

# The Urban Transport Benchmarking Initiative



Year 2 Project Update - Actualisation du Projet - 2<sup>e</sup> année - Aktueller Stand im 2. Projektjahr

## PROJECT BACKGROUND

The Urban Transport Benchmarking Initiative was launched in November 2003 and aims to promote best practices in urban mobility policy in cities across Europe.

L'initiative de benchmarking de transport urbain fut lancée en novembre 2003 dans le but de promouvoir la meilleure pratique en matière de politique de mobilité du transport urbain dans des villes de l'Europe entière.

Die Urban Transport Benchmarking Initiative startete im November 2003 und hat zum Ziel, beste Praktiken im Bereich der Mobilitätspolitik im städtischen Verkehr in ganz Europa zu fördern.



During the project's first two years participants in the initiative have collected data relating to a set of 25 common indicators as well as the indicators defined by one of four thematic working groups.

Au cours des deux premières années du projet, les participants à l'initiative ont recueilli des données se rapportant à un ensemble de 25 indicateurs communs, ainsi qu'aux indicateurs définis par l'un des quatre groupes de travail thématiques.

Während der ersten beiden Projektjahre haben die Teilnehmer der Initiative Daten zu 25 gemeinsamen Indikatoren sowie zu den von einer der vier thematischen Arbeitsgruppen definierten Indikatoren gesammelt.



The Urban Transport Benchmarking Initiative website can be found at:

Le site web de l'initiative de benchmarking du transport urbain se trouve à l'adresse suivante :

Die Webadresse der Urban Transport Benchmarking Initiative lautet:

[www.transportbenchmarks.org](http://www.transportbenchmarks.org)

... some sections are available in French, German and English

Il comporte des rubriques en français, en allemand et en anglais.

Teile der Website sind auf Französisch, Deutsch und



## The Working Group Approach

The Urban Transport Benchmarking Initiative is structured around the activities of thematic working groups, which are based upon topics chosen by the participating cities. The topics and activities of the groups are outlined below:

L'initiative de benchmarking du transport urbain s'articule autour des activités des groupes de travail thématiques qui se basent sur des sujets que les villes participantes ont choisis. Les sujets et les activités des groupes sont décrits ci-dessous :

Die Urban Transport Benchmarking Initiative gliedert sich in thematische Arbeitsgruppen, die sich auf die von den beteiligten Städten gewählten Themenbereiche konzentrieren. Themen und Aktivitäten der Gruppen werden im Folgenden beschrieben:

### Behavioural & Social Issues in Public Transport

The Behavioural and Social Issues in Public Transport working group has considered the effect public transport marketing has upon travel behaviour. During year two the focus has been upon younger people (aged 10-25) as a target user group.



Le groupe travaillant sur les Questions comportementales et sociales dans les transports publics a envisagé les effets que le marketing des transports publics peut avoir sur le comportement en matière de transport. Au cours de la deuxième année, l'accent a été porté sur les jeunes (âgés entre 10 et 25 ans) comme groupe cible d'utilisateurs.



Die Arbeitsgruppe „Verkehrsverhalten und soziale Themen des öffentlichen Verkehrs“ beschäftigte sich mit den Auswirkungen, die das Marketing des öffentlichen Verkehrs auf das Verkehrsverhalten hat. Im zweiten Jahr lag der Schwerpunkt auf jüngeren Menschen (im Alter von 10-25 Jahren) als Ziel-Nutzergruppe.

### Cycling

The Cycling working group has sought to identify good practices in urban cycling provision. During year two the group has considered how cities measure the impacts of their cycling policies, the marketing techniques they use to promote urban cycling as a mode of transport and the integration of cycling with public transport modes.



Le groupe de travail sur le Cyclisme a cherché à identifier les bonnes pratiques en matière d'infrastructures cyclables. Au cours de la deuxième année, le groupe a étudié de quelle manière les villes mesurent les impacts de leurs politiques en matière de cyclisme, les techniques de marketing qu'elles emploient pour promouvoir le cyclisme en ville comme mode de transport et l'intégration du cyclisme aux modes de transport public.



Die Radfahrer-Arbeitsgruppe setzte sich zum Ziel, gute Praktiken bei radfahrerfreundlichen Maßnahmen im städtischen Raum zu identifizieren. Im zweiten Projektjahr beschäftigte sich die Gruppe damit, wie Städte die Wirkung ihrer Radfahrpolitik messen, welche Marketingtechniken sie verwenden, um Radfahren in der Stadt als Fortbewegungsart zu fördern und wie sie das Radfahren in den öffentlichen Verkehr integrieren.

## The Working Group Approach



### Demand Management

During year one the group focused upon the reallocation of road space for modes other than private motorised transport and observed good practice examples in Oulu, London and Barcelona. In year two of the project the group's attention has focused upon the integration between land use planning and demand management measures.

Au cours de la première année, le groupe s'est intéressé à la réaffectation de l'espace routier pour les modes de transport autres que les transports motorisés privés et a observé des cas de bonne pratique à Oulu, Londres et Barcelone. Lors de la deuxième année, le groupe a tourné son attention sur l'intégration entre l'aménagement du territoire et les mesures de gestion de la demande.

Im ersten Jahr konzentrierte sich die Gruppe auf die Neuzuweisung von Straßenraum für andere Verkehrsmittel als die private motorisierte Fortbewegung und betrachtete Beispiele guter Praktiken in Oulu, London und Barcelona. Im zweiten Projektjahr legte die Gruppe ihr Augenmerk auf die Koordination der Flächennutzungsplanung mit Maßnahmen zur Nachfragerlenkung.



### Public Transport Organisation and Policy

The Public Transport Organisation and Policy working group identified operator contracts with local public transport authorities as one of the key tools which can be used to improve public transport. The group's work during year two of the project has compared the types of contracts used in urban transport and will lead to the development of a model contract for wider use.

Le groupe de travail intitulé Organisation et politique des transports publics a identifié les contrats qui existent entre exploitants et autorités publiques locales chargées des transports, comme étant l'un des outils clés pouvant être utilisés pour améliorer les transports publics. Le travail du groupe au cours de la deuxième année du projet a consisté à comparer les types de contrats utilisés dans les transports urbains et aboutira à l'élaboration d'un contrat modèle destiné à une utilisation plus généralisée.



Die Arbeitsgruppe zu Organisation und Unternehmenspolitik öffentlicher Verkehrsunternehmen stellte fest, dass Verträge zwischen Betreibern und Verkehrsbehörden vor Ort zu den wichtigsten Instrumenten gehören, die zur Verbesserung des öffentlichen Verkehrs eingesetzt werden können. Die Arbeit der Gruppe im zweiten Projektjahr beinhaltete einen Vergleich der Vertragstypen, die im öffentlichen Verkehr verwendet werden, und wird zur Entwicklung eines Modellvertrags führen, den viele Städte nutzen können.

The centrefold pages of this brochure contain summaries of 4 case studies which relate to good practices observed by each of the working groups. Further examples can be found at [www.transportbenchmarks.org](http://www.transportbenchmarks.org).

Les pages du milieu de cette brochure comportent des récapitulatifs des quatre études de cas concernant les bonnes pratiques observées par chacun des groupes de travail. D'autres exemples figurent sur le site [www.transportbenchmarks.org](http://www.transportbenchmarks.org).

Auf den ausklappbaren Mittelseiten dieser Broschüre stehen die Zusammenfassungen von 4 Fallstudien guter Praktiken, die von den einzelnen Arbeitsgruppen ermittelt wurden. Weitere Beispiele sind unter [www.transportbenchmarks.org](http://www.transportbenchmarks.org) zu finden.

### CONTACT DETAILS

Transport & Travel Research Ltd

Minster House  
Minster Pool Walk  
Lichfield  
Staffordshire  
WS13 6QT  
UNITED KINGDOM

Tel: +44 (0) 1543 416416  
[www.ttr-ltd.com](http://www.ttr-ltd.com)

International Association of Public Transport (UITP)

Rue 6 St Marie,  
B-1080 Brussels  
BELGIUM

Tel: +32 26736100  
[www.uitp.com](http://www.uitp.com)

The Regional Environmental Center for Central and Eastern Europe (REC)

Ady Endre út 9-11  
2000 Szentendre,  
HUNGARY

Tel: (36-26) 504-000  
[www.rec.org](http://www.rec.org)

For further information about the project please e-mail Sarah Clifford or Neil Taylor at:

Pour de plus amples renseignements sur le projet, veuillez contacter par e-mail Sarah Clifford ou Neil Taylor à :

Wenn Sie weitere Informationen zum Projekt erhalten möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an Sarah Clifford oder Neil Taylor unter:

[benchmarking@ttr-ltd.com](mailto:benchmarking@ttr-ltd.com)

### Getting Involved - Possibilité de participation - Teilnahmebedingungen

The Urban Transport Benchmarking Initiative is open to Local Government representatives, transport operators and other organisations with responsibility for urban transport at local or city level. Taking part involves attending two conferences and three working group site visits per year as well as collecting data for a number of urban transport indicators. If you wish to get involved please contact the project team by e-mail at: [benchmarking@ttr-ltd.com](mailto:benchmarking@ttr-ltd.com)



L'initiative de benchmarking du transport urbain est ouverte aux représentants des gouvernements locaux, aux exploitants de transport et autres organisations chargées des transports urbains au niveau local ou municipal. Pour prendre part à cette initiative, il est nécessaire de participer tous les ans à deux conférences et trois visites sur place du groupe de travail, ainsi que de recueillir des données pour un certain nombre d'indicateurs concernant les transports urbains. Si vous souhaitez y participer, veuillez contacter l'équipe de projet par e-mail à : [benchmarking@ttr-ltd.com](mailto:benchmarking@ttr-ltd.com)



Die Urban Transport Benchmarking Initiative steht Repräsentanten von Stadt- und Kommunalverwaltungen, Verkehrsbetrieben und anderen Organisationen offen, die Verantwortung für den städtischen Verkehr auf kommunaler oder städtischer Ebene tragen. Eine Teilnahme beinhaltet den Besuch zweier Konferenzen und drei Besuche vor Ort mit der jeweiligen Arbeitsgruppe, sowie das Sammeln von Daten zu einer Reihe von Indikatoren des städtischen Verkehrs. Wenn Sie sich beteiligen möchten, wenden Sie sich bitte per E-Mail an das Projektteam unter folgender Adresse: [benchmarking@ttr-ltd.com](mailto:benchmarking@ttr-ltd.com)



## GOOD PRACTICE CASE STUDIES OBSERVED BY THE BENCHMARKING WORKING GROUPS

### Public transport for younger people in Paris Les transports publics pour les jeunes à Paris Öffentlicher Verkehr für jüngere Menschen in Paris

In Paris people aged 12-26 are able to benefit from "Imagin'R" - a transport fare package and loyalty scheme designed to offer reduced travel (between 30% and 50% reductions) for trips in the city of Paris and the Ile de France region, on all days of the week, in all travel zones. The scheme was introduced in 1998 with the simple goal to "help you go further during your free time" and was one of the first integrated tickets to be used in Paris.



The core target market is the 900,000 people aged 10-25 that live in Paris and the success of the scheme can be measured by the 75% penetration rate of the core market (680,000 card holders). Positive advertising, focusing on full mobility and living life to the full, a dedicated website, and attractive offers through promotional ties with the city's cinema chains, major retailers and Euro Disney have been used to develop a "cool" brand for public transport, which is attractive to younger people.



À Paris, les jeunes âgés entre 12 et 26 ans peuvent profiter de la carte "Imagin'R", titre de transport de fidélité conçu pour offrir des tarifs de transport à prix réduits (de 30 % à 50 % moins chers) pour des trajets dans la ville de Paris et la région Île de France, tous les jours de la semaine, dans toutes les zones. Cette initiative a été lancée en 1998 dans le simple but de "vous aider à aller plus loin pendant vos temps libres". Il s'agit là de l'un des tous premiers billets intégrés offerts à Paris.

Le marché cible visé est les 900 000 personnes âgées entre 10 et 25 ans qui vivent à Paris. Le taux de pénétration de 75 % du marché cible (680 000 titulaires de carte) confirme bien le succès du programme. L'élaboration d'une marque "cool" pour les transports publics, qui soit attrayante pour les jeunes, a été rendue possible par une campagne publicitaire positive, se concentrant sur une mobilité complète et vivre sa vie à plein, un site Internet dédié, des réductions attrayantes par des offres promotionnelles combinées à des chaînes de cinéma de la ville, des détaillants de premier ordre et Euro Disney.

In Paris können Menschen von 12 bis 26 Jahren „Imagin'R“ nutzen, ein Fahrpreispaket und Treuebonussystem, mit dem verbilligte Fahrkarten (um 30% bis 50% günstiger) für Fahrten in die Pariser City und die Region Ile de France angeboten werden – an allen Wochentagen und in allen Tarifzonen. Das System wurde 1998 eingeführt, mit dem einfachen Ziel, den Nutzern zu ermöglichen „in der Freizeit weiter zu gehen“ und war eines der ersten integrierten Tickets, die in Paris angeboten wurden.



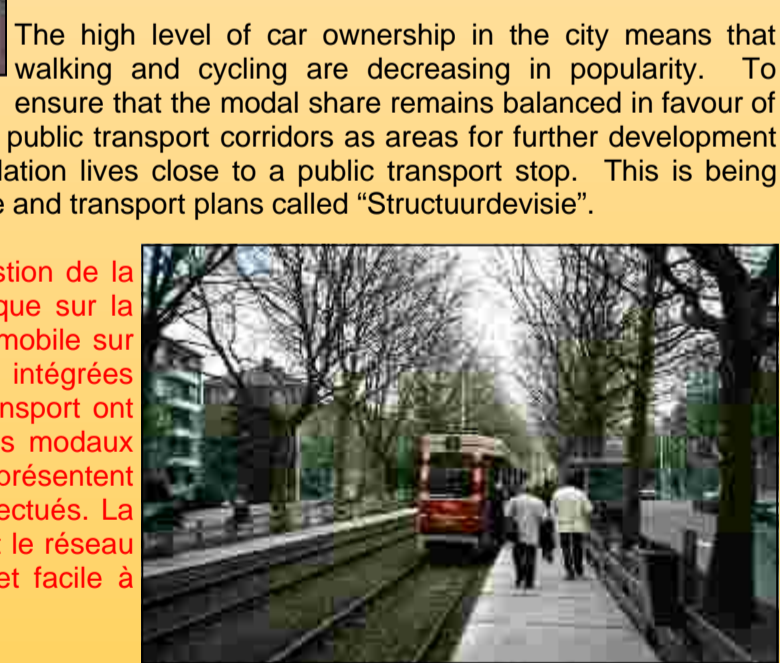
Hauptzielgruppe sind die 900 000 Menschen im Alter von 10-25 Jahren, die in Paris leben, und der Erfolg der Maßnahme ist an der Durchdringungsrate dieses Hauptmarkts von 75% (680 000 Karteninhaber) abzulesen. Positive Werbung mit Schwerpunkten auf „voll mobil“ und „das Leben voll auskosten“, eine eigene Website und attraktive Angebote durch gemeinsame Absatzförderungsmaßnahmen mit den großen Kinobetreibern der Stadt, mit großen Einzelhandelsketten und Euro Disney wurden eingesetzt, um ein „cooles“ Image des öffentlichen Verkehrs zu fördern, das für jüngere Menschen attraktiv ist.

### Land use and demand management in The Hague Aménagement du territoire et gestion de la demande à La Haye Flächennutzung und Nachfragelenkung in Den Haag



The Hague has been identified by the demand management group as a best practice example of how to minimise the impact of car traffic in the urban environment. Integrated land use and transport planning policies have enabled The Hague to achieve high modal shares for walking and cycling (more than 50% of all trips). The city is a pleasant place to cycle and the public transport network is integrated, affordable and easy to use.

The high level of car ownership in the city means that walking and cycling are decreasing in popularity. To ensure that the modal share remains balanced in favour of sustainable modes, city council plans to target public transport corridors as areas for further development in order that a greater proportion of the population lives close to a public transport stop. This is being achieved through the use of integrated land use and transport plans called "Structuurdevisie".



La Haye a été identifiée par le groupe de gestion de la demande comme exemple de meilleure pratique sur la façon de minimiser les impacts du trafic automobile sur l'environnement urbain. Des politiques intégrées d'aménagement du territoire et de plan de transport ont permis à La Haye de parvenir à des partages modaux élevés pour la marche à pied et le vélo, qui représentent plus de la moitié de l'ensemble des trajets effectués. La ville est un endroit agréable où faire du vélo et le réseau de transports publics est intégré, abordable et facile à utiliser.

Le fort degré de motorisation dans la ville signifie que la marche à pied et le vélo sont en train de baisser de popularité. Pour veiller à ce que le partage modal reste équilibré en faveur de modes durables, le conseil municipal a l'intention de développer les couloirs pour les transports publics afin qu'une plus forte proportion des habitants vivent à proximité d'un arrêt de transports publics. Pour y parvenir, il a mis en œuvre des programmes intégrés d'aménagement du territoire et de plan de transport intitulés "Structuurdevisie".



Den Haag wurde von der Arbeitsgruppe zur Nachfragelenkung als Beispiel bester Praktiken zur Minimierung der negativen Auswirkungen ausgewählt, die der Autoverkehr auf die städtische Umgebung hat. Eine aufeinander abgestimmte Flächennutzungs- und Verkehrsplanungspolitik hat in Den Haag hohe Modalwertanteile für „zu Fuß gehen“ und „Rad fahren“ hervorgebracht (über 50% aller Wege werden zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurückgelegt). Die Stadt ist ein angenehmer Ort für Fahrradfahrer und das öffentliche Verkehrsnetz ist integriert, bezahlbar und leicht zu benutzen.

Der hohe Autobesitzeranteil in der Stadt heißt, dass „zu Fuß gehen“ und „Rad fahren“ an Beliebtheit verlieren. Um zu gewährleisten, dass der Modalwertanteil der nachhaltigen Fortbewegungsmittel auch in Zukunft überwiegt, will der Stadtrat Nahverkehrskorridore als „Entwicklungsbereiche“ ins Auge fassen, damit ein größerer Bevölkerungsanteil in der Nähe einer Haltestelle des öffentlichen Verkehrs lebt. Dieses Ziel wird durch eine integrierte Flächennutzungs- und Verkehrsplanung mit der Bezeichnung „Structuurdevisie“ erreicht.

### Cycling measures in Brescia Promotions du cyclisme à Brescia Radfahrpolitik in Brescia

In Brescia the city's cycling tradition is being reinvigorated through; extensions to the existing cycle network, the provision of secure cycle parking facilities and the integration of cycling with the city's public transport modes. Modal share figures indicate that private car use dwarfs cycling, although the developing cycle network can now offer a cycle journey time to the city centre which rivals car access, due to the traffic congestion at peak times in the city. The city's, predominantly segregated, cycle network has trebled in size since 2001 and plans to continue enlarging it are in place.



Cycling is also being promoted as the best way to tour the city, with secure cycle parking being established at key tourist sites in the city accompanied by directional signage and cycle route maps which are being produced for the cycle network. School children and their families are also the target of a marketing campaign to raise awareness about cycling and its associated health benefits.



À Brescia, la tradition cyclable de la ville connaît un véritable regain : élargissements du réseau cyclable existant, construction de parkings à vélo sûrs et intégration du cyclisme dans les modes de transport public de la ville. Les chiffres du partage modal indiquent que la voiture particulière reste de loin prépondérante par rapport au cyclisme, bien que le réseau cyclable élargi offre désormais un temps de trajet à vélo au centre-ville qui rivalise celui en voiture, en raison des encombrements qui paralysent la ville aux heures de pointe. Le réseau cyclable municipal, en majeure partie sur voies séparées, a triplé de taille depuis 2001 et continue de s'agrandir.

Une campagne promotionnelle présente le cyclisme comme étant le meilleur moyen de se déplacer en ville, des parkings à vélo sûrs ayant été installés dans des lieux touristiques clés de la ville, accompagnés de panneaux indicateurs et de plans des pistes cyclables du réseau. Les écoliers et les familles sont également la cible d'une campagne marketing visant à accroître la prise de conscience du cyclisme et de ses avantages sur la santé.

In Brescia wurde die Radfahrtradition der Stadt durch die Erweiterung des bestehenden Fahrradwegenetzes, die Bereitstellung sicherer Fahrradabstellplätze und die Einbeziehung des Radfahrens in die öffentlichen Verkehrsmittel der Stadt wiederbelebt und gestärkt. Modalwerte der Transportmittelanteile weisen darauf hin, dass die Benutzung privater PKWs zum Schrumpfen des Fahrradverkehrs führt, obwohl das im Ausbau befindliche Radwegenetz jetzt eine Radfahrzeit ins Stadtzentrum ermöglicht, die – aufgrund der Verkehrsdichte zu Spitzenverkehrszeiten – der für die Fahrt mit dem Auto benötigten Zeit Konkurrenz macht. Das vorwiegend abgetrennte Radwegenetz der Stadt hat seine Länge seit 2001 verdreifacht und weitere Vergrößerungen sind geplant.



Radfahren wird auch als die beste Möglichkeit, die Stadt zu erkunden, angepriesen, wobei zugleich sichere Fahrradabstellplätze an wichtigen touristischen Anziehungspunkten der Stadt eingerichtet und Richtungshinweise und Fahrradwegkarten für das Radwegenetz erstellt werden. Schulkinder und deren Familien sind ebenfalls Ziel einer Marketingkampagne, mit der das Radfahren und die damit verbundenen gesundheitlichen Vorteile mehr ins Bewusstsein gerückt werden sollen.

### Public Transport: Good quality in contracts Transports publics : Des contrats de bonne qualité Öffentlicher Verkehr: Service-Qualität in Verträgen



The contract between the Greater Stuttgart Region and the operator of the suburban railway network (S-Bahn) has contributed to the attainment and maintenance of high service quality performance levels. Objective quality indicators including; punctuality, cleanliness of trains and functioning of ticket machines, are set out in the contract, which specifies thresholds for the grant of a bonus or a malus. Punctuality is measured in real-time for every train at several stations and compared against the criteria in the contract. A malus is paid if less than 90% of trains arrive more than 3 minutes late in peak times.

The contract also includes six subjective quality indicators, such as the provision of information in the case of delay and in ordinary operating conditions, which are measured on a scale of 1 to 6. The revenue obtained from the penalties is used to improve the service. The real-time information service, managed from Stuttgart's central station, is partly funded by the revenues from the bonus/malus scheme.

Le contrat passé entre l'agglomération de Stuttgart et l'exploitant du réseau ferroviaire de banlieue (S-Bahn) a contribué à parvenir à des niveaux élevés de qualité de service, et à les maintenir. Le contrat définit des indicateurs de qualité objectifs : ponctualité, propreté des trains et fonctionnement des distributeurs de billets, et précise des seuils en vue de l'octroi d'un bonus et d'un malus. La ponctualité est mesurée en temps réel pour chaque train à plusieurs gares et est comparée aux critères stipulés dans le contrat. Un malus doit être payé lorsque l'objectif de ponctualité n'est pas satisfait, lequel prévoit que 90 % des trains au moins n'arrivent pas plus de trois minutes après l'heure programmée.



Le contrat comporte également six indicateurs de qualité subjectifs, comme par exemple l'apport d'informations en cas de retard et lors de conditions d'exploitation ordinaires ; ceux-ci sont mesurés sur une échelle de 1 à 6. Les revenus dégagés des pénalités sont employés à l'amélioration du service. Le service d'information en temps réel, géré à partir de la gare centrale de Stuttgart, est en partie financé par le programme de bonus/malus.



Der Vertrag zwischen dem Großraum Stuttgart und dem S-Bahn-Betreiber hat zur Erreichung und Aufrechterhaltung eines hohen Niveaus bei der Servicequalität geführt. Objektive Qualitätsindikatoren wie Pünktlichkeit, Sauberkeit der Züge und Funktionstüchtigkeit der Fahrkartenautomaten werden im Vertrag festgeschrieben, indem Grenzwerte angegeben werden, bei deren Überschreitung ein Bonus bzw. Malus fällig wird. Die Pünktlichkeit wird für jeden Zug an mehreren Stationen in Echtzeit gemessen und mit den Vertragskriterien verglichen. Ein Malus wird bezahlt, wenn das Pünktlichkeitsziel (90% der Züge haben nicht mehr als 3 Minuten Verspätung) nicht erreicht wird.

Der Vertrag beinhaltet auch sechs subjektive Qualitätsindikatoren, zum Beispiel die Bereitstellung von Informationen bei Verspätungen und unter normalen Betriebsbedingungen, die auf einer Skala von 1 bis 6 bewertet wird. Die über die Vertragsstrafen eingenommenen Mittel werden zur Verbesserung des Services verwendet. Der vom Stuttgarter Hauptbahnhof aus verwaltete Echtzeit-Informationsdienst wird zum Teil aus den Einnahmen durch das Bonus/Malus-System finanziert.