

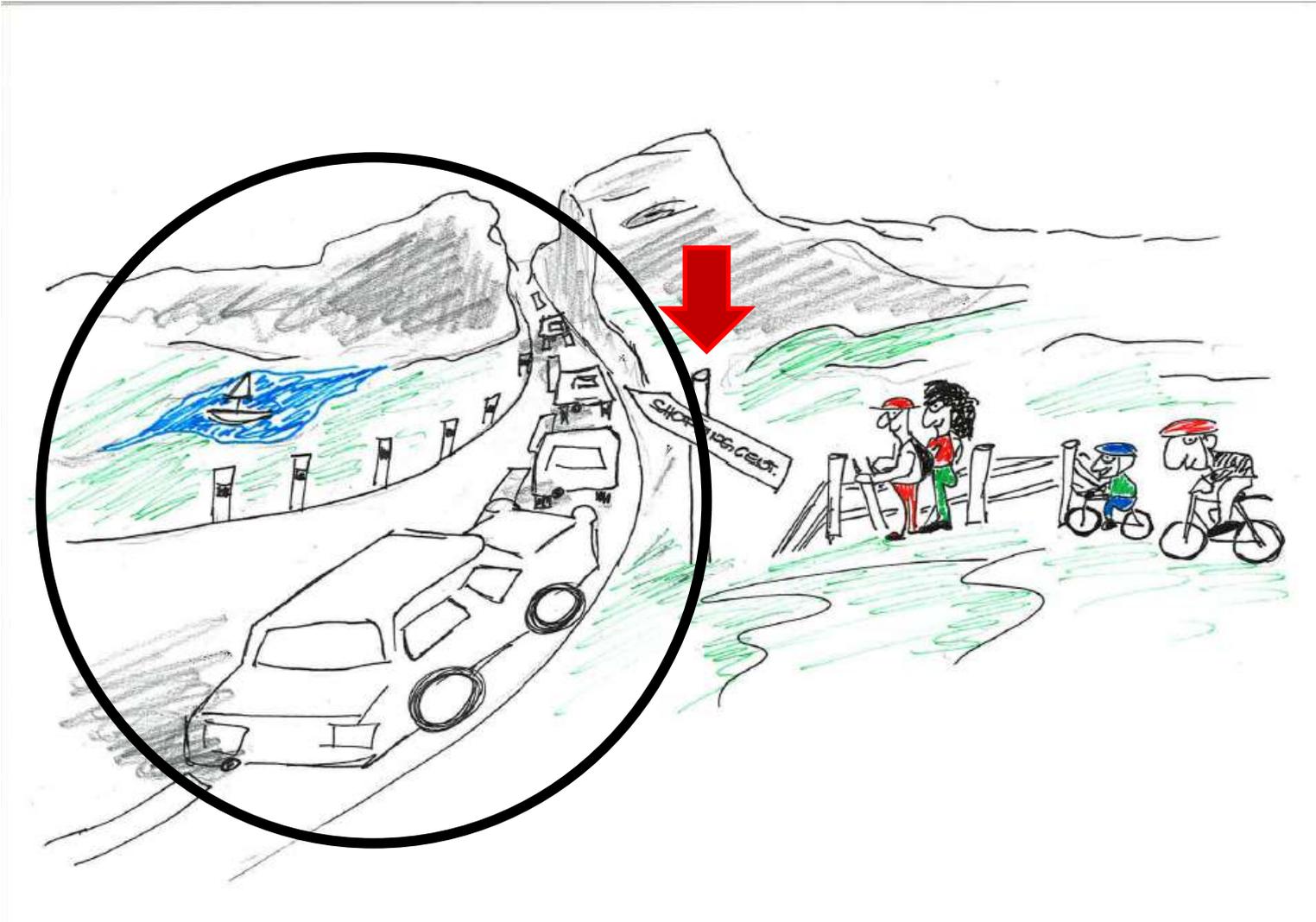
Bewusstseinsbildung für Sanfte Mobilität in der Bevölkerung

Tagung
Sanfte Mobilität und Naturtourismus
21. September 2012

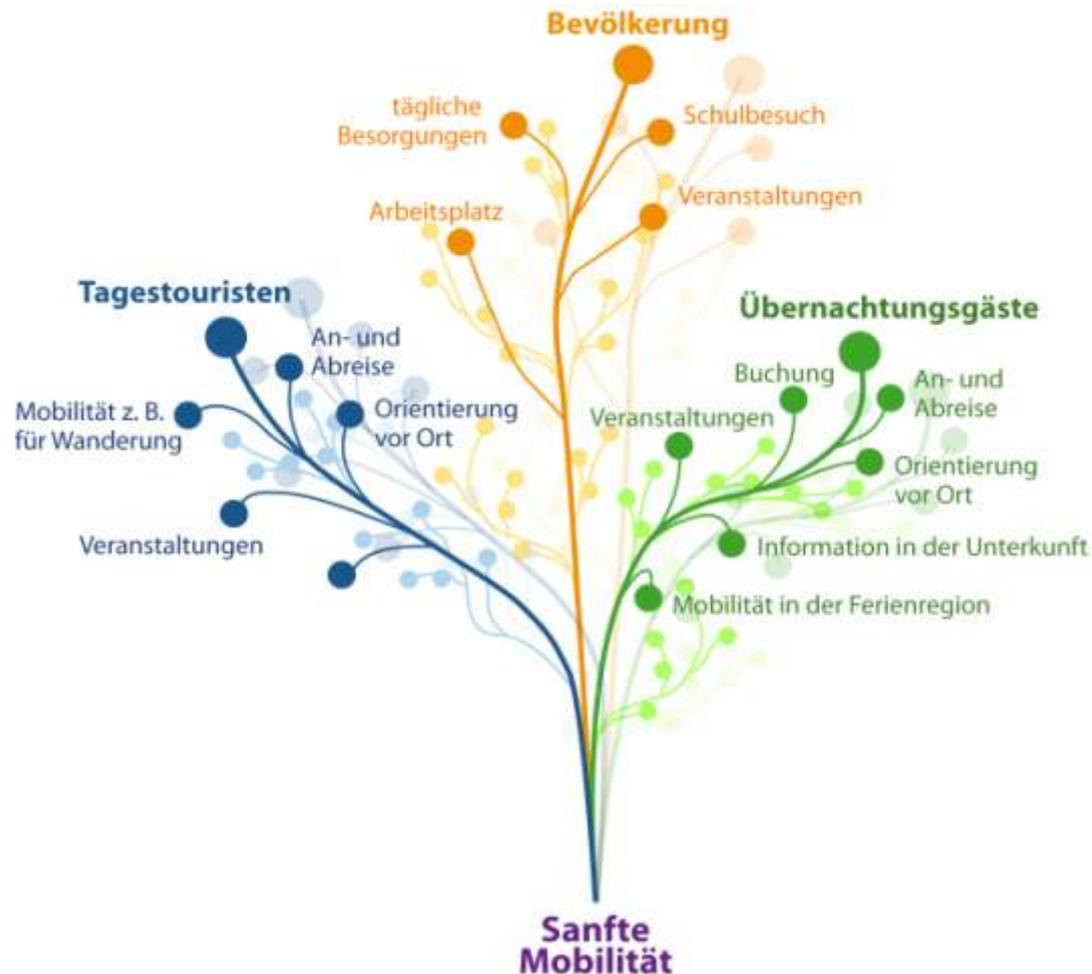
Doris Wiederwald
Forschungsgesellschaft Mobilität



Entdecken Sie die Unstimmigkeit auf diesem Bild



Sanfte Mobilität im NuP Weissensee



Sanfte Mobilität auch in der Bevölkerung - Bedeutung

- Glaubwürdigkeit
- Mittragen der Aktivitäten
- Wirtschaftsfaktor Sanfte Mobilität
- Erhalt der Naturraum-Qualität → wichtige touristische Ressource
- Verkehrssicherheit
- Gesundheit und Lebensqualität jedes Einzelnen!

Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung

- Partizipation bei Planung und Umsetzung diverser Maßnahmen (wer setzt um?!)
- Information, Aktionen, Veranstaltungen und Kampagnen

*Wenn die Einstellungen der Zielgruppe verstanden werden,
können realistische Ziele für Aktivitäten und Kampagnen
gesetzt und konkrete Maßnahmen festgelegt werden
(Wirkungsorientierung!)*

Sanfte Mobilität emotional bewerben – warum?

- Mehr als 50% aller Entscheidungen werden auf emotionaler Ebene getroffen – oft gegen die Vernunft
- Die meisten Werbekampagnen für Autos zielen auf menschliche Emotionen ab
- Mehr als 90% aller Marketingaufwendungen kommen von Autoherstellern
- Transport mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Radfahren und zu Fuß gehen sollte mit positiven Emotionen wie Spass, Lebensqualität, Stolz behaftet sein - “Soziales Marketing”

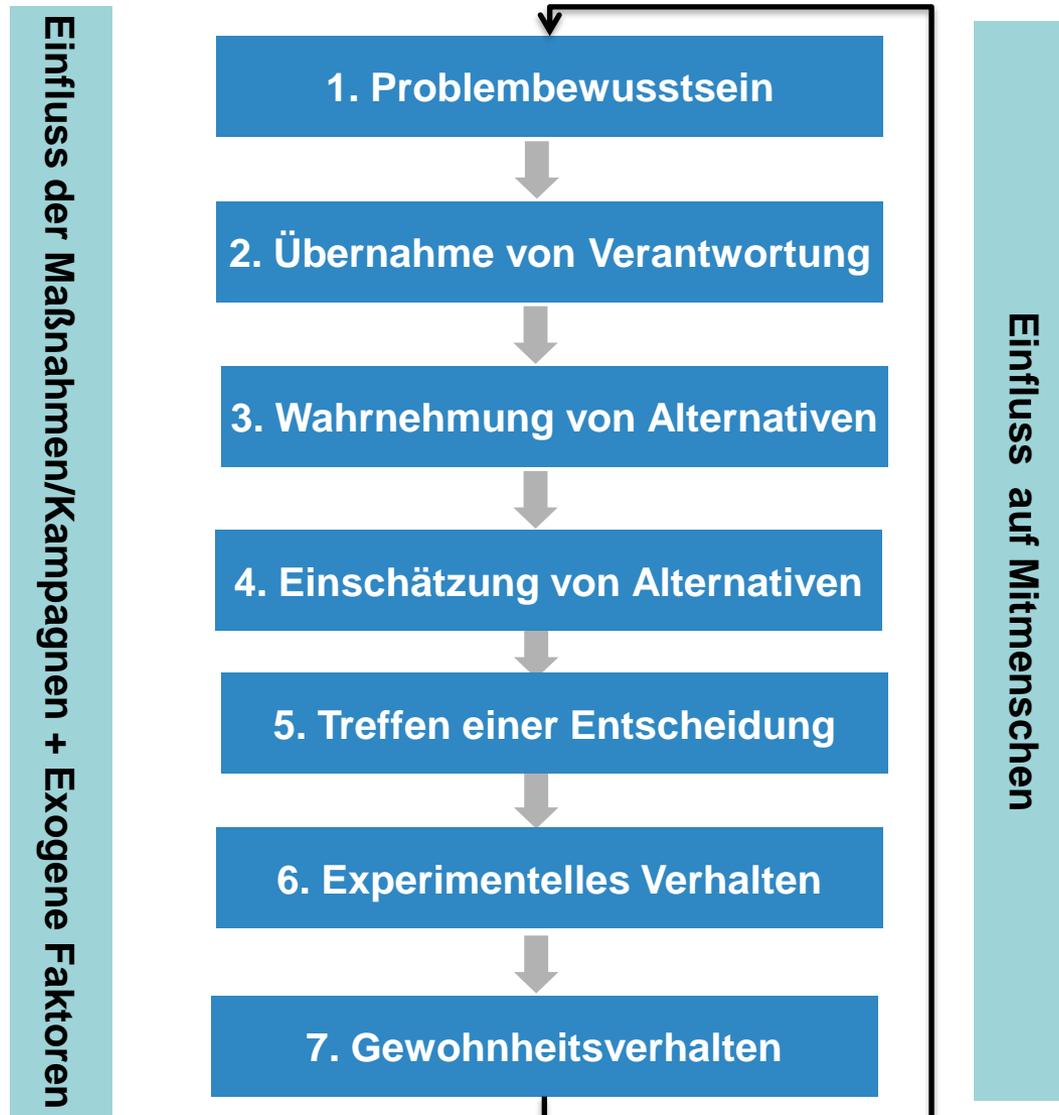


Emotionen für nachhaltige Mobilität

- Kinder erziehen ihre Eltern
- Rituale geben Struktur
- Kraft guter Geschichten
- Design erfreut das Auge
- Image nachhaltiger Verkehrsarten gehört gesteigert



Die 7 Stufen der Veränderung



Segmentierungstechniken

- „Life-changing Moments“ – Personen hinterfragen und überlegen ihr Mobilitätsverhalten
- Clustering von Nutzern Sanfter Mobilität nach Eigenschaften

Keine „one size fits all“- Ansätze!

Kardinalfehler: Ansprechen von Zielgruppen die schon im Boot (am Rad) sind!

Politiker, Betriebe und auch Medien wichtige Zielgruppen

6 Grundprinzipien der Überzeugung - Cialdini

- Reziprozität
- Knappheit
- Autorität
- Konsistenz oder Gesetz der eigenen Glaubwürdigkeit
- Sympathie oder Vertrautheit
- Soziale Bewährtheit

Kinder

KISI  Steirischer Verkehrssicherheitskatalog für Kinderprojekte

Starke Kinder, sichere Kinder

>> Training & Mitbestimmung

Radfahrtraining in der Verkehrsrealität

Verkehrssicheres Radfahren lernen Kinder nur unter realen Gegebenheiten, also im Straßenverkehr. Als Vorbereitung auf die freiwillige Radfahrprüfung findet bereits seit 1997 alljährlich ein Training statt, in dem Kinder der 4. Schulstufe dort üben, wo Verkehr stattfindet: in realen Verkehrsgeschehen.

So funktioniert's
 Die Kinder trainieren einen Vormittag lang mit ausgebildeten Radfahrtrainern verkehrssicheres Radfahren im Straßenverkehr. Nach dem Fahrradcheck werden Koordination-, Konzentration- und Geschicklichkeitsübungen im Schutzbereich durchgeführt, um festzustellen, wie gut die Kinder Rad fahren können. Dann geht es hinaus in den Straßenverkehr. Die Schüler üben das Radfahren im Straßenverkehr unter der Anleitung und Beobachtung der Radfahrtrainers. So werden sie befähigt zu ein sicheres und selbstbewusstes Verkehrsverhalten herangeführt.

Ziel
 Vorbereitung auf die 1. und Training verkehrssicherer Beweise.
 Bestärken von innerer Motivation, das Fahrrad auch in Zukunft zu benutzen.

Zielgruppe
 Schüler ab 10

Geeignet für
 Gemeinden

Kooper
 Ferner
 Gdov
 E-Ma
 Ker
 E

Medien & Kampagnen

>> Werbemaßnahmen

Es war einmal... Senoren erzählen: Verkehr einst und jetzt

Wie lassen Kinder heute zur Schule? Wie lange dauert ihr Schulweg? Und konnten Kinder früher Verkehrsmittel und jetzt werden Senoren in Schulen erzählen. Das erzählt eine Generationenübergreifende und zeigt, dass Verkehr auch eine soziale Dimension besitzt, die oft vergessen wird.

Ziel
 Ziel ist es, das Thema Verkehr aus der Perspektive von Senoren aufzuzeigen und die Dimension Zeit und Veränderung der Verkehrsmittel als physisches Element insbesondere zu thematisieren. In einem Austausch zwischen den Generationen soll ein Bewusstsein für den Bedarf an und die Rolle des öffentlichen Verkehrs entstehen.

So funktioniert's
 Senoren aus der Gemeinde werden in Schulen eingeladen und erzählen in zeitgebundener Atmosphäre Mobilitätsgeschichten aus ihrem Leben.

Zielgruppe
 Kinder 6 bis 14 Jahren

Geeignet für
 Volksschulen

Kooperationen/Kontakte
 Amt der Steiermärkischen Landesregierung
 Dr. Maria Krausz-Lukas, Tel: 0316-377 3017
 E-Mail: maria.krausz@kba.steiermark.gv.at

Kostenrahmen
 nach Anfrage

Zeitraum
 nach Vereinbarung

www.steiermark.at

Kinder BAMBINI – Move SMART from the start



Jugend

- Jugend – Ausbildung von Jungmentoren
- CATCH-IT – die steirische Schatzsuche



www.catch-it.at

[www2.ffg.at/verkehr/projekte.php?id=769&lang=de&bro
wse=programm](http://www2.ffg.at/verkehr/projekte.php?id=769&lang=de&browse=programm)

Berufstätige: Bike to work/Wer radelt gewinnt

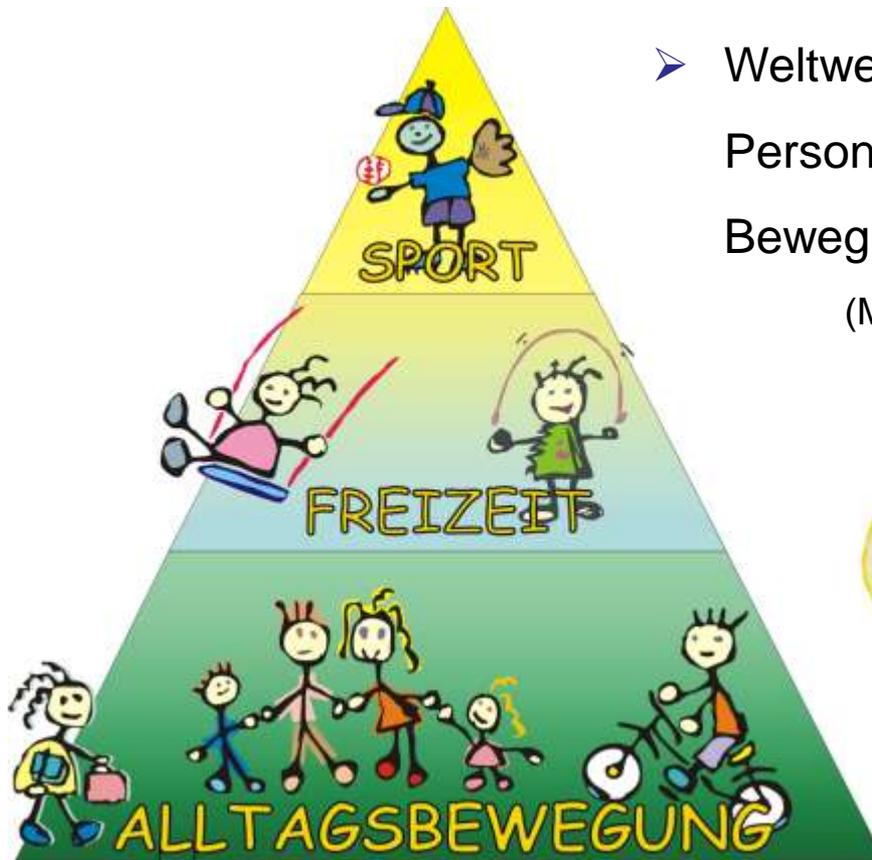


Senioren

IVB-Mobilitätstraining SeniorInnen



Gesundheit und Mobilität



- Weltweit sterben jährlich 5 Millionen Personen an den Folgen von Bewegungsmangel

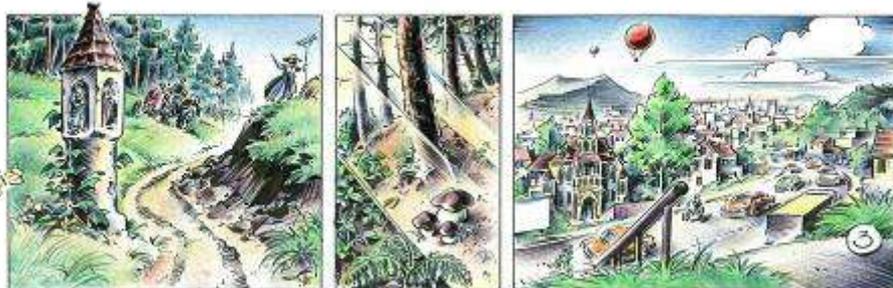
(Medizinjournal „The Lancet“, 2012)



Emotionen für nachhaltige Mobilität – Story Telling



Emotionen für nachhaltige Mobilität – Story Telling



Emotionen für nachhaltige Mobilität – Beitrag der Kunst

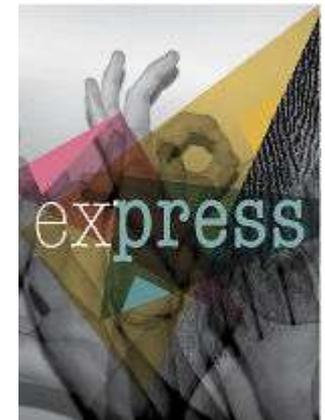


➤ Projekt EXPRESS – Regionale 12

Murau

Angebot von KünstlerInnen an Jugendliche

*... auch in einer Kleinstadt kann man sich wie am
Mittelpunkt der Erde fühlen!*



Emotionen für nachhaltige Mobilität – Design erfreut das Auge



Zum Abschluss....

- Werbekampagnen erhöhen die Akzeptanz auch für restriktive Maßnahmen (z.B. Zufahrtsbeschränkungen)
- Idealerweise werden Marketing-Kampagnen zugleich mit der Einführung neuer/verbesserter Infrastrukturen und Leistungen durchgeführt → Synergien
- Ortsbezogene Kampagnen: Botschaften die dort von besonderer Relevanz sind
- Individualisierte Kampagnen: Betonen, dass kleine Änderungen große Auswirkungen haben können
- Argumente verwenden, denen die meisten Leute zustimmen können
- Gewünschtes Verhalten positiv besetzen und unterstreichen
- Kampagnen, Aktionen, Training sind sehr kosteneffiziente Methoden um Mobilitätsverhalten zu beeinflussen – ohne zusätzliche Investitionskosten!

Vielen Dank und viel Erfolg in der Region!

Doris Wiederwald
Forschungsgesellschaft Mobilität
FGM-AMOR
wiederwald@fgm.at
+43 (0)316 810451 - 55
www.fgm.at