf der Eintrittskarte oder der Bezahlung des Startgeldes das Billet für Bahn / Bus inbegriffen ist (=Kombibillet).
- der Eintrittspreis bei der Vorlage des Bahn- / Busbilletes verbilligt ist.
- das Bahnbillet in der Hotelübernachtung integriert ist.

# ZÜRICH

little big city  
for great meetings

2	Tag Jour Giorno	Monat (in Worten) Mois (en toutes lettres) Mese (in tutte lettere)	Jahr Année Anno
1			

## Congress-Rail-Ticket

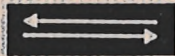
Gültig 1 Monat / Valable 1 mois

Ab einer Schweizer Ortschaft  
Au départ d'une localité suisse

# Zürich

inkl. ZVV-Zonen 10 + 11 + 21

via GA-Bereichs - Strecken  
über den üblichen Weg  
Parcours rayon de validité AG  
via l'itinéraire usuel



# 1. CI/KI

(1.) (SPEZ) (+)

Pauschal  
Forfait

Nº 02012



EIDG.  
JUBILÄUMS  
SCHWING-  
UND  
ÄLPLERFEST  
CHUR 1995

18./19./20. August

Tribüne 1 gedeckt

**Sektor A1**

Reihe 18

Platz 4

Ogi Adolf

Fr. 115.00

Sichtbar tragen

09.06.95 16:43 0101 99 0000165

2. Klasse  
(2) (SPEZ) (+)



pauschal



ab einer CH - Ortschaft via  
GA-Bereichsstrecken über  
den üblichen Weg nach

Gültig vom  
16. 22. Aug. 1995

EJSAF 95

Spezialbillett

pauschal

## 5 Flankierende Massnahmen

Die flankierenden Massnahmen im Bereich des motorisierten Individualverkehrs sollen die Benutzung des Autos, und somit auch die Wahl für dessen Gebrauch, bei der Anreise zu einer Veranstaltung erschweren.

Die Massnahmen sind zeitlich und örtlich begrenzt und schränken somit die Freiheit des Einzelnen nicht zu sehr ein. Sie werden denn auch akzeptiert, falls:

- gleichzeitig neue, spezielle Angebote beim öffentlichen Verkehr gemacht werden.
- Zuschauer/Teilnehmer über die flankierenden Massnahmen vor der Veranstaltung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit umfassend informiert werden.

**Alle Massnahmen sind vorgängig mit den zuständigen Stellen von Kanton oder Gemeinde zu besprechen.**

**Einzelne Massnahmen werden zu Beginn nicht bei allen Behörden auf Gegenliebe stossen. Hier ist immer wieder darauf hinzuweisen, dass beim Fehlen von flankierenden Massnahmen der Erfolg des Verkehrskonzeptes aus Erfahrung nur gering ist.**

Flankierende Massnahmen sind sowohl beim fließenden als auch beim ruhenden Verkehr möglich.

### *Massnahmen im Bereich fließender Verkehr*

- Der direkte Zufahrtsweg zum Veranstaltungsgelände muss für den Privatverkehr gesperrt werden.
- Um umliegende Wohnquartiere vor Parksuchverkehr zu schützen, können diese während der Dauer der Veranstaltung für den Verkehr gesperrt werden. Für Anwohner sollte die Durchfahrt jederzeit gewährleistet sein (Abgabe von Passierscheinen oder -vignetten).

### *Massnahmen im Bereich ruhender Verkehr*

#### **Parkplatzangebot**

- Das Parkplatzangebot soll nach Möglichkeit anzahlmässig eingeschränkt werden.
- Auf Bedarfplätze, also Parkplätze, die nur für die Dauer der Veranstaltung z.B. auf Wiesen zur Verfügung stehen, soll möglichst verzichtet werden.
- Parkierungsmöglichkeiten sollen in grossem Abstand zum Veranstaltungsgelände liegen, um so gegenüber dem Benutzer des öffentlichen Verkehrs längere Fusswege zu erreichen.
- Bei Veranstaltungen in Städten oder Dörfern kann an der Peripherie ein Park and Ride - Parkplatz mit Pendelbus zum Veranstaltungsgelände eingerichtet werden.

- Nahe beim Veranstaltungsgelände liegende Parkplätze können:
  - Behinderten zur Verfügung gestellt werden
  - als Festbahnhof / Bushaltestellen eingerichtet werden
  - zum Car- oder Busparkplatz umgenutzt werden.
- Um Parkplatzsuchverkehr zu vermeiden, ist eine Signalisation erforderlich, die Autofahrer zu den Parkplätzen führt. Besser noch ist die strikte und konsequente Einweisung durch die Polizei oder einen Ordnungsdienst auf die vorgesehenen Parkplätze.

#### **Parkraumbewirtschaftung**

- Durch die Erhebung von Parkgebühren wird die Fahrt mit dem Privatfahrzeug gegenüber Bahn / Bus unattraktiver.
- Die Einnahmen können dazu verwendet werden:
  - einen Buspendendienst zum Veranstaltungsgelände einzurichten
  - die Fahrten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu verbilligen.
- Falls ein Kombibillet verkauft wird, ist zu empfehlen, dass auf die zusätzliche Erhebung von Parkgebühren vor Ort verzichtet wird, um:
  - die Autofahrer zusätzlich zum geleisteten Solidaritätsbeitrag beim Kauf eines Kombibilletes nicht noch einmal zur Kasse zu bitten
  - den personellen Aufwand für die Einkassierung der Parkgebühren einzusparen.

#### **Polizeikontrollen**

- Um wildes Parkieren in der Umgebung des Veranstaltungsgeländes, insbesondere in umliegenden Wohnquartieren, zu verhindern, sind Polizeikontrollen erforderlich.

## 6 Öffentlichkeitsarbeit

Allein aufgrund eines attraktiven Angebotes des öffentlichen Verkehrs und der Einführung von flankierenden Massnahmen ist noch kein Erfolg eines Konzeptes zu erwarten.

Das Zielpublikum der Veranstaltung muss im Rahmen der erforderlichen Öffentlichkeitsarbeit **motiviert** und über das gesamte Verkehrskonzept umfassend **informiert** werden.

Um eine möglichst grosse Wirkung zu erzielen, ist eine **koordinierte Kommunikationsstrategie** aller an der Realisierung des Verkehrskonzeptes Beteiligten erforderlich.

Der Umfang der Öffentlichkeitsarbeit sowie die Auswahl der Informationsmittel sind jeweils der einzelnen Veranstaltung anzupassen. Wichtig jedoch ist, dass das gesamte Zielpublikum erreicht wird, bei internationaler Herkunft also auch das ausländische. Die Informationen sind den Teilnehmern rechtzeitig vor der Veranstaltung zuzustellen, aber nicht zu früh, damit diese bei der Wahl des Verkehrsmittels präsent sind. Es empfiehlt sich ein zeitlich koordinierter, allenfalls gestaffelter Einsatz der Informationsmittel.

### *Motivation der Teilnehmer / Besucher*

- Für die Benützung von Bahn und Bus muss ebenso wie für die Teilnahme an einer Veranstaltung geworben werden.
- Veranstaltung und Anreise mit öffentlichem Verkehrsmittel muss als Gesamtpaket angepriesen werden. Der Erlebniswert einer Anreise unter Gleichgesinnten ist hervorzuheben.
- Der potentielle Umsteiger auf Bahn und Bus muss informiert und überzeugt werden, dass er bei der Benützung von Bahn und Bus kein Opfer erbringt, sondern ökologisch richtig handelt und einen ökonomischen Vorteil erzielt.

### *Information der Teilnehmer / Besucher*

Neben den üblichen Angaben zur Veranstaltung wie Programm, Eintritt, usw., benötigt

der Teilnehmer / Besucher einer Veranstaltung auch folgende weitere Informationen:

#### **Erforderliche Informationen zum Angebot öffentlicher Verkehr**

- Appell an Teilnehmer und Zuschauer, die öffentlichen Verkehrsmittel zu benutzen
- Im Hinblick auf Veranstaltungsprogramm günstigste Abfahrts- und Ankunftszeiten, hin und zurück ab den wichtigsten Orten, inkl. Angabe zu Linien und vorhandenen Umsteigeorten
- Name und Lage der Haltestellen am Veranstaltungsort und Fusswegverbindungen zum Veranstaltungsgelände (Situationsplan)
- Angaben zum Angebot von speziellen Billeten oder Eintrittskarten, z.B. Kombibilleten
- Hinweis auf speziell erstellte Busbahnhöfe/ Festbahnhöfe

### Erforderliche Informationen zu vorgesehenen flankierenden Massnahmen

- Hinweis auf beschränktes Parkplatzangebot
- Hinweis auf lange Fusswege zwischen Parkplätzen und Veranstaltungsgelände
- Hinweis auf peripher gelegene Park and Ride - Parkplätze mit Pendelbus zum Veranstaltungsgelände
- Hinweis auf Erhebung von Parkplatzgebühren
- Hinweis auf Sperrung der direkten Zufahrt zum Veranstaltungsgelände
- Hinweis auf Verkehrsbeschränkungen in umliegenden Wohnquartieren
- Hinweis auf Polizeikontrollen bezüglich wildem Parkieren

## Informationsträger

- Zeitung**  
Veröffentlichung von Inseraten, Artikeln oder Beilagen in lokal, regional bzw. national erscheinenden Zeitungen
- Radio / Fernsehen**  
Ausstrahlung von Werbespots und Informationssendungen in Lokal- bzw. Landessendern
- Plakatwerbung**  
Aushang von Plakaten für die Veranstaltungsteilnahme mit gleichzeitiger Werbung für die Benützung der öffentlichen Verkehrsmittel
- Programmheft / Zuschauerzeitung**  
Verteilung oder Versand von Programmheften mit umfassender Information über das Verkehrskonzept, rechtzeitig vor der Veranstaltung
- Direkte Anschrift**  
Beilage von Informationsmaterial zum Verkehrskonzept bei direkter Anschrift des Zielpublikums, z.B. beim Versand von Startunterlagen bei Sportveranstaltungen oder von Tagungsunterlagen bei Tagungen und Seminaren
- Flug- oder Informationsblätter**  
Versand in Haushaltungen oder Auflage bei den Verkaufsstellen der öffentlichen Verkehrsunternehmungen
- Fachzeitschriften**  
Veröffentlichung von Inseraten, Artikeln oder Beilagen in Fachzeitschriften

## 7 Erfolgskontrolle

Um den Erfolg des eingeführten Verkehrskonzeptes überprüfen und dieses dann laufend verbessern zu können, bedarf es einer systematischen Erfolgskontrolle nach jeder Veranstaltung.

Im Mittelpunkt steht die Frage, wie hoch der Anteil des öffentlichen Verkehrs bei der Hin- und Rückreise ist. Zusätzlich sind aber auch die Meinungen und Kritiken aller Beteiligten (Teilnehmer, Besucher, Veranstalter, Verkehrsunternehmungen, Behörden, Polizei und Ordnungsdienste) zum Ablauf und Erfolg des gesamten Konzeptes gefragt.

Zur Überprüfung des Erfolges stehen verschiedenste Informationsquellen zur Verfügung, siehe auch Kap.3 (Datengrundlagen):

- Erfahrungswerte des Veranstalters
- Befragungen Teilnehmer /Besucher
- Befragungen Polizei / Ordnungsdienste
- Befragungen Verkehrsunternehmen
- Verkehrszählungen
- automatische Verkehrszähler

Um die Erfolgskontrolle nach der Veranstaltung durchführen zu können, haben sich die Beteiligten schon vorgängig über Art und Umfang der während der Veranstaltung zu ermittelnden Daten und Informationen Gedanken zu machen.

## 8 Finanzierung

Die attraktivere Gestaltung des öV-Angebotes ist mit entsprechenden Mehrkosten verbunden, deren Finanzierung sicherzustellen ist. Hierzu bestehen im wesentlichen folgende Möglichkeiten:

### Solidaritätsprinzip Kombibillet

Beim Kombibillet ist unabhängig von der Verkehrsmittelwahl von allen Teilnehmern (Billet / Startgeld) oder Zuschauern (Billet / Eintrittsgeld) derselbe Preis zu bezahlen. Dies bedeutet, dass Autofahrer solidarisch für das Billet der öV-Benutzer mitbezahlen.

### Einnahmen Parkplatzbewirtschaftung

Einnahmen aus der Parkplatzbewirtschaftung können zur Mitfinanzierung des Angebotes des öffentlichen Verkehrs verwendet werden. Es müssen jedoch folgende zwei Punkte berücksichtigt werden:

- Falls ein Kombibillet angeboten wird, soll auf die zusätzliche Erhebung von Parkgebühren verzichtet werden. Einerseits

wird dadurch der Autofahrer nicht zweimal zur Kasse gebeten und andererseits kann auf den zusätzlichen Aufwand für das Einkassieren verzichtet werden.

- Für die Einführung einer Parkplatzbewirtschaftung ist zwingend die Absprache mit der entsprechenden Behörde (Stadt, Gemeinde), bzw. dem Eigentümer der Parkierungsfläche, erforderlich.

### Sponsoring

Als weitere Quelle besteht die Möglichkeit des Sponsoring. Das heisst, dass durch einen Sponsor das Angebot des öffentlichen Verkehrs mitfinanziert wird. Denkbar ist hier z.B. ein Pauschalbeitrag oder ein Beitrag pro verkauftes Billet. Auf Wunsch des Sponsors kann dieser in der Programmzeitschrift erwähnt werden. Bei Spezialbilleten oder Kombibilleten besteht auch die Möglichkeit, das Firmenlogo des Sponsors abzudrucken.

**FESTIVAL-Pass**

**"OUT IN THE GREEN '93"**

9.-11. Juli 93

Pferderennbahn Frauenfeld

N<sup>o</sup> 54998



**OPEN-AIR**

**Out in the GREEN**

FRAUENFELD

Freitag 9. Juli bis Sonntag 11. Juli 1993  
Pferderennbahn Frauenfeld (TG) - Schweiz

Das Festival findet bei jeder Witterung open air statt.  
Programmänderungen bleiben vorbehalten.

In keinem Fall Rückerstattungsanspruch auf den Kaufpreis.  
Keine Haftung für Sach- und Körperschäden.  
Vor Missbrauch des Tickets wird gewarnt.

Veranstalter: SPECIAL EVENTS GmbH, Zürich, und FC FRAUENFELD,  
In Zusammenarbeit mit CPM, FRAUENFELD  
Music Booking: FREE & VIRGIN AGENCY, Zürich

**FESTIVALPASS Fr. 150.--** VV- / NN-Geb.

Inkl. "SBB-Music Travel Package"  
(3 Tage: Freitag / Samstag / Sonntag)

N<sup>o</sup> 54998




**Radio 24**

**ZUTRITT**  
ab 12.00 Uhr  
am 9. Juli 93

**Spezialbillett**

OUT IN THE GREEN '93

Gültig vom  
09. - 11. Juli 1993

ab einem beliebigen  
Ort innerhalb der  
Schweiz

via GA-Bereich nach  
**Frauenfeld**



**2. Kl. pauschal**  
(2.) (SPEZ) (+)

N<sup>o</sup> 54998



## 9 Konkretes Vorgehen

### *Konkretes Vorgehen der Behörde*

- Für die Bewilligung von Grossveranstaltungen ist vom Veranstalter ein Verkehrskonzept zu verlangen, das Massnahmen zur Förderung des öffentlichen Verkehrs aufzeigt.
- Bei der Planung und Realisierung der Verkehrskonzepte müssen die Behörden sowohl Veranstalter als auch Betreiber der öffentlichen Verkehrsmittel in ihren Bemühungen unterstützen. Insbesondere gilt dies für die Bewilligung und Durchführung der flankierenden Massnahmen sowie bei der Öffentlichkeitsarbeit.
- Bewilligungen für die Benutzung oder Einrichtung von Parkplätzen sind sorgfältig zu prüfen.
- Bei Planung, Bau und Betrieb von Geländen und Gebäuden für Grossveranstaltungen (z.B. Messegelände, Sporthalle) muss die attraktive Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz verlangt werden.

### *Konkretes Vorgehen des Veranstalters*

- Da die Planung eines Verkehrskonzeptes einige Zeit in Anspruch nimmt, muss der Veranstalter frühzeitig, ca. ein Jahr vor Beginn der Veranstaltung, Kontakt aufnehmen mit:
  - bewilligender Behörde von Gemeinde oder Kanton
  - Polizei
  - öffentlicher Verkehrsunternehmung
  - evtl. Fachstelle für öffentlichen Verkehr von Kanton oder Gemeinde
- Um das Angebot des öffentlichen Verkehrs optimal auf die Veranstaltung abzustimmen, muss der Veranstalter die verschiedenen Einflussgrössen seiner Veranstaltung kennen. Dies sind Anzahl und Herkunft von Teilnehmern / Besuchern, Beginn und Ende der Veranstaltung, etc.
- Das Angebot des öffentlichen Verkehrs ist zusammen mit dem Betreiber der Verkehrsmittel zu erarbeiten.
- Die flankierenden Massnahmen benötigen zumeist eine Bewilligung von Gemeinde-, Kantonsbehörden oder Polizei. Es ist somit von Vorteil, die Planung der Massnahmen in Zusammenarbeit mit diesen Stellen von Anfang an zu planen.
- Die Öffentlichkeitsarbeit aller Beteiligten (Veranstalter, öffentliche Verkehrsunternehmung und Behörden) ist aufeinander abzustimmen.
- Die Durchführung einer systematischen Erfolgskontrolle ermöglicht laufend, das Konzept zu verbessern.

## 10 Ausgeführte Beispiele

Nachstehende Beispiele zeigen eine Auswahl ausgeführter Verkehrskonzepte. Es wurden bewusst verschiedenste Veranstaltungstypen gewählt. Diese Konzepte können jedoch nicht unverändert für andere

Veranstaltungen übernommen werden. Sie dienen rein informativ und sind den jeweiligen Randbedingungen der einzelnen Veranstaltungen anzupassen.

### **HEUREKA - Ausstellung 1991 - Zürich**

Im Herbst 1991 fand auf der Zürcher Allmend in Wollishofen die nationale Forschungsausstellung HEUREKA statt. Insgesamt haben 950'000 Personen die HEUREKA besucht. Aufgrund der zu erwartenden Probleme bei der Anreise der Besucher mit dem Individualverkehr (Verkehrsstaus, Luft- und Lärmbelastungen, Landschaftsmisbrauch für Parkplätze), machte die kantonale Baudirektion bei der Erteilung der Baubewilligung zur Bedingung, den Besucherverkehr so umweltschonend wie möglich abzuwickeln.

Darauf liess der Veranstalter ein Verkehrskonzept für die Ausstellung erstellen. Dieses beinhaltete folgende Massnahmen:

- **öV-Anschluss:** Als Hauptzubringer zum Ausstellungsgelände dienten je eine Linie von S-Bahn, Tram und Bus.
- **Wegweisungskonzept:** Von den Verkehrsunternehmen wurde ein Wegweisungskonzept ausgearbeitet, das die Besucher vom Bahnhof und den P+R-Anlagen bis an die HEUREKA führte.
- **Information/Werbung:** Veranstalter und öV-Unternehmungen betrieben in Zusammenarbeit ein aktives und vielseitiges Marketing zur Information der Zuschauer. Landesweit wurde über verschiedene Kanäle auf die attraktive Erreichbarkeit der

Ausstellung mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und die nicht vorhandenen Parkplätze im Ausstellungsraum hingewiesen.

- **Kombibillet:** Es konnte ein HEUREKA-Kombibillet angeboten werden. Dieses vereinigte Fahrausweis und Eintritt in einem und ermöglichte die kostenlose Benutzung der S-Bahnen, Tram- und Buslinien sowie aller sonstigen öffentlichen Verkehrsmittel im Kanton Zürich.
- **Flankierende Massnahmen:** Es wurde entschieden, kein spezielles Parkplatzangebot beim Ausstellungsgelände zur Verfügung zu stellen. Durch die Stadtpolizei wurden in den benachbarten Wohngebieten Absperrvorkehrungen getroffen, um den Parkplatz-Suchverkehr zu unterbinden.
- **Erfolgskontrolle:** Während vier Tagen wurden rund 1700 HEUREKA - Besucher befragt. Einerseits sollten dadurch die Wahl der Verkehrsmittel sowie deren Begründung ermittelt werden. Andererseits interessierte der Einfluss, den das Angebot eines Kombibilletes, die intensiviertere Erschliessung des Geländes mit öffentlichen Verkehrsmitteln, sowie das geringe Parkplatzangebot auf die Besucher bezüglich ihrer Verkehrsmittelwahl hatte.

## **Open-Air "Out in the Green" - Frauenfeld / Winterthur**

1992 kamen gegen 60'000 Besucher aus der ganzen Schweiz zu diesem dreitägigen Rock-Spektakel nach Frauenfeld. Da die Zuhörer mit Zelt, Verpflegung und Rucksack anreisten, fuhren der Bequemlichkeit halber gegen 90 % mit dem Auto. Ein gigantisches Chaos war die Folge. Auf der Autobahn gab es Rückstaus von gegen 20 km Länge. Die negativen Auswirkungen waren enorm.

Ein Jahr später reisten 50 % mit der Bahn an, das Problem war gelöst. Ohne Zwang und moralisierende Worte. Seither wurde die Veranstaltung sowohl in Frauenfeld als auch in Winterthur mit gleichem Konzept und Erfolg durchgeführt.

Zum Erfolg führten folgende 7 Schritte:

**1. Solidaritätsprinzip:** In jeder Eintrittskarte ist der Bahnpreis inbegriffen und das Bahnticket liegt perforierter Form bei. Dies berechtigt zu einer Bahnfahrt 2. Klasse ab einem beliebigen Wohnort der Schweiz nach Frauenfeld und zurück. Das Kombibillet nennt sich "Music-Travel-Package".

**2. Absatz:** Das Ticket wird im Vorverkauf über die üblichen Absatzwege vermittelt. Die Käuferadressen werden erfasst.

**3. Kommunikation:** Vor der Veranstaltung wird die Festivalszeitung, in der die besten Züge nach und ab Frauenfeld aufgeführt sind, jedem Konzertbesucher zugestellt.

**4. Positiv beeinflussen ohne Zwang:** Der Konzertbesucher kann nun den Transportmittel-Entscheid selber und ohne Zwang in aller Freiheit selbst treffen. Auf psychologischer Ebene beeinflusst wird er jetzt vom Bahnbillet, das er mit der Eintrittskarte vor sich hat (Bahnfahrt ist ja gratis), sowie von

der Festivalszeitung mit dem gesamten Fahrplan. Die Sache kommt kommunikativ stark und sehr transparent daher und lässt keine Fragen offen.

**5. Erlebnis / Befriedigung:** Entscheidet er sich für die Bahn, reist er mit vielen Gleichgesinnten zum selben Ziel. Das steigert den Erlebniswert. Entscheidet er sich für das Auto, dann finanziert er mit seinem bezahlten Bahnanteil solidarisch den Bahnbenutzer mit, der wegen des Gepäcks etwas benachteiligt ist. Beide haben aber keine Verkehrsprobleme.

**6. Fazit:** Image und Qualität der Veranstaltung steigen massiv, Besucher und ortsansässige Bevölkerung mitsamt den politischen Behörden (die absolut entscheidend auf einen Anlass einwirken können) sind zufrieden, Staus gibt es keine und die Emissionen werden reduziert. Hektik, Aggressionen und Ärger werden vermieden. Der Veranstalter kann mit seinem Entscheid zu diesem Modell das Mobilitätsverhalten und damit den Modalsplit positiv und messbar verändern.

**7. Wirtschaftlichkeit:** Dank dieses Solidaritätsprinzips kann der öV mit einem relativ tiefen Bahnpreis kalkulieren und das Leistungsangebot optimal planen und kommunizieren. Das finanzielle Risiko ist beidseitig gering. Wichtig ist die Zugkraft der Musikstars. Der Veranstalter kann mit seinem Entscheid zu diesem Modell das Mobilitätsverhalten und damit den Modalsplit bedeutend beeinflussen. Dieses Modell deckt viele Kundenbedürfnisse auf breiter Ebene perfekt ab und wird in der Zwischenzeit bei vielen Anlässen mit demselben Erfolg angewandt.

## ***Eidg. Jubiläums Schwing- und Älplerfest 1995 - Chur***

Von Freitag, 18. August bis Sonntag, 20. August 1995 war Chur Austragungsort des Eidgenössischen Jubiläums Schwing- und Älplerfestes EJSAF. Zugleich feierte der Schwingerverband seinen 100. Geburtstag. Auf dem Gebiet des Waffenplatzes Chur, auf dem Rossboden, konnte ein idealer Festplatz gefunden werden. Durch die unmittelbare Nähe zur Südausfahrt Chur der N13 und den rund 10'000 zur Verfügung stehenden Parkplätzen war die strassenseitige Erschliessung geradezu ideal.

Um die Mehrbelastungen durch den Strassenverkehr möglichst gering zu halten, war es Wille des Veranstalters den öffentlichen Verkehr ins Transportkonzept einzubinden. Den Besuchern konnte ein **Kombibillet** angeboten werden, das Festkarte und Fahrkarte zugleich war. Es waren folgende Leistungen eingeschlossen:

- Eine Hin- und Rückfahrt 2. Klasse ab Wohnort aus der ganzen Schweiz nach Chur
- Transfers innerhalb des Übernachtungsrayons mit SBB, RhB und PTT
- Benützung des Stadtbusses während des ganzen Festes.

Dieses Billet hat sich ausgezeichnet bewährt und ist bei den Besuchern sehr gut angekommen. Nicht zuletzt deshalb, weil man bereits ab Mittwoch anreisen und bis Dienstag nach dem Fest nach Hause fahren konnte.

Am Festgelände vorbei führt die Doppelspur der RhB, eine Spur davon als Dreischienen-Gleis für den SBB-Güterverkehr nach Felsberg und zur EMS-Chemie. Diese einmalige Lage wurde dazu genutzt, einen **Festbahnhof** mit provisorischen Hilfsperons für SBB- und RhB-Züge zu errichten.

Als zweite Stütze für den öffentlichen Verkehr wurden **Busterminals**, einerseits unmittelbar neben dem Bahnhof Chur, und andererseits auf dem Festgelände, eingerichtet. Auf einer eigenen, von der Polizei freigehaltenen Spur, pendelten bis zu 23 Busse zwischen Bahnhof und Festgelände. Zusätzlich wurde der Busterminal im Festgelände auch von Extrakursen der PTT aus der Region benutzt.

Am Samstag und Sonntag fuhren frühe **Extrazüge von SBB und RhB mit Direktverbindungen** aus verschiedenen Regionen der Schweiz bis zum Festbahnhof. Zusätzlich wurde an allen Festtagen das fahrplanmässige Angebot der öffentlichen Verkehrsmittel durch Einsatzkurse und Doppel führungen verstärkt.

In einer Auflage von 40'000 Stück wurde ein **Schwingerfahrplan** gedruckt. Darin war das gesamte Angebot des öV enthalten:

- alle SBB-Extrazüge
- die besten Züge von/nach den wichtigsten Schweizer Städten
- RhB-Fahrplan inkl. Extrazüge
- PTT-Fahrplan inkl. Extrazüge
- Stadtbus Chur
- Übersichtskarte

Beim Verschicken der Festkarte wurde jeweils ein Fahrplan beigelegt. Zusätzlich wurden alle Bahnhöfe damit bedient.

Berücksichtigt man die Anzahl der verkauften Festkarten, die Frequenzen der öffentlichen Verkehrsmittel sowie die Belegung der vorhandenen Parkfelder, dürften über 50 Prozent der Besucher die öffentlichen Verkehrsmittel benutzt haben.

## **EVZ 2000 - Zug**

Die Eishalle Herti, welche vom Nationalliga A-Klub EVZ für seine Heimspiele benutzt wird, liegt am Stadtrand von Zug, umgeben von Wohnquartieren. Als Konsequenz der dort aufgetretenen Belastungen durch Verkehrsstaus und Parksuchverkehr wurde folgendes Konzept zur Lösung dieser Probleme erstellt:

- Die Rückfahrt mit den Bussen der ZVB (Zugerland Verkehrsbetriebe) ist gratis. Die Hinfahrt ist normal zu bezahlen.
- Für die Rückfahrt werden Extrakurse der ZVB eingesetzt, die direkt neben der Eishalle bereit stehen und unmittelbar nach dem Ende eines Eishockeymatches in die Gemeinden des Kantons Zug fahren.
- Die Zufahrten zur Eishalle und dem benachbarten Hertiquartier werden für den motorisierten Verkehr durch die Polizei abgesperrt und sind nur für die Anwohner mit dem Auto passierbar.
- Für die motorisiert anreisenden Zuschauer stehen ausserhalb dieses Kordons die Parkplätze eines Industriebetriebes zur Verfügung.

Mit diesem Konzept konnte bisher ein Anteil von 20 - 30 Prozent für die Anreise mit dem Bus erzielt werden. Das Problem sind die überregionalen Zuschauer, die durch Spiele des EVZ angezogen werden. Diese konnten mit dem vorliegenden Konzept bisher kaum erreicht werden.

Als Verbesserung sind folgende Massnahmen vorgesehen:

- Einführung eines Kombibillettes für Eintritt und Busbillet
- Einführung einer Parkraumbewirtschaftung bei den zur Verfügung stehenden Parkplätzen.

Im Rahmen des Aktionsprogrammes "Energie 2000" hat sich Zug als Energiestadt das Ziel gesetzt, durch die Förderung des öffentlichen Verkehrs bei den Eishockey-Veranstaltungen des EVZ den gesamten Winter-Energieverbrauch der Kunsteisbahn samt Nebenanlagen einzusparen.

## Swiss Alpine Marathon - Davos

Der Swiss Alpine Marathon Davos SAD wird regelmässig seit 1986 am letzten Juli - Wochenende durchgeführt. Die Grossveranstaltung besteht aus einem eintägigen Hauptanlass (Laufstag), verbunden mit einem einwöchigen Rahmenprogramm (Symposium, Seminare, Musik-Festival).

1995 wurden auf der Strecke Davos - Filisur - Bergün - Sertigpass - Davos vier Läufe mit verschiedenen Distanzen ausgetragen. Rund 3500 LäuferInnen nahmen teil, wovon knapp 2000 aus der Schweiz und etwas über 1000 aus Deutschland angereist waren. Aus einer durchgeführten Befragung ging hervor, dass sich das Zuschauerpublikum vorwiegend aus Einheimischen und Begleitpersonen der Teilnehmer zusammensetzt.

Anlässlich der zehnten Austragung der Laufveranstaltung hat sich der Organisator dazu entschlossen, ein Mobilitätskonzept mit folgenden Hauptzielen auszuarbeiten:

- Erhöhung des öV-Anteils bei An- und Abreise von Teilnehmern und deren Begleitpersonen
- Erhöhung des öV-Anteils bei den an der Laufveranstaltung Beteiligten während ihres Aufenthaltes in der Region Davos.

1995 wurden folgende Massnahmen eingeführt:

### Angebot öffentlicher Verkehr

- Einführung einer SAD-Zuschauer-Tageskarte für die freie Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel entlang der Laufstrecke am Veranstaltungstag
- Einsatz von Spezialkursen der Rhätischen Bahn auf der Strecke Davos - Filisur - Bergün, abgestimmt auf die Durchlaufzeiten

der Läufer entlang der Strecke. Möglichkeit des freien Ein-/Ausstiegs an allen Stationen

- Einsatz eines Buspendeldienstes von Davos bzw. Bergün ins Gebiet des Sertigpasses.

### Flankierende Massnahmen

- Einführung eines Park and Ride - Parkplatzes eingangs von Davos mit Buspendeldienst zum Start- und Zielgelände
- Sperrung der Zufahrten von Davos bzw. Bergün ins Gebiet des Sertigpasses für den privaten Motorfahrzeugverkehr.

### Öffentlichkeitsarbeit

- Information von Teilnehmern und deren Begleitpersonen im Programmheft
- Information von Zuschauern in Marathonzeitung (Beilage Bündnerzeitung)
- Auflage von Faltprospekten an RhB-Stationen und PTT-Büros
- Ausstrahlung von Werbespots durch Lokalradio.

### Erfolgskontrolle

- Es wurden rund 1200 SAD-Tageskarten verkauft
- Das Konzept wurde von allen Beteiligten als positiv beurteilt.

Für die zukünftigen Austragungen der Veranstaltung ist die Einführung eines Kombibillettes für die Teilnehmer geplant. Dieses beinhaltet:

- Startgeld
- Bahnbillet ab einer Schweizer Ortschaft
- Spezialbillet (Gültigkeit: 5 Tage) für die freie Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel für Training und Vorbereitung entlang der Laufstrecke.

# 11 Kontaktadressen

## *Öffentliche Verkehrsunternehmen*

### **Schweizerische Bundesbahnen SBB**

Direktion Personenverkehr, Mittelstrasse 43, 3030 Bern

- Marktraum Aargau / Zürich / Ostschweiz Tel. 0512 / 22 25 05
- Marktraum Zentralschweiz / Basel / Mittelland Tel. 0512 / 27 33 81
- Hauptsitz Bern Tel. 0512 / 20 28 24

### **Postauto**

Postauto Schweiz, Viktoriastrasse 72, 3030 Bern

Tel. 031 / 338 57 00

Regionale Postautozentren

- Postauto Aargau, 5001 Aarau Tel. 062 / 834 40 60
- Postauto Bern - Freiburg - Solothurn, 3000 Bern 17 Tel. 031 / 370 88 88
- Postauto Berner Oberland, 3800 Interlaken Tel. 036 / 28 88 28
- Postauto Graubünden - St.Galler Oberland, 7000 Chur Tel. 081 / 256 31 74
- Postauto Linthgebiet - Ausserschwyz - Glarus, 8730 Uznach Tel. 055 / 71 82 82
- Postauto Nordwestschweiz, 4002 Basel Tel. 061 / 205 51 11
- Postauto Oberwallis, 3900 Brig Tel. 028 / 23 77 77
- Postauto St.Gallen - Appenzell, 9001 St.Gallen Tel. 071 / 228 44 44
- Postauto Thal - Gäu - Lebern, 4710 Balsthal Tel. 062 / 386 77 25
- Postauto Thurgau - Schaffhausen, 8500 Frauenfeld Tel. 052 / 728 08 08
- Postauto Zentralschweiz, 6002 Luzern Tel. 041 / 368 10 10
- Postauto Zürich, 8050 Zürich Tel. 01 / 313 12 00

### **Rhätische Bahn RhB**

Rhätische Bahn, Marketing, Bahnhofstrasse 25, 7000 Chur

Tel. 081 / 253 91 21

### **Weitere öffentliche Verkehrsunternehmen**

Marketing- oder Verkaufsabteilung der öffentlichen Verkehrsunternehmung in ihrer Region

## *Kantone und Gemeinden*

### **Behörden**

Erreichbar über die Zentrale der Gemeindeverwaltung bzw. der kantonalen Verwaltung

### **Polizei**

Polizeistellen am Veranstaltungsort

### **Kantonale Fachstellen öffentlicher Verkehr**

Erreichbar über die Zentrale der kantonalen Verwaltung

## 12 Veranstaltungen und Umwelt

Bei Grossveranstaltungen treten neben dem Verkehr meist auch weitere Umweltprobleme auf. Es sind dies hauptsächlich die Bereiche Abfall, Lärm, Energieverbrauch, aber auch die Beeinträchtigung von Flora und Fauna sowie Natur und Landschaft.

Tips und Hinweise für eine umweltschonende Durchführung von Grossveranstaltungen sind in folgenden Veröffentlichungen zu finden:

### ***Sei fair zur Natur***

Checkliste für Veranstalter von (Sport-) Anlässen  
Schweizerischer Landesverband für Sport (SLS), Postfach 202, 3000 Bern 32

### ***Handbuch Umweltschonende Grossveranstaltungen***

Forschungsbericht Umweltbundesamt Bonn, 1990, Reinhard Heinzl und Monika Zimmermann  
Erich Schmidt Verlag, Berlin

### ***Der Oeko-Veranstaltungsberater***

Ein praktischer Ratgeber mit vielen Tips, 1990, Helga Kessler und Monika Zimmermann  
Rasch und Röhring Verlag, Hamburg

### ***Umweltschonende Grossveranstaltungen***

Tagungsband, 1993  
Oekozentrum Zürich, Postfach, 8036 Zürich



## **Begleitgruppe**

Fachstelle öffentlicher Verkehr, Kanton Graubünden

Postautodienst Graubünden - St. Galler Oberland

Rhätische Bahn, Abteilung Marketing

Schweizerische Bundesbahnen, Personenverkehr Kreis III

Werner Glünkin

Bruno Brot

Willy Hochstrasser

Peter Thurnherr

## **Sachbearbeitung**

Tuffli & Partner AG, Ingenieure und Planer, Chur

Peter Landert

## **Bezugsadresse**

Der Leitfaden kann gegen einen Unkostenbeitrag von Fr. 5.- bezogen werden bei:

Fachstelle öffentlicher Verkehr, Sekretariat, Stadtgartenweg 11, 7001 Chur;

Tel. 081 / 257 36 16, Fax 081 / 257 21 60

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...

...the ...