



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: 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-ansaetze-zur-aenderung-des-mobilitaetsverhaltens-gamification>



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>



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: 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>