



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>



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.mobilikon.de/umsetzungshilfe/tag-der-offenen-tuer-bei-einem-nahverkehrsbetrieb>



Flyer

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

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

Quelle: Bildkraftwerk / Laurin Schmid



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>



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: 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.mobilikon.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.mobilikon.de/umsetzungshilfe/plattformbasierte-online-dialoge>



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.mobilikon.de/umsetzungshilfe/stakeholderanalyse>



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.mobilikon.de/umsetzungshilfe/vorher-nachher-befragung>



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: 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: 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>



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.moblikon.de/umsetzungshilfe/fahrzeugwerbung>



MobilityLab

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

Link zum Abruf:

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



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

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: 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.moblikon.de/umsetzungshilfe/spielerische-ansaeetze-zur-aenderung-des-mobilitaetsverhaltens-gamification>



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.moblikon.de/umsetzungshilfe/community-mapping>



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>



Bedarfsanalyse

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

Link zum Abruf:

<https://www.moblikon.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: 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.moblikon.de/umsetzungshilfe/kooperation-mit-buergervereinen>



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.moblikon.de/umsetzungshilfe/buergerforum>



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.moblikon.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.moblikon.de/umsetzungshilfe/zukunftskonferenz>



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

Werbegeschenke

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

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

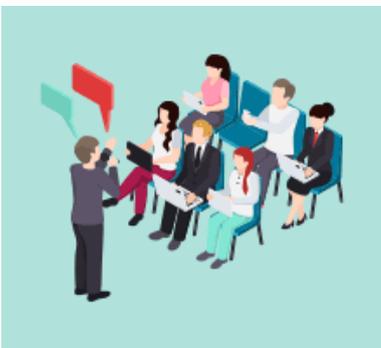


Quelle: Thanawat Thiasiriphet / Getty Images

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>