

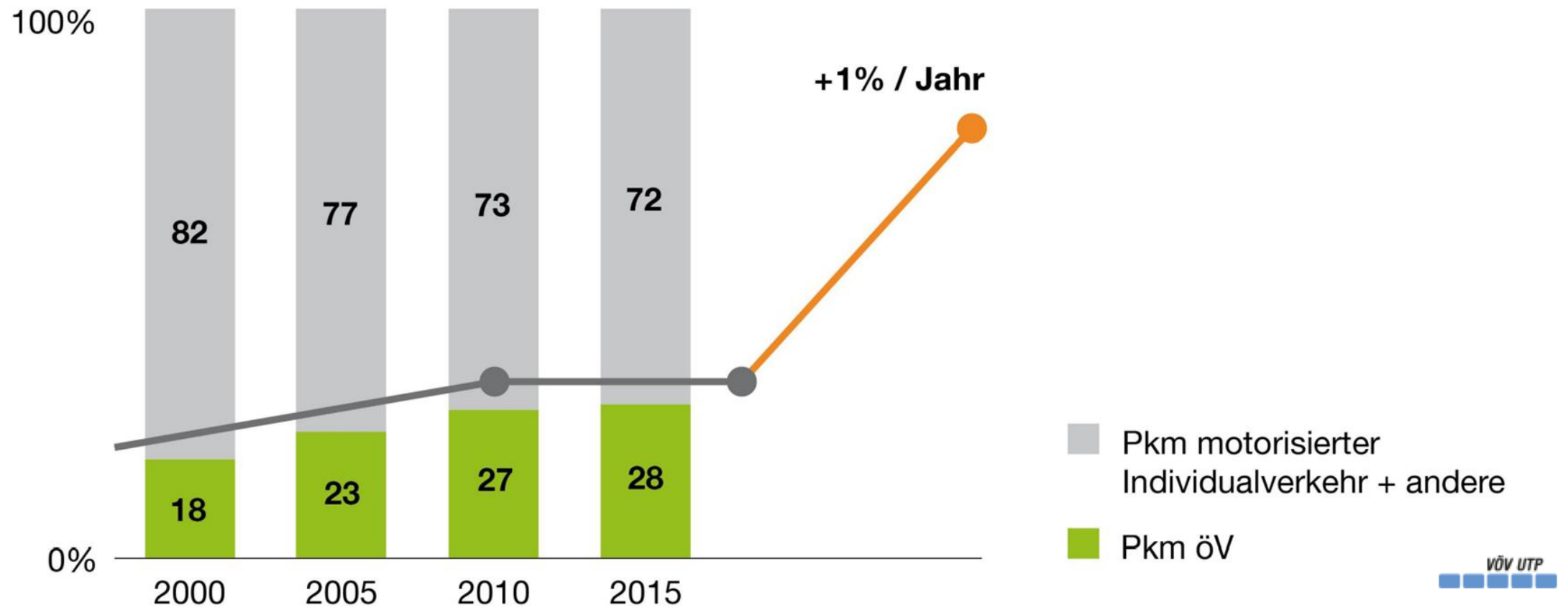


Mit der Hockey-Partnerschaft Fans bewegen

Ueli Schöffeler

Leiter Personenmobilität a.i.
Leiter Marktmanagement

Modalsplit



—○ Freizeitverkehr ist der Schlüssel



Pendlerverkehr (Arbeit und Ausbildung)

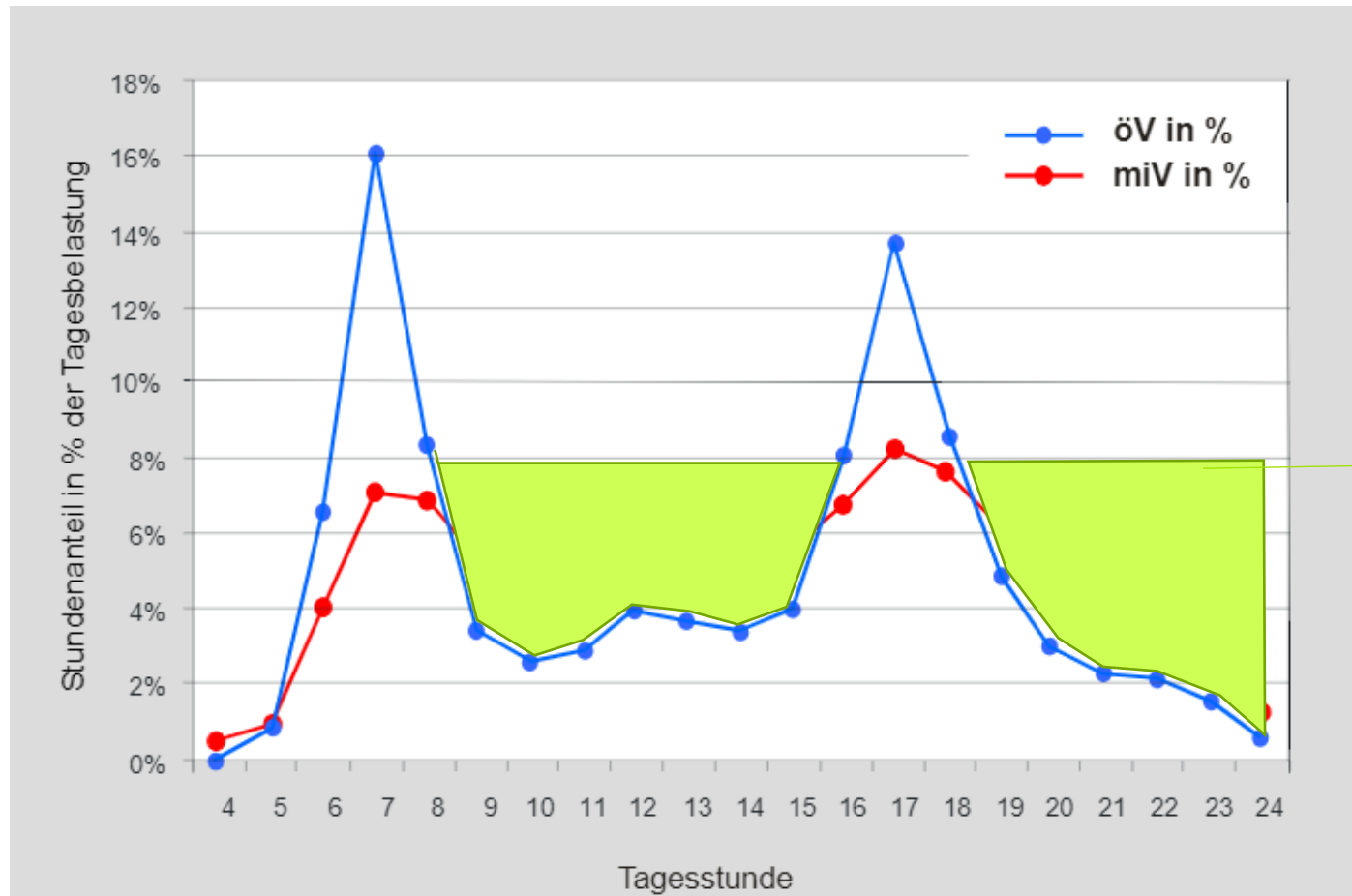


Freizeitverkehr



**Grosses Potenzial im Freizeitverkehr
(Ausflugsverkehr + Anlässe / Ausgang)**

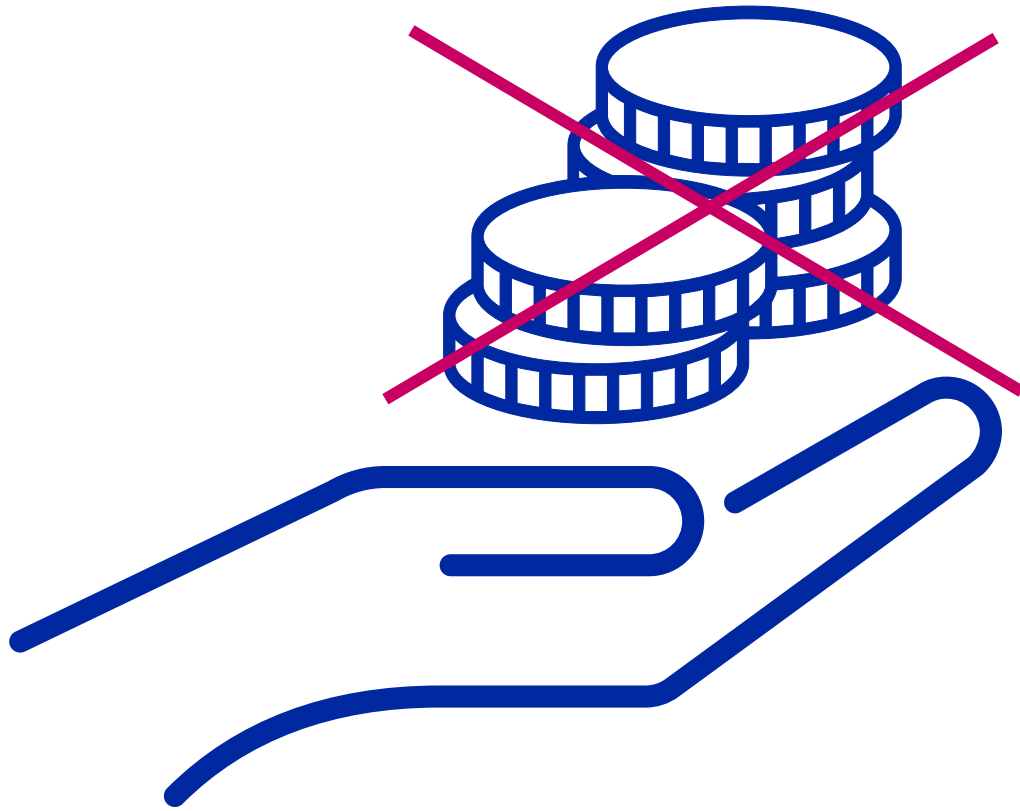
—○ Ziel: Modal Split erhöhen und Auslastung verbessern



ungenutzte, freie Kapazitäten

Win-Win-Situation:
Mehr Freizeitreisende während der **Nebenverkehrszeiten** erhöht Auslastung und trägt zum Modal Shift bei

—○ Partnerschaften der BLS



—○ Partnerschaften der BLS



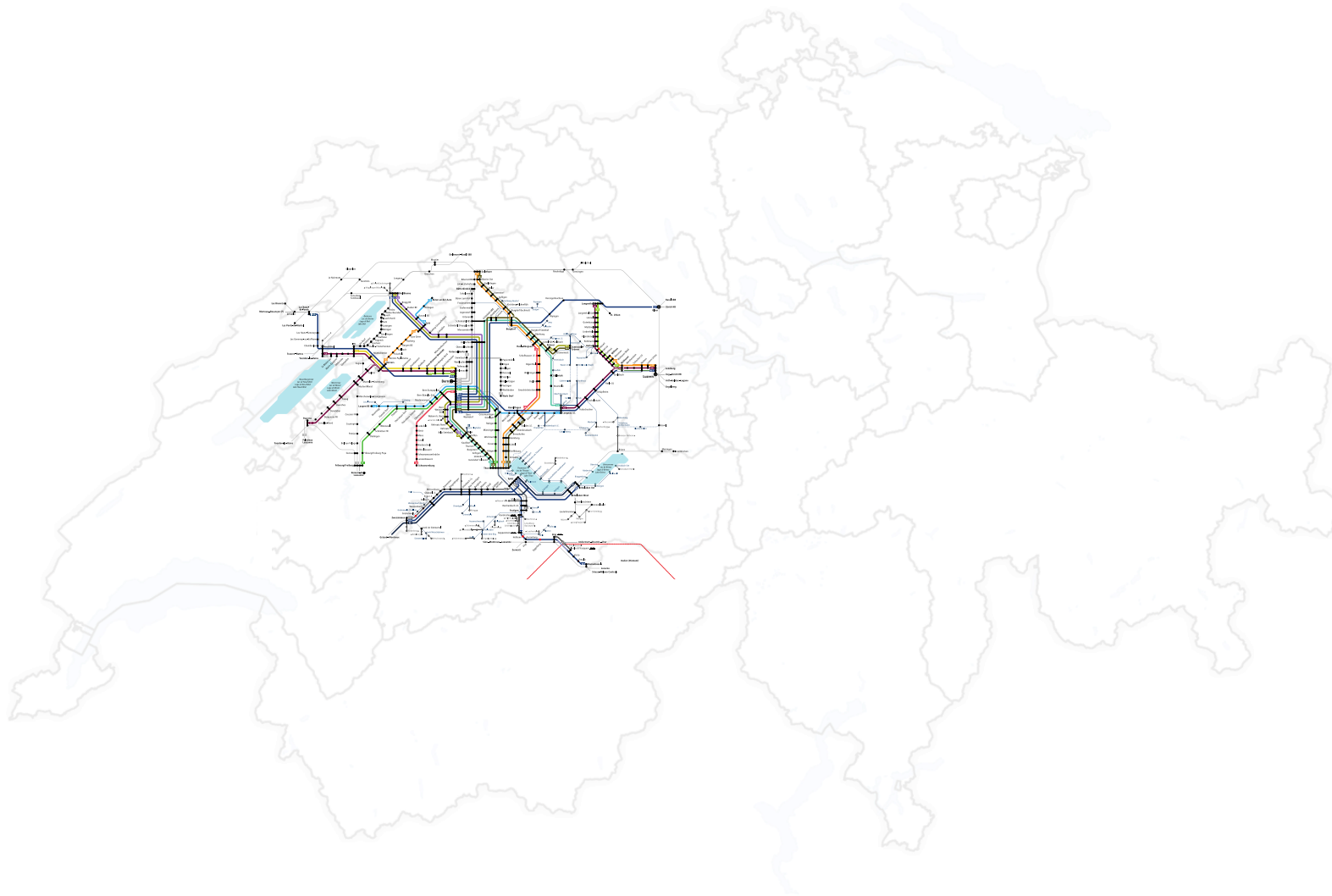
—○ Hockey und die BLS



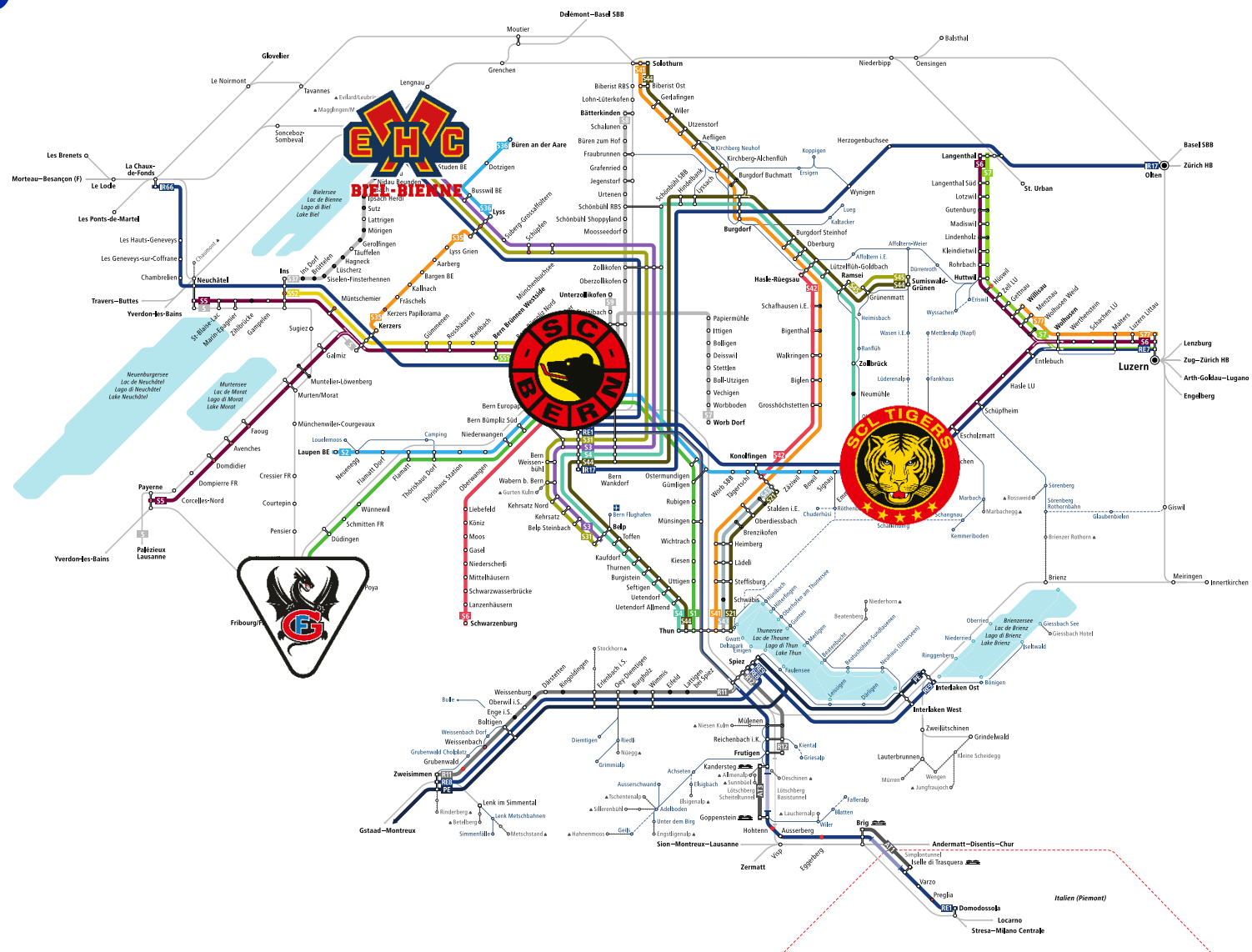
—○ Hockey und die BLS



—○ Hockey und die BLS



—○ Hockey und die BLS



6'600

17'000

6'000

9'000

38'500 Zuschauer:innen
(Zielgruppe BLS und damit
potenzielle öV-Nutzer:innen)

104 Heimspiele
24 Auswärtsspiele





u bls



—○ Herausforderung



—○ Herausforderung



—○ Idee



Partner

?



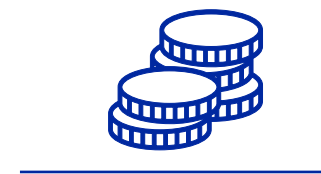
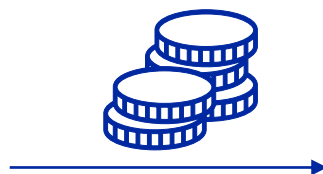
—○ Idee

Partner



—○ Idee

Partner



Idee





Bern

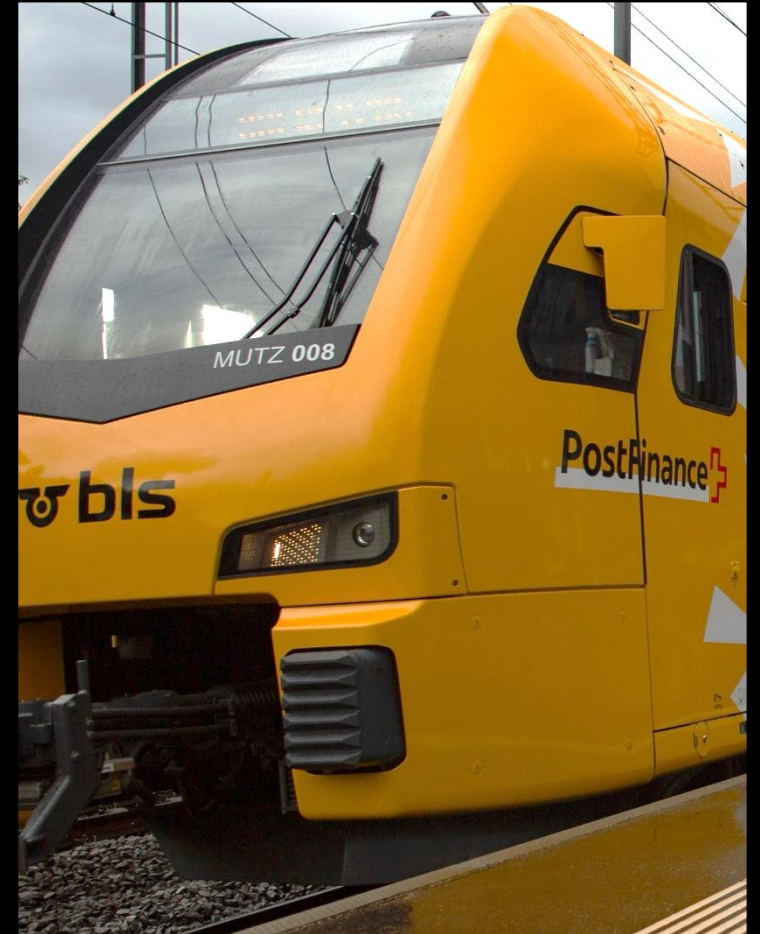
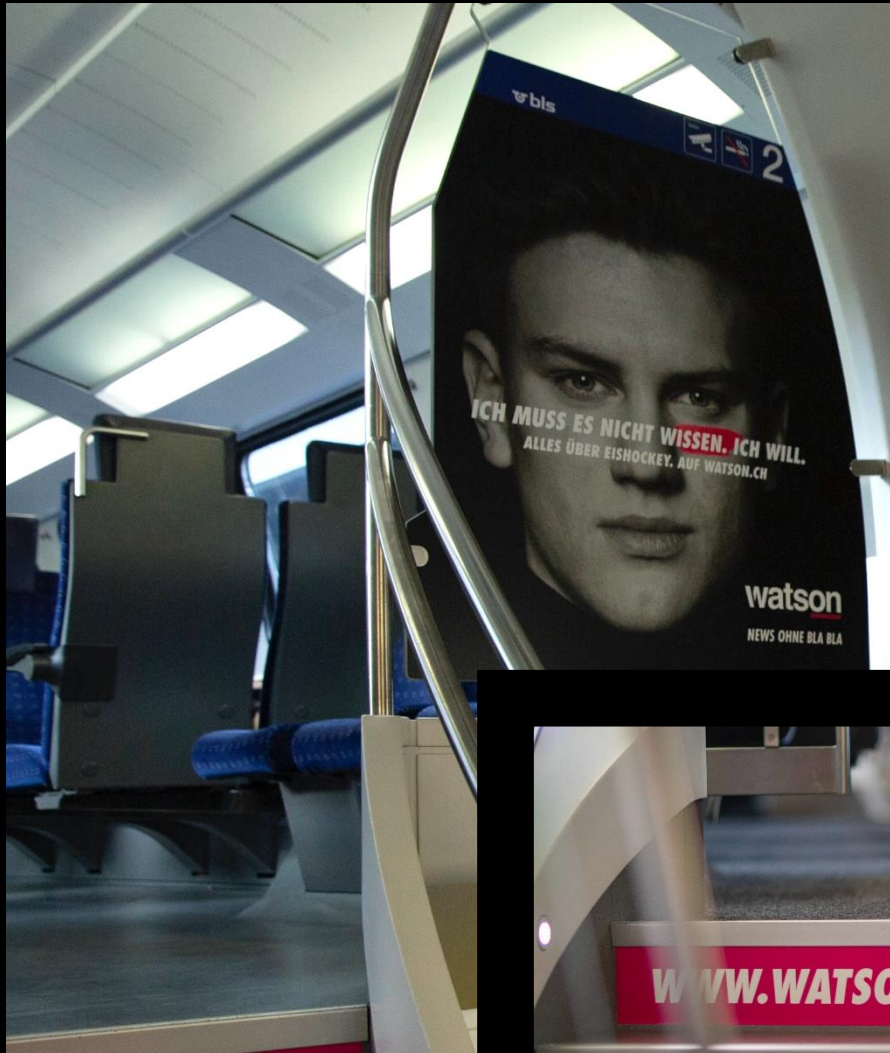
Brünnen Westside

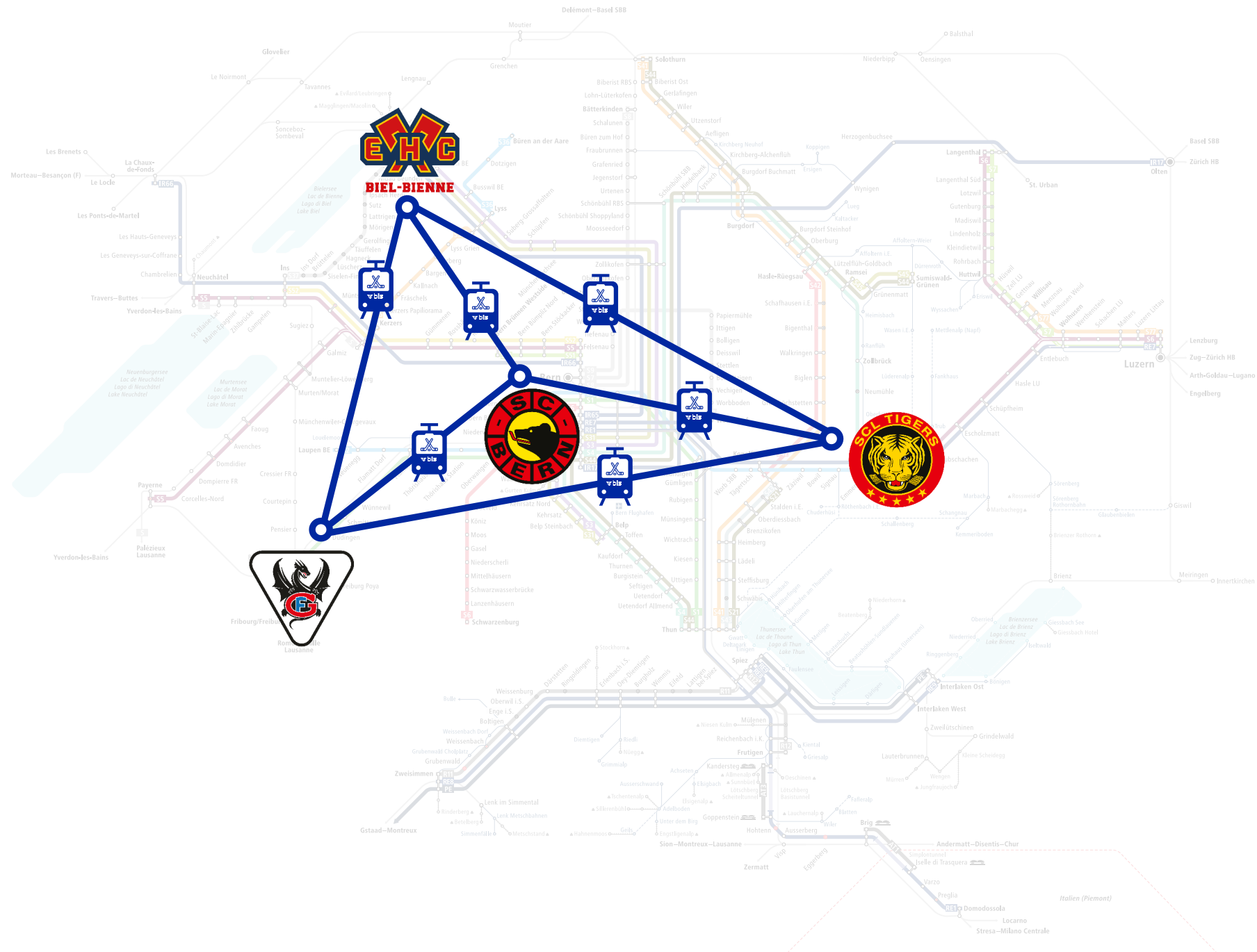
MUTZ 008

bls

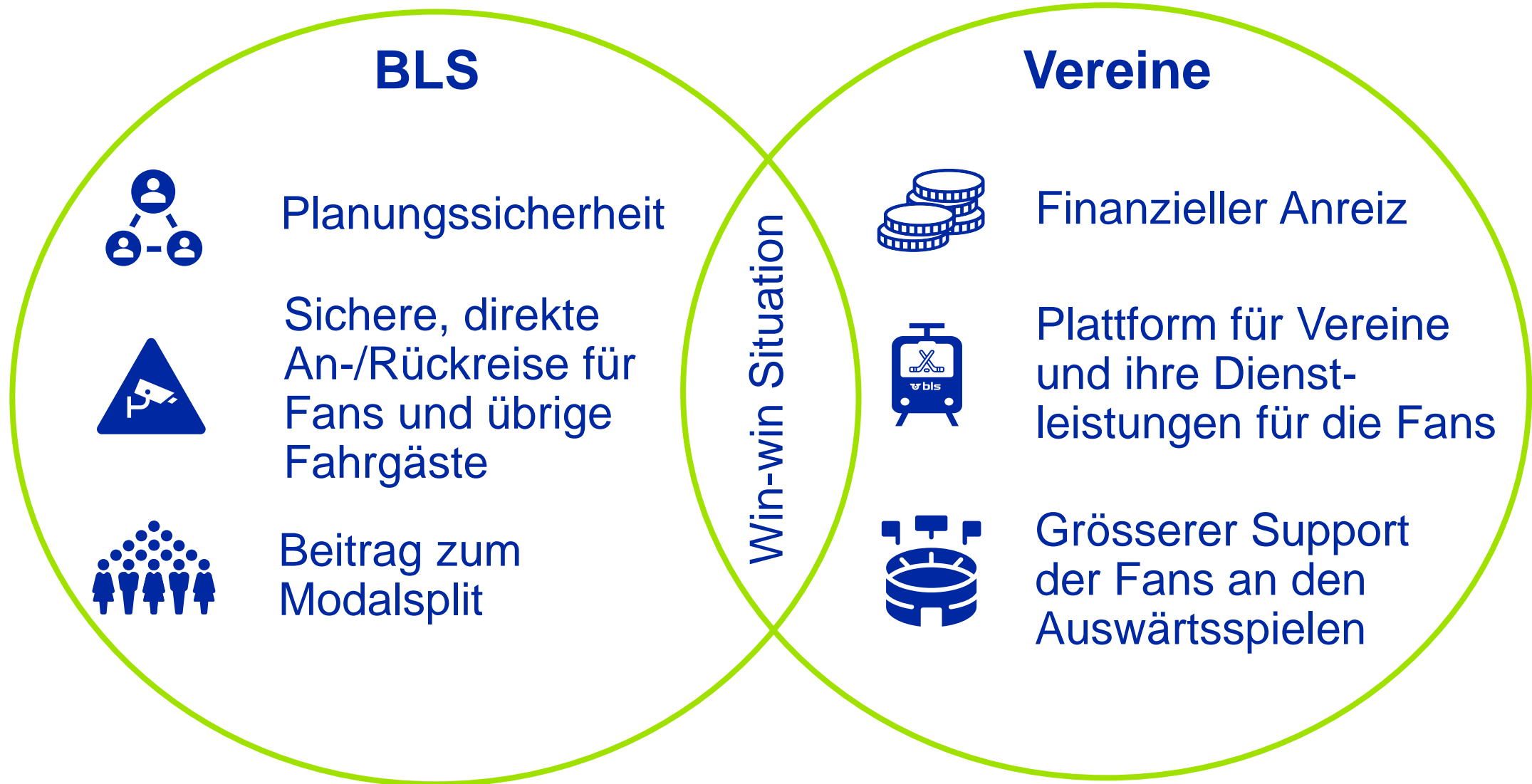
PostFinance

HOURLY

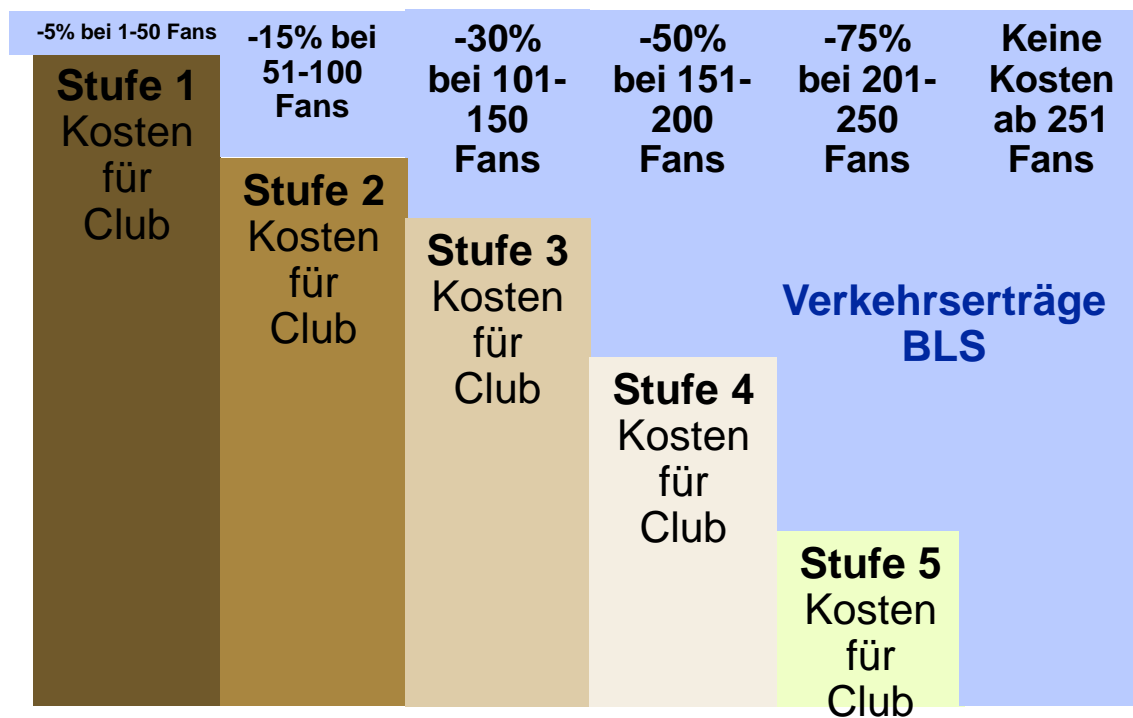




—○ Fanzug-Modell



Umsetzung



11 bestellte Fanzüge



2'081 transportierte Fans

—○ Aktuelle Herausforderungen

Transport
letzte Meile



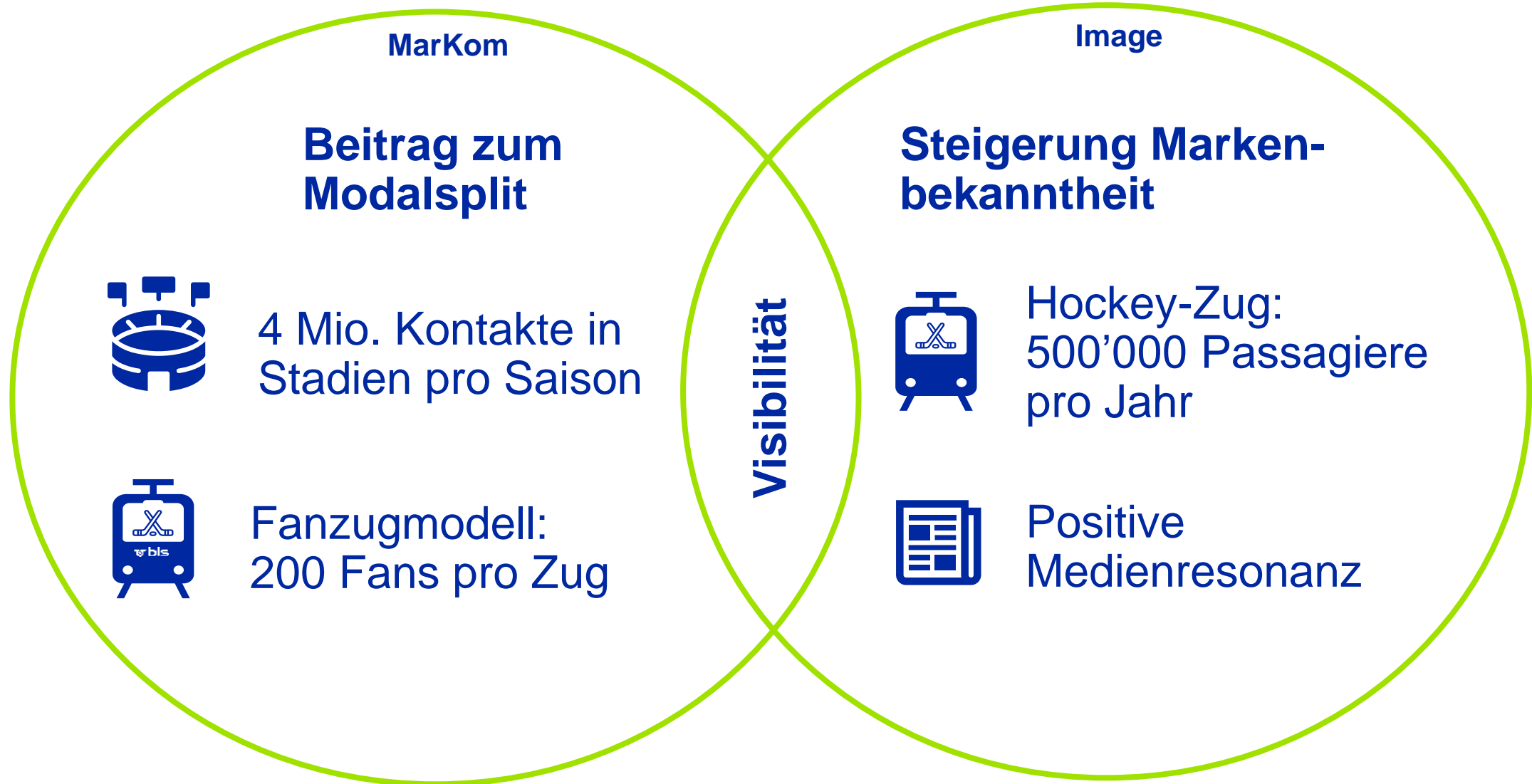
Vandalismus



Zusammenarbeit
Sicherheitsorgane

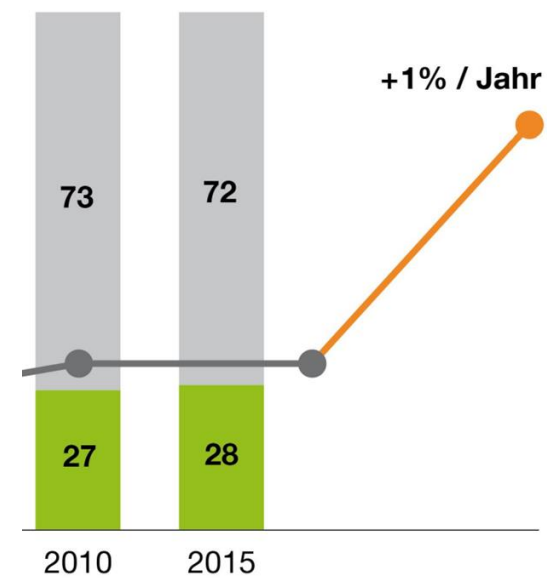


—○ Ziele und Wirkung



—○ Fazit

$$\text{BLS} + \text{X} + \text{PF} + \text{W} =$$



Danke.