Aktionstag

Kategorie
- Kommunikation

Zielgruppe
- Auszubildende
- Beschäftigte
- Erwachsene
- Jugendliche
- Kinder
- mobilitätseingeschränkte Personen
- Pendler
- Schülerinnen und Schüler
- Seniorinnen und Senioren
- Studierende

Projektphase
- Umsetzung

Quelle: berlin-event-foto.de/Peter-Paul Weiler

Was ist ein Aktionstages?

Durch die Vorstellung neuer sowie bestehender Mobilitätsangebote wird mit einem Aktionstag das Ziel verfolgt, neue Kundschaft für die Nutzung der Mobilitätsangebote zu gewinnen. Ein Aktionstag kann beispielsweise von Kommunen, Verkehrsunternehmen oder anderen Mobilitätsanbietern durchgeführt werden. Zusätzlich soll auch die bestehende Kundschaft an das Angebot gebunden werden. Durch das Bewerben und ggf. Ausprobieren des Produktes werden Hemmnisse und Unsicherheiten bei der Nutzung abgebaut.

Der Aktionstag kann auf unterschiedliche Art und Weise (Größe, Umfang und Aktivitäten) ausgestaltet werden. Mögliche Formate sind:

- Das Aufstellen von Informationsständen in einer Fußgängerzone oder auf dem Marktplatz,
- ein groß angelegtes Event mit Testfahrten (z. B. mit E-Bikes), persönlicher Beratung (z. B. zu einer Mobilitätsplattform), Verpflegung und Vorträgen,
- oder die Eröffnung neuer Angebote, wie einer Mobilitätsstation, kann durch einen Aktionstag begleitet werden.

Grundsätzlich eignen sich Aktionstage für die Ansprache der gesamten Bevölkerung. Wenn bestimmte Mobilitätsangebote besonders beworben werden sollen, muss der Aktionstag auf die Zielgruppen, die das Angebot primär nutzen, ausgerichtet sein. Zum Beispiel kann ein Aktionstag speziell für Seniorinnen und Senioren veranstaltet werden, falls der Bekanntheitsgrad eines Seniorentaxis gesteigert werden soll. Tendenziell eignet sich ein Aktionstag besonders für Zielgruppen, für die der persönliche und direkte Kontakt einen hohen Stellenwert besitzt (wie Seniorinnen und Senioren) oder für die das Ausprobieren vor Ort wichtig ist (insbesondere Kinder und Jugendliche).

Welche Vorteile bietet ein Aktionstag?

Im Vergleich zu anderen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen ermöglicht ein Aktionstag den persönlichen Kontakt zu den Nutzerinnen und Nutzern vor Ort und es können unterschiedliche Aktivitäten und Programmpunkte kombiniert werden. Aktionstage besitzen einen eher informellen Charakter und erzeugen eine hohe Sichtbarkeit. Sie lassen sich gut mit weiteren Kommunikations- und Marketingmaßnahmen wie der Mobilitätsberatung, Give-Aways oder Flyern kombinieren.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Aktionstage sollten im Vorfeld aktiv beworben werden, beispielsweise in der Lokalpresse, in Newslettern oder durch Aushänge, um die gewünschte Anzahl an Teilnehmerinnen und Teilnehmern zu gewinnen. Je nach Umfang und Ausgestaltung des Aktionstages variieren die damit verbundenen Kosten stark. Personelle Kapazitäten werden sowohl für die Planung als auch für die Durchführung benötigt. Weitere Kosten können sich beispielsweise für Werbe- und Informationsmaterial, externes Personal, den Auf- und Abbau von Info-Ständen, Verpflegungsmöglichkeiten oder Mieten ergeben. Die geplanten Aktivitäten und die damit verbundenen Kosten sollten im Verhältnis zu der genauen Zielsetzung des Aktionstages und der zu erwartenden Wirkung betrachtet werden. Aktionstage eigenen sich sowohl bei der Eröffnung oder Einführung von Angeboten als auch im laufenden Betrieb.

Verwandte Beispiele aus der Praxis

Bürgerdialog bei der Erstellung Innerstädtischer Radkonzepte im Landkreis Marburg-Biedenkopf (https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/buergerdialog-bei-der-erstellung-innerstaedtischer-radkonzepte-im-landkreis-marburg)
Initiative RadKULTUR: Radverkehrskommunikation in Baden-Württemberg (https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/initiative-radkultur-radverkehrskommunikation-baden-wuerttemberg)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Broschüre (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/broschuere)
Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Flyer (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/flyer)
Informationsveranstaltung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/informationsveranstaltung)
Tag der offenen Tür bei einem Nahverkehrsbetrieb (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/tag-der-offenen-tuer-bei-einem-nahverkehrsbetrieb)

Quellen

Kagermeier, Andreas, 2004: Verkehrssystem- und Mobilitätsmanagement im ländlichen Raum. Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung. Zugriff: andreas.kagermeier.de, Publikationen, < 2005 [abgerufen am 15.12.2023].

Smartmove, 2016: Smart Solutions, Promoting rural public transport use through active mobility consultancy. Zugriff: www.smartmove-project.eu [abgerufen am 24.04.2020].*

***Hinweis: Die Seite ist nicht mehr abrufbar (28.11.2022).**