



Radverkehrskommunikation

Attraktive Bilder und das Aufzeigen von Gelegenheiten machen den Umstieg auf das Fahrrad erstrebenswert. Durch gezielte Kommunikation kann die Nutzung von Fahrradangeboten erhöht werden.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/radverkehrskommunikation>



Quelle: Roibu / Getty Images

Information von Personen mit politischer Entscheidungsbefugnis

Die Entwicklung eines attraktiven Mobilitätsangebotes erfordert politischen Rückhalt und muss aktiv bei den Personen mit politischer Entscheidungsbefugnis beworben werden.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/information-von-personen-mit-politischer-entscheidungsbefugnis>



Quelle: Peepo / Getty Images

Newsletter

Ein Newsletter ist eine Rundmail, die dazu dient, kostengünstig und schnell die Kundschaft oder Interessierte über Mobilitätsangebote zu informieren. Die Kundenbindung kann somit erhöht werden.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/newsletter>



Tag der offenen Tür bei einem Nahverkehrsbetrieb

Ein Tag der offenen Tür bei einem Nahverkehrsbetrieb ist ein Event, das Interessierten einen Blick hinter die Kulissen ermöglicht. Ziel ist es, auf unterhaltsame Weise über den ÖPNV zu informieren.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/tag-der-offenen-tuer-bei-einem-nahverkehrsbetrieb>



Quelle: Fotodelux / Getty Images

Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie

Eine Marketing- und Kommunikationsstrategie kann dazu beitragen, ein positives Umfeld für die Einführung der jeweiligen Maßnahme zu schaffen und beeinflusst langfristig die Wahrnehmung der Maßnahme.

Link zum Abruf:
<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie>



Quelle: Bildkraftwerk / Laurin Schmid

Flyer

Ein Flyer vermittelt kurz und prägnant zentrale Information zu einem Mobilitätsangebot und eignet sich gut zur breiten Verteilung.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/flyer>



Quelle: Nodar Chernishev / EyeEm / Getty Images

Berichterstattung in Lokalmedien

Durch die Berichterstattung zu Mobilitätsangeboten in Lokalmedien kann eine hohe Aufmerksamkeit erzeugt werden und die Bekanntheit sowie das Verständnis der Angebote gesteigert werden.

Link zum Abruf:
<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/berichterstattung-lokalmedien>



Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Informationsveranstaltung

Eine Informationsveranstaltung informiert die Öffentlichkeit über neue Mobilitätsangebote und bietet eine Plattform zum Austausch, um die Bekanntheit und das Verständnis der Angebote zu steigern.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/informationsveranstaltung>



Quelle: Oleksandr Filon / Getty Images (verändert)

Informationsbildschirm

Ein Informationsbildschirm stellt in Fahrzeugen oder an Haltestellen des ÖPNV Echtzeit-Information zu An- und Abfahrten bzw. zum Linienverlauf dar.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/informationsbildschirm>



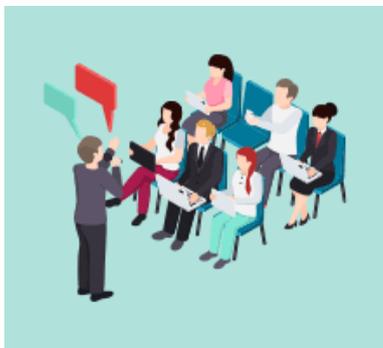
Quelle: Bildkraftwerk / Laurin Schmid

Fahrplanheft

Ein Fahrplanheft ist ein gebundenes Heft mit Informationen zu Fahrplänen verschiedener öffentlicher Mobilitätsangebote. Es dient der Informationsbündelung für Nutzerinnen und Nutzer.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/fahrplanheft>



Mobilitätscoaching

Mentorinnen und Mentoren zeigen Personen mit wenig Erfahrung mit einem Mobilitätsangebot oder Verkehrsmittel, wie das Angebot genutzt werden kann, um Hemmschwellen bei der Nutzung abzubauen.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/mobilitaetscoaching>



Quelle: SDI Productions / Getty Images

Bürgerbefragung

Mit einer Bürgerinnen- und Bürgerbefragung können Verhaltensweisen, Meinungen und Bedürfnisse der Menschen zur Mobilität erhoben und so in der Entscheidungsfindung berücksichtigt werden.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/buergerbefragung>



Quelle: Morsa Images / Getty Images

Stakeholderworkshop

Ein Stakeholderworkshop ist eine Veranstaltung, mit der Stakeholder im Kontext einer Mobilitätsmaßnahme in die Entscheidungsfindung und/oder Planung eingebunden werden können.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/stakeholderworkshop>



Kommunikation auf Fremdseiten

Ein Mobilitätsangebot wird nicht nur auf der eigenen Internetseite vorgestellt, sondern auch auf Plattformen, in Themenforen oder auf den Webseiten anderer Betreiberinnen und Betreiber.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/kommunikation-auf-fremdseiten>



Quelle: marchmeena29 / Getty Images

Entwicklung einer Zielvision

Eine Zielvision setzt den übergeordneten Rahmen für die zukünftige Entwicklung der Mobilität in einer Region und kann für eine aktive Kommunikation genutzt werden.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/entwicklung-einer-zielvision>



Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Online-Werbung

Online-Werbung ist eine flexible und kostengünstige Werbemethode, um mit hoher Reichweite den Bekanntheitsgrad eines Mobilitätsangebots zu erhöhen.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/online-werbung>



Quelle: Gesundheit / Getty Images

Rundfunkwerbung

Rundfunkwerbung steigert die Bekanntheit eines Mobilitätsangebotes im Sendegebiet und weckt weiteres Interesse. Große Bevölkerungsteile können so erreicht werden.

Link zum Abruf:
<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/rundfunkwerbung>



Schnupperangebote

Schnupperangebote bieten die Möglichkeit, ein Mobilitätsangebot in einem begrenzten Umfang kennenzulernen und dienen der Kundengewinnung.

Link zum Abruf:
<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/schnupperangebote>



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

Beobachtung von Mobilitätsverhalten

Durch die systematische Beobachtung von Mobilitätsverhalten vor Ort können Herausforderungen und Bedarfe von Zielgruppen ausgemacht werden.

Link zum Abruf:
<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/beobachtung-von-mobilitaetsverhalten>



Quelle: Photography Taken By Mario Gutiérrez / Getty Images

Kosten-Nutzen-Analyse

Bei einer Kosten-Nutzen-Analyse wird die Wirtschaftlichkeit einer Mobilitätsmaßnahme anhand der monetären und nicht-monetären Wirkungen bewertet.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/kosten-nutzen-analyse>



Quelle: Mobilikon 2021

Bürgerbeteiligung

Bürgerinnen- und Bürgerbeteiligung ist fester Bestandteil einer lebenswerten Gesellschaft. Sie ist wichtig bei der Erstellung neuer Konzepte und bei der Umsetzung von konkreten Projekten vor Ort.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/buergerbeteiligung>



Quelle: Kiyoshi Hijiki / Getty Images

Plattformbasierte Online-Dialoge

Auf einer Plattform oder dem kommunalen Internetauftritt können Bürgerinnen und Bürger während eines festgelegten Zeitraums Hinweise und Wünsche für Mobilitätsprozesse eintragen und sich informieren.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/plattformbasierte-online-dialoge>



Quelle: Kiyoshi Hijiki / Getty Images

Evaluierung von Mobilitätsmaßnahmen

Eine Evaluierung erfasst und bewertet Prozesse und Ergebnisse zur Wirkungskontrolle, Steuerung und Reflexion. Zweck einer Evaluierung ist in der Regel die Verbesserung der Maßnahme.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/evaluierung-von-mobilitaetsmassnahmen>



Quelle: Morsa Images / Getty Images

Kommunales Wissensmanagement

Kommunales Wissensmanagement zielt auf einen systematischen Umgang mit Wissen in der Kommune ab. Ziel ist es, die Arbeit der öffentlichen Verwaltung effizienter und effektiver zu machen.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/kommunales-wissensmanagement>



Quelle: Westend61 / Getty Images

Stakeholderanalyse

Bei einer Stakeholderanalyse werden systematisch Personen oder Gruppen erfasst, deren Belange von einer Mobilitätsmaßnahme betroffen sind und/oder die in der Lage sind, Einfluss auf diese zu nehmen.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/stakeholderanalyse>



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

Mobilitätsberatung

Die Mobilitätsberatung ist eine umfassende Kundenberatung zu Mobilitäts- und Ticketoptionen, unter Berücksichtigung der individuellen Kundenwünsche und -bedürfnisse und multimodaler Angebote.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/mobilitaetsberatung>



Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Vorher-Nachher-Befragung

Bei der Vorher-Nachher-Befragung werden Nutzerinnen, Nutzer und weitere Personen zu Beginn und zum Ende eines Projektes befragt, um die damit verbundenen Veränderungen und Bewertungen zu erfassen.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/vorher-nachher-befragung>



Soll-Ist-Abgleich

Der Soll-Ist-Abgleich ist ein Bestandteil des Projektcontrollings von Mobilitätsmaßnahmen, bei dem der Soll-Zustand mit dem Ist-Zustand verglichen wird, um Abweichungen zu identifizieren.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/soll-ist-abgleich>



Quelle: Lucy Lambriex / Getty Images

Ideenwettbewerb

Für ein bestimmtes Projekt oder zu einem bestimmten Thema werden Ideen gesammelt, ausgewählt und prämiert. Gute Einfälle der Bevölkerung werden sichtbar und für Politik und Verwaltung nutzbar gemacht.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/ideenwettbewerb>



Quelle: Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH

Lehrgang Kommunales Mobilitätsmanagement

Der Lehrgang schult kommunale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Umgang mit Herausforderungen im Mobilitätsbereich. Ziel ist es, Unterstützung zu bieten, das Mobilitätsmanagement innerhalb der Verwaltung zu etablieren.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/lehrgang-kommunales-mobilitaetsmanagement>



Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Kundenbefragung

Im Rahmen einer Kundinnen- und Kundenbefragung können Informationen über Zufriedenheit, Erwartungen und Nutzungsgewohnheiten von aktuellen und potenziellen Kundinnen und Kunden erhoben werden.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kundenbefragung>



Quelle: Westend61 / Getty Images

Potenzialanalyse

Eine Potenzialanalyse untersucht, welche Effekte eine Mobilitätsmaßnahme bewirken kann und welche Faktoren für den Erfolg ausschlaggebend sind.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/potenzialanalyse>



Quelle: EMS-FORSTER-PRODUCTIONS / Getty Images

Expertengespräch

Im Rahmen eines Expertinnen- und Expertengesprächs werden Personen mit besonderer Expertise im Mobilitätssektor über ihre Einschätzungen zu einem Projekt oder einer Maßnahme befragt.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/expertengespraech>



Quelle: Eugenio Marongiu / Getty Images

Wheelmap: Mapping Aktion zur Rollstuhlgerichtigkeit

Bei einer Mapping-Aktion zu Rollstuhlgerichtigkeit bewerten Bürgerinnen und Bürger Orte hinsichtlich ihrer Zugänglichkeit mit Rollstuhl und tragen das Ergebnis auf einer Online-Karte ein.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/wheelmap-mapping-aktion-zur-rollstuhlgerichtigkeit>



Neubürgermarketing

Beim Neubürgermarketing werden Zugezogene gezielt über umweltfreundliche Mobilitätsangebote vor Ort informiert mit dem Ziel, den Lebensumbruch für eine Änderung des Mobilitätsverhaltens zu nutzen.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/neubuergermarketing>



Quelle: Francesco Scatena / EyeEm / Getty Images (verändert)

Großflächenwerbung

Großflächenwerbung mit Plakaten oder Bildschirmen bietet die Möglichkeit, eine Produktwerbung prominent im Alltag zu platzieren.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/grossflaechenwerbung>



Zentrales Fördermittelmanagement

In einem zentralen Fördermittelmanagement werden Kompetenzen und Verantwortlichkeiten für die Fördermittelgewinnung und -verwaltung gebündelt.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/zentrales-foerdermittelmanagement>



Quelle: Kiyoshi Hijiki / Getty Images

Qualitätstests von Mobilitätsangeboten

Mit der Durchführung von Qualitätstests kann die Qualität eines Mobilitätsangebotes durch unabhängige Personen überprüft und so die Grundlage für eine Verbesserung geschaffen werden.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/qualitaetstests-von-mobilitaetsangeboten>



Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Fußverkehrscheck

Beim Fußverkehrscheck laufen Bürgerinnen und Bürger eine Route ab und bewerten deren Nutzungsfreundlichkeit. Ziel ist es, Wege für den Fußverkehr sicherer und attraktiver zu gestalten.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/fussverkehrscheck>



Quelle: Filadendron / Getty Images

Interkommunale Zusammenarbeit

Mobilität und viele weitere kommunale Themenfelder erfordern eine Abstimmung bzw. Kooperation mit umliegenden Kommunen in Form einer interkommunalen Zusammenarbeit.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/interkommunale-zusammenarbeit>



Quelle: Bildkraftwerk / Laurin Schmid

GehCheck-App

Mithilfe der GehCheck-App können individuell oder koordiniert Fußverkehrs-Checks durchgeführt werden. Die erhobenen Daten werden niedrigschwellig per App auf einer gemeinsamen Karte gesammelt.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/gehcheck-app>



Quelle: MarioGuti / Getty Images (verändert)

Fahrzeugwerbung

Fahrzeugwerbung auf Außenflächen von Pkw, Bussen, Taxis, Zügen oder Lkw trägt ein Mobilitätsangebot aktiv ins Stadtbild und steigert so dessen Bekanntheit.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/fahrzeugwerbung>



Quelle: 5xinc / Getty Images (verändert)

Kinowerbung

Mit Kino-Werbung kann ein Mobilitätsangebot gezielt und ansprechend vor einem lokalen Publikum beworben werden. Kinowerbung erfährt dabei eine hohe Aufmerksamkeit durch die Zuschauenden.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kinowerbung>



Strukturdatenerhebung

Bei einer Strukturdatenerhebung werden gezielt Kennzahlen erhoben, die die Situation vor Ort erfassen und als Grundlage für weitere mobilitätsbezogene Analysen dienen.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/strukturdatenerhebung>



MobilityLab

Personen der Zielgruppe, Fachleute und Verantwortliche von Kommunen oder der Region kommen zu mehreren Veranstaltungsblocken zusammen, um innovative und passgenaue Mobilitätsangebote zu entwickeln.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/mobilitylab>

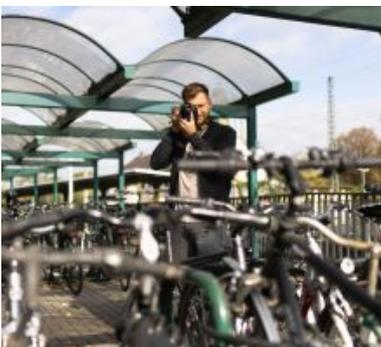


Seniorenbeteiligung

Mit der Beteiligung von Seniorinnen und Senioren sollen spezifische Mobilitätsbedürfnisse dieser Bevölkerungsgruppe angemessen berücksichtigt und ein attraktives Mobilitätsangebot geschaffen werden.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/seniorenbeteiligung>



Photovoice

Eine kreative Methode, um Bedarf, Visionen und Ist-Zustand zu erarbeiten. Bürgerinnen und Bürger fotografieren ihre Umwelt zu einer bestimmten Fragestellung und reflektieren die Bilder gemeinsam.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/photovoice>

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



Quelle: Anyaberkut / Getty Images

Spielerische Ansätze zur Änderung des Mobilitätsverhaltens (Gamification)

Unter Gamification versteht man das Schaffen spielerischer Erlebnisse, um gewünschte Verhaltensweisen zu fördern.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/spielerische-ansaeetze-zur-aenderung-des-mobilitaetsverhaltens-gamification>



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

Erreichbarkeitsanalyse

Erreichbarkeitsanalysen untersuchen, wie gut bestimmte Ziele, z. B. Versorgungseinrichtungen, mit dem ÖPNV erreichbar sind. Sie bilden die Grundlage für ein bedarfsgerechtes Mobilitätsangebot.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/erreichbarkeitsanalyse>



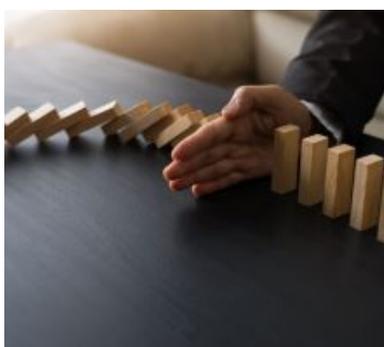
Quelle: berlin-event-foto.de/Peter-Paul Weiler

Community Mapping

Mit Hilfe des Community Mappings können lokale, raumbezogene Bedarfe in Form eines gruppenbasierten Partizipationsprozesses durch die Erstellung von Karten gesammelt und ausgewertet werden.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/community-mapping>



Quelle: manusapon kasosod / Getty Images

Change Management

Change Management hat zum Ziel, Veränderungsprozesse nachhaltig zu verankern und deren Erfolg durch die Akzeptanz der Beteiligten zu sichern.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/change-management>



Quelle: AndreyPopov / Getty Images

Businessplan

Ein Businessplan beschreibt im Detail, wie ein neues Mobilitätsangebot vor Ort geschaffen werden soll und berücksichtigt dabei alle für den Geschäftserfolg relevanten Bereiche.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/businessplan>



Quelle: Bildkraftwerk / Laurin Schmid

Broschüre

Eine Broschüre zum Mobilitätsangebot ist ein hochwertiges Printmedium ohne Einband, in dem umfangreiche und über einen längeren Zeitraum gültige Informationen mit den Lesenden geteilt werden.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/broschuere>



Bevölkerungsprognose

Bevölkerungsprognosen bilden eine wichtige Grundlage für die Ermittlung des zukünftigen Mobilitätsbedarfes und der Entwicklung geeigneter Maßnahmen.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/bevoelkerungsprognose>



Quelle: Motortion / Getty Images

Bestandsanalyse zur Barrierefreiheit

Eine Bestandsanalyse der Barrierefreiheit ist Grundlage für die Identifikation des Handlungsbedarfs zur Erreichung eines vollständig barrierefreien ÖV, damit möglichst alle Menschen den ÖV nutzen können.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/bestandsanalyse-zur-barrierefreiheit>



Bedarfsanalyse

Die Bedarfsanalyse untersucht die Mobilitätsbedürfnisse einer Zielgruppe und bildet die Grundlage für die Entwicklung passender Mobilitätsangebote.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/bedarfsanalyse>



Planspiel Mobilität

Ein Planspiel stellt spielerisch einen Entscheidungsprozess nach, wodurch das Interesse für das jeweilige Thema gestärkt, der Entscheidungsprozess erlebbar und damit transparenter gemacht wird.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/planspiel-mobilitaet>



Quelle: Luis Alvarez / Getty Images

Mobilitätsgutscheine

Mobilitätsgutscheine ermöglichen die kostenlose bzw. rabattierte Nutzung eines Mobilitätsangebots. Hierdurch können Berührungspunkte abgebaut und neue Nutzerinnen und Nutzer gewonnen werden.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/mobilitaetsgutscheine>



Quelle: SEAN GLADWELL / Getty Images

Homepage

Eine Homepage ist der offizielle Internetauftritt eines Mobilitätsanbieters. Für die Kundinnen und Kunden ist sie häufig der erste und wichtigste Anlaufpunkt bei der Informationssuche.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/homepage>



Quelle: Simon Marcus Taplin / Getty Images

Kommunalpolitisches Mobilitätsforum

Ein kommunalpolitisches Mobilitätsforum ist eine Veranstaltung, die der Vernetzung unter Mobilitätsfachleuten auf kommunaler Ebene dient.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kommunalpolitisches-mobilitaetsforum>



Machbarkeitsanalyse

Bei einer Machbarkeitsanalyse wird die Umsetzbarkeit einer Maßnahme anhand verschiedener Kriterien analysiert, um Schwachstellen, neue Lösungsansätze und Risiken zu identifizieren.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/machbarkeitsanalyse>



Quelle: Krisanapong Detraphiphat / Getty Images

Marktanalyse

Marktanalysen untersuchen die aktuelle Marktstruktur, -teilnehmerinnen und -teilnehmer, sowie die zusammenhängenden Entwicklungen. Sie bilden die Grundlage für die Entwicklung neuer Mobilitätsangebote.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/marktanalyse>



Quelle: Pichsakul Promrungsee / EyeEm / Getty Images

Kosten- und Erlösschätzung

Bei der Kosten- und Erlösschätzung werden die Kosten und Erlöse einer Mobilitätsmaßnahme geschätzt und anschließend gegenübergestellt, um den Zuschussbedarf zu ermitteln.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kosten-und-erloesschaetzung>



Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Design Thinking

Design Thinking ist ein Brainstorming-Prozess, bei dem verschiedene Lösungen für ein Problem gesucht und mithilfe von Prototypen getestet werden.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/design-thinking>



Kooperation mit Bürgervereinen

Bei der Einbindung von Bürgerinnen und Bürgern in Planung und Entscheidungsfindung von Mobilitätsmaßnahmen kann eine Kooperation mit Bürgervereinen nützlich sein.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kooperation-mit-buergervereinen>



Quelle: SDI Productions / Getty Images

Kinder- und Jugendbeteiligung

Mit der Beteiligung von Kindern und Jugendlichen an Planungsprozessen können diese ihre spezifischen Mobilitätsbedürfnisse einbringen und die Entwicklung des Mobilitätsangebotes unterstützen.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kinder-und-jugendbeteiligung>



BürgerForum

Bei einem Bürgerinnen- und BürgerForum erarbeiten zufällig ausgewählte Personen ein Programm zu einem bestimmten Thema, um die Öffentlichkeit in Entscheidungsprozesse einzubinden.

Link zum Abruf: <https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/buergerforum>



Quelle: Orbon Alija / Getty Images

Einbindung in Netzwerke

Die Einbindung in Netzwerke unterstützt den Austausch und den Transfer von praktischem Wissen zur Verbesserung der Mobilität in ländlichen Räumen.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/einbindung-netzwerke>



Quelle: Thomas Barwick / Getty Images

Identifikation einer geeigneten Projektstruktur

Die Planung und Umsetzung eines Mobilitätsvorhabens erfordern eine effiziente Projektstruktur. Bei der Wahl einer Projektstruktur sind verschiedene Faktoren zu berücksichtigen.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/identifikation-einer-geeigneten-projektstruktur>



Quelle: Westend61 / Getty Images

Zukunftswerkstatt

Eine Zukunftswerkstatt ist ein mehrtägiges Beteiligungsformat mit dem festen Aufbau in Kritik-, Fantasie- und Verwirklichungsphase zur Lösungsfindung für bestimmte Probleme und Herausforderungen.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/zukunftswerkstatt>



Quelle: Luis Alvarez / Getty Images

Zukunftskonferenz

An Zukunftskonferenzen nehmen Fachleute und Vertretende verschiedener Interessengruppen teil. Künftige Entwicklungen werden identifiziert und langfristige Ziele und Maßnahmen entworfen.

Link zum Abruf:

<https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/zukunftskonferenz>



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

Aufgabenträgerbefragung

Bei der Aufgabenträgerbefragung werden die Aufgabenträgerinnen und Aufgabenträger zu ihren Handlungsempfehlungen und Sichtweisen über das bestehende Mobilitätsangebot oder geplante Mobilitätskonzepte befragt.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/aufgabentraegerbefragung>



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

Aktionstag

Im Rahmen eines Aktionstages werden Mobilitätsangebote vor Ort in einer ganztägigen Veranstaltung zielgruppengerecht beworben und so die Bekanntheit und Akzeptanz in der Bevölkerung gesteigert.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/aktionstag>



Quelle: Vm / Getty Images

TV-Werbung

TV-Werbung ist eine effektive Möglichkeit, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und die Bekanntheit eines Mobilitätsangebotes zu steigern.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/tv-werbung>



Quelle: JayK7 / Getty Images

Werbebeschenke

Werbebeschenke können an (potenzielle) Kundinnen und Kunden verteilt werden, um einen langfristigen Werbeeffekt im Alltag zu bewirken.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/werbebeschenke>



Gratispostkarte

Gratispostkarten verbinden Werbung mit Grußkarten. Sie werden kostenlos verteilt mit dem Ziel, dass Personen sie aufgrund des Motivs freiwillig mitnehmen, weitergeben und so die Werbebotschaft verbreiten.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/gratispostkarte>



Quelle: Fotograzia / Getty Images

Social-Media-Kanal

Mit einem Social-Media-Kanal kann ein Mobilitätsanbieter schnell und persönlich angepasste Werbebotschaften verbreiten und so seinen Bekanntheitsgrad steigern.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/social-media-kanal>



Quelle: Thanawat Thiasiriphet / Getty Images

Zeitungs- und Zeitschriftenwerbung

Werbeanzeigen in lokalen Zeitungen und Zeitschriften bieten die Möglichkeit, eine hohe Aufmerksamkeit für ein Mobilitätsangebot zu erzeugen und dessen Bekanntheit zu steigern.

Link zum Abruf: <https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/zeitungs-und-zeitschriftenwerbung>



Empfehlungsmarketing

Zufriedene Nutzerinnen und Nutzer werden aktiv dazu ermuntert, ein Mobilitätsangebot zu bewerben. Prämien und Aktionen können besonders zur Empfehlung motivieren.

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.de/umsetzungshilfe/empfehlungsmarketing>