



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.moblikon.de/umsetzungshilfe/radverkehrskommunikation>



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>



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



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.mobilikon.de/umsetzungshilfe/social-media-kanal>