

Klimaschutzkonzept 2020

Baustein: Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität

Expertenworkshop am 27. März 2012 | Dokumentation

PROGRAMM und ARBEITSFRAGEN des Workshops

17.00 – 17.20 Uhr	Begrüßung und Einführung Christian Schowe Stadt Münster anschließend: kurze Vorstellungsrunde
17.20 – 17.30 Uhr	Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität Worum es geht! Elke frauns büro frauns
17.30 – 17.45 Uhr	Klimaschutz und umweltfreundliche Mobilität Ausgangslage in Münster Michael Milde Stadt Münster
17.45 – 18.15 Uhr	ZIELE ▪ Was sind die wesentlichen Zielsetzungen für den weiteren Ausbau der Beratung und Öffentlichkeitsarbeit für eine umweltfreundliche Mobilität (vor allem für Pkw-Nutzer) in Münster? ▪ Was wollen wir (bis wann) erreichen? ▪ Priorisierung von Zielen
18.15 – 18.45 Uhr	ZIELGRUPPEN ▪ Wer sind die wesentlichen Zielgruppen der Beratung und Öffentlichkeitsarbeit? ▪ Wie lassen sich diese „typisieren“? Was sind Eigenschaften der Zielgruppen, die bei konkreten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt werden müssen? ▪ Bei welchen Zielgruppen sind noch Potenziale vorhanden? ▪ Welche Zielgruppen halten wir für „schwierig“? ▪ Priorisierung von Zielgruppen
18.45 – 19.00 Uhr	PAUSE
19.00 – 19.30 Uhr	STRATEGIE ▪ Was ist der grundsätzliche strategische Ansatz für die Öffentlichkeitsarbeit (bezogen auf die Ziele und Zielgruppen)? ▪ Welche zentralen Botschaften / Inhalte wollen wir an wen vermitteln? ▪ Was ist die grundsätzliche „Tonalität“ der Öffentlichkeitsarbeit?

19.30 – 20.30 Uhr

PROJEKTE

- Welche konkreten Ideen haben wir für die Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität?
- Welche Wirkungen sollen die Projekte erzeugen?
- Für welche Zielgruppe eignet sich der Projektvorschlag?

20.30 – 20.55 Uhr

UMSETZUNG

- Gibt es Möglichkeiten und Potenziale in der Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Akteuren im Bereich „umweltfreundliche Mobilität“?
- Wo gibt es Synergien bzw. wo können Synergie-Effekte entstehen?
- Welcher Akteur kann welche Rolle und Funktion übernehmen?
- Wie entstehen Mehrwerte für unterschiedliche Akteure?

20.55 – 21.00 Uhr

Fazit | Ausblick

Christian Schowe | Stadt Münster
Elke Frauns | büro frauns

Begleitung | Moderation | Dokumentation

Elke Frauns, Tilmann Backhaus

büro frauns kommunikation | planung | marketing, Münster

In dem nachfolgenden Text wird zugunsten einer besseren Lesbarkeit auf die Schreibweise „Innen“ bei Bürger, Teilnehmer, etc. verzichtet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig Frauen und Männer angesprochen.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Martina Arndts-Haupt _____ Stadt Münster, Frauenbüro

Beate Baumeister _____ Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

Roland Böhm _____ Taxi-Zentrale Münster e.G.

Dr. Gerhard Bonn _____ Kommunale Seniorenvertretung

Dr. Christine Farwick _____ sachkundige Bürgerin im AUB

Henning Fischer _____ Wirtschaftsförderung Münster GmbH (WFM)

Hermann Frisch _____ Automobil-Club Münster e.V. im ADAC

Birgit Gräser _____ Stadt Münster, Tiefbauamt

Lillian Harris _____ Klimabeirat

Sonja Heeger _____ Stadtwerke Münster GmbH, Verkehrsmarketing

Georg Heinrichs _____ Autofreie Siedlung Weißenburg

Georg Hundt _____ Radstation Münster, Hundt KG

Daniel Janning _____ IHK Nord Westfalen, Geschäftsbereich Handel und Verkehr

Michael Jochmann _____ Piratenpartei

Markus Kleymann _____ Regionalverkehr Münsterland GmbH (RVM)

Ute Kutschera _____ Stadt Münster, Presse- und Informationsamt

Michael Milde _____ Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

Carsten Peters _____ Bündnis 90/Die Grünen/GAL

Ralf Renkhoff _____ Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

Jürgen Reuter _____ FDP

Dr. Sigrun Richter _____ Westfalen Bus GmbH (WB)

Franz-Josef Sauer _____ Kommission zur Förderung der Inklusion von Menschen mit Behinderungen

Dieter Schmalz _____ Bund für Umwelt und Naturschutz, Kreisgruppe Münster

Christian Schowe _____ Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

Wolfgang Wiemers _____ VCD Regionalverband Münsterland e.V.

Birgit Wildt _____ Stadt Münster, Amt für Grünflächen und Umweltschutz

Petra Willing _____ Stadtwerke Münster GmbH, Unternehmenskommunikation

Peter Wolter _____ ADFC Münster/Münsterland e.V.

Begrüßung und Einführung

Christian Schowe, Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

Herr Schowe heißt die Teilnehmer des Workshops herzlich willkommen und erinnert an das vom Rat beschlossene Klimaschutzkonzept 2020 für die Stadt Münster sowie das darin formulierte Ziel, die CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2020 um 40% gegenüber 1990 zu reduzieren.

Vor diesem Hintergrund soll mit dem heutigen Expertenworkshop ein Beitrag dazu geleistet werden, die umweltfreundliche Mobilität in Münster trotz des bereits erreichten hohen Standards noch weiter zu fördern.

Der durch die Ratsausschüsse formulierte Auftrag an den Workshop beinhaltet dabei, unter Einbezug einer Vielzahl von Akteurs- und Interessensgruppen, insbesondere an Strategien und möglichen Projekten für die Öffentlichkeitsarbeit zur umweltfreundlichen Mobilität zu arbeiten. In diesem Sinne wünscht Herr Schowe der Veranstaltung einen konstruktiven Verlauf.

Worum es geht!

Elke Frauns, büro frauns

Zum Start in die gemeinsame Arbeit stellt Frau Frauns einige grundsätzliche Gedanken rund um das Thema „Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität“ vor. Öffentlichkeitsarbeit soll und muss unterschiedliche Funktionen erfüllen:

- Impulse geben
- Kommunikation anregen
- Wissen vermitteln
- Emotionen erzeugen
- Wirkungen erzielen

In Bezug auf das Mobilitätsverhalten lassen sich auch die grundsätzlichen Ziele weiter konkretisieren:

- Mobilitätsbewusstsein stimulieren / verändern
- Mobilitätsverhalten und Lebensstile beeinflussen
- individuelle Mobilität neu orientieren – Durchbrechen von Routinen
- handlungsrelevantes Wissen vermitteln
- umweltfreundliche Mobilität als (stadt-)gesellschaftliches Selbstverständnis

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sind dabei drei Phasen zu berücksichtigen:

1. **Vorbereiten** | rationale und emotionale Argumente anbieten, die zum Nachdenken anregen
2. **Handeln** | Anlässe schaffen, neues Mobilitätsverhalten auszuprobieren
3. **Bestätigen** | Motivation erzeugen - Gefahr des „Rückfalls“ in vorherige Verhaltensmuster verringern

Klimaschutz und umweltfreundliche Mobilität

Ausgangslage in Münster

Michael Milde, Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

In seinem Überblick zur Ausgangslage ruft Herr Milde das Ziel in Erinnerung, zu einer Reduzierung des Kraftfahrzeugverkehrs zu gelangen, damit im Rahmen des Klimaschutzes die CO₂ – Belastungen gesenkt werden. Dabei sei für (ein zumindest zeitweises) Umsteigen auf den Umweltverbund insbesondere auf die Freiwilligkeit durch die Schaffung von Anreizen und Überzeugungen zu setzen.

In der Analyse der Ist-Situation zeigt sich, dass aufgrund bereits in der Vergangenheit geleisteter großer Kraftanstrengungen aktuell bereits 63,7% der Wege der Münsteraner mit dem Umweltverbund (Fuß, Rad, Bus und Bahn) zurückgelegt werden. Wird die Verkehrsmittelwahl der Münsteraner nach Entfernungsklassen differenziert, so zeigt sich insbesondere im Bereich zwischen 4 und 8 km Entfernung ein Potenzial für die Steigerung des Radverkehrsanteils. Zu beachten ist, dass mittlerweile etwa 20% der Fahrten in der Entfernungsklasse über 20 km liegen und hierbei zu knapp 80% das Kfz genutzt wird.

Im zeitlichen Verlauf von 1982 bis 2007 zeigt sich ein enormer Anstieg des Verkehrsaufkommens (Wege pro Tag) im Pendlerverkehr. Auch wenn hier beachtliche Steigerungen des über den Umweltverbund abgedeckten Verkehrsaufkommens zu konstatieren sind, zeigen sich doch wesentlich größere Steigerungsraten des über das Kfz abgedeckten Verkehrsaufkommens. Herr Milde sieht daher als wesentliche, mittels der heute zu bearbeitenden Öffentlichkeitsarbeit anzusprechende Zielgruppe insbesondere die das Kfz nutzenden Pendler an.

Im Anschluss an den Input von Herr Milde erfolgen seitens der Teilnehmer des Workshops einige Fragen und Hinweise zu den gegebenen Kapazitäten und Qualitäten der verkehrlichen Infrastrukturen und den sich daraus gegebenenfalls ergebenden Limitierungen hinsichtlich gewünschter Umverteilungen in der Verkehrsmittelwahl.

Da gleichwohl Umstiegspotenziale gesehen werden und die Bewerbung des Umweltverbundes auf tatsächlichen Angeboten fußen muss, wird festgehalten, dass die Öffentlichkeitsarbeit zur umweltfreundlichen Mobilität und die fortlaufende Verbesserung des infrastrukturellen Angebotes miteinander verknüpft zu bearbeiten sind.

Zudem wird darauf hingewiesen, dass Öffentlichkeitsarbeit kontinuierlich erfolgen muss und Zeit benötigt, um Veränderungen im Verhalten anzustoßen. Dabei sollte auf die vorhandenen Stärken und Qualitäten des Umweltverbundes innerhalb des Verkehrssystems gesetzt und eben diese kommuniziert werden.

Für weitere, über die nachfolgend aufgeführten Daten hinausgehende Informationen, wird auf die auf den städtischen Internetseiten bereitgestellten Berichte verwiesen. Diese finden sich unter anderem unter folgenden Links:

[www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/verkehrsverhalten_befragung2007\(1\).pdf](http://www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/verkehrsverhalten_befragung2007(1).pdf)

www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/Verkehrsentwicklungsplan2025_zwischenbericht.pdf

www.muenster.de/stadt/stadtplanung/pdf/Verkehr_Mobilitaet_2050.pdf

Präsentation: Ausgangslage in Münster

Das Ziel

Reduzierung des Kraftfahrzeugverkehrs,
damit die CO₂ – Belastungen im Rahmen
des Klimaschutzes gesenkt werden

Klimaschutzkonzept Münster 2020

Die Situation

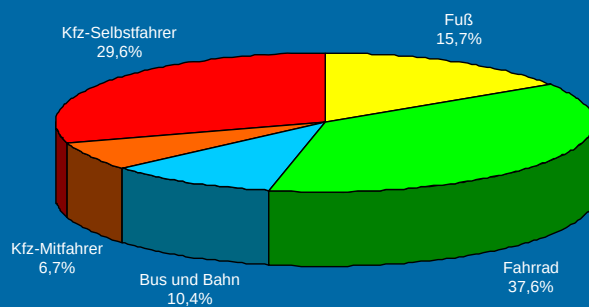


Abb. 1
Verkehrsmittelwahl Münsteraner

Klimaschutzkonzept Münster 2020

Die Situation

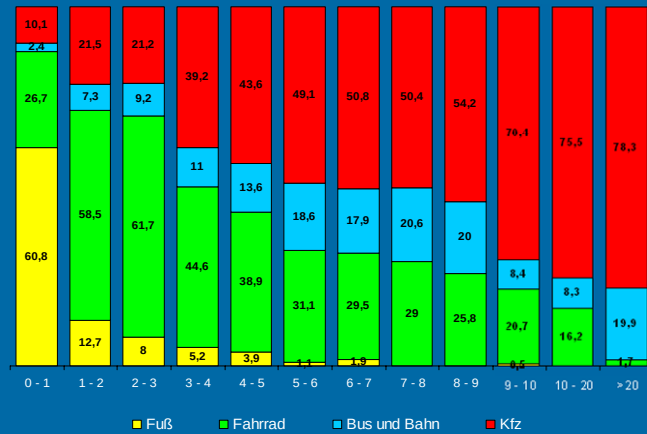


Abb. 2
Verkehrsmittel nach Entfernungsklassen der Münsteraner

Klimaschutzkonzept Münster 2020

Die Situation

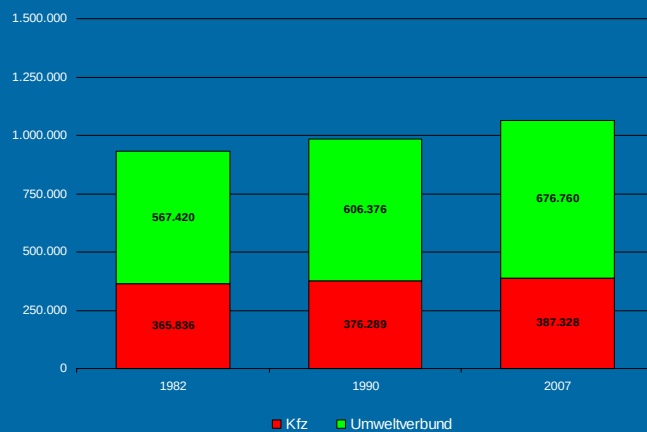


Abb. 3
Verkehrsaufkommen - Münsteraner

Klimaschutzkonzept Münster 2020

Die Situation

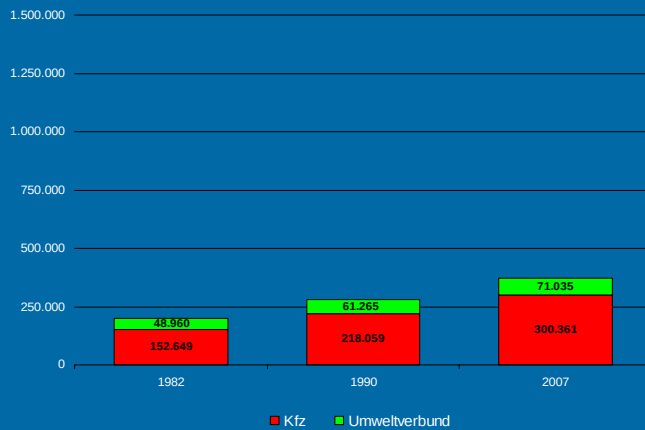


Abb. 4
Verkehrsaufkommen - Auswärtige

Klimaschutzkonzept Münster 2020

Die Situation

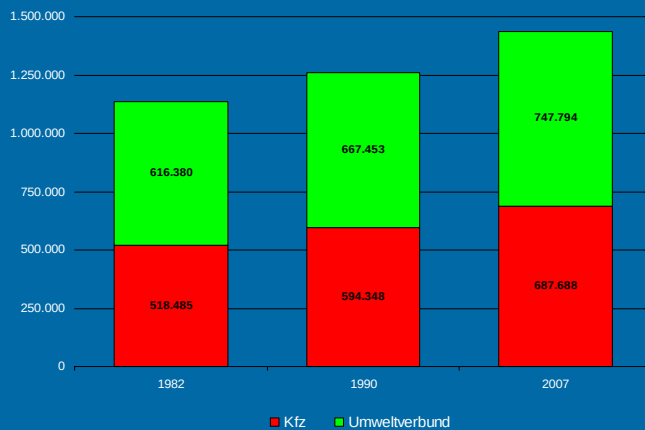


Abb. 5
Gesamtverkehr: Münsteraner und Auswärtige

Klimaschutzkonzept Münster 2020

ZIELE

für die Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität

Die Teilnehmer des Workshops werden gebeten, die aus ihrer Sicht wesentlichen Zielsetzungen für den weiteren Ausbau der Beratung und Öffentlichkeitsarbeit für eine umweltfreundliche Mobilität (vor allem für Pkw-Nutzer) in Münster zu formulieren? Folgende Hinweise wurden aus dem Kreis der Anwesenden gegeben (ohne Mehrfachnennungen):

Was wollen wir erreichen?

GRUNDSÄTZLICHES

- dauerhafte Wirkung für den Klimaschutz erreichen
- stetige Impulse in der Kommunikation setzen, um langfristiges Klimaschutzziel zu erreichen
- Mobilität zum Stadtthema machen
- neue Ideen zu umweltfreundlicher Mobilität generieren

BEWUSSTSEIN UND VERHALTEN

- Bewusstsein schaffen bzw. schärfen
- zum Nachdenken anregen
- das „Wollen“ erzeugen / Freiwilligkeit erreichen
- Gewohnheiten ändern
- Nutzer sollen Verkehrsverhalten auch in der Freizeit überdenken
- wetterunabhängige umweltfreundliche Mobilität erreichen

INFORMATION

- Einstellungswandel durch Wissen erzeugen
- Transparenz der Angebote schaffen
- Aufzeigen bestehender Alternativen / Informationen machen Alternativen sichtbar
- Kosten der jeweiligen Verkehrsarten gegenüberstellen und transparent machen
- Verkehrsmittelwechsel bewerben: Flexibilität der bestehenden Infrastruktur deutlich machen
- vorhandene Angebote zur Kombination von Rad + Bus transparenter darstellen

IMAGE

- Imagewandel pro Umweltverbund erreichen
- „verstaubtes Image“ von Bus + Bahn überwinden

AKTEURE

- regionales Problembewusstsein erzeugen
- interne Öffentlichkeitsarbeit im Zweckverband: Mitstreiter gewinnen
(Stimmen die Ziele im Handlungsprogramm Klimaschutz Münster mit denen der Region überein?)
- Status quo des Umweltverbundes sichern
- Anteil des Radverkehrs auf 50% steigern
- Anteil des ÖPNV auf 15-20% steigern
- Entscheider motivieren, auch Infrastrukturen zu verbessern

WIRKUNGEN

- Umstieg der Einpendler auf den Umweltverbund, um Entlastung des Stadtgebietes und seiner Bewohner vom MIV zu erreichen
- Mobilitätsverhalten im Nahverkehr ändern
- Fahrzeugbesetzungsgrad erhöhen
- Fahrverhalten beeinflussen (z.B. spritsparendes Fahren)

ZIELGRUPPEN

für die Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität

Mit Blick auf die potenziellen Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität wurden folgenden Fragestellungen diskutiert:

- Wer sind die Zielgruppen der Beratung und Öffentlichkeitsarbeit?
- Wie lassen sich diese Zielgruppen „typisieren“?
- Bei welchen Zielgruppen sind noch Potenziale vorhanden?
- Welche Zielgruppen halten wir hingegen für „schwierig“?

Aus den Nennungen der Workshopteilnehmer wurden vier wesentliche Gruppen klassifiziert, die im weiteren Verlauf des Workshops näher betrachtet wurden.

Zielgruppe: PENDLER

Einpendler aus der Region nach Münster sowie Pendler aus den Außenbezirken Münsters
(Verkehrsmittelwahl)

Einzelpendler
(Fahrzeugbesetzungsgrad)

Unternehmen
(Angebote für die Arbeitnehmer sowie ein anzustrebendes umweltfreundliches Image)

Zielgruppe: JUGEND

Schulabgänger

Auszubildende

Führerscheinwerber

junge Erwachsene

Zielgruppe: FREIZEITBESUCHER

Tagesgäste

Veranstaltungsbesucher

Shopping-Touristen

Kneipengänger

„BESTIMMTE“ Zielgruppen

Schüler („Elterntaxi“)

Familien, Eltern mit Kindern

Senioren

Schwerbehinderte

Neben diesen vier im weiteren Verlauf näher betrachteten Zielgruppen erfolgten folgende Nennungen:

- Neubürger Münsters, die an das lokale Mobilitätsverhalten herangeführt werden sollten
- sporadische ÖPNV-Nutzer, bei denen ein Erstkontakt bereits gegeben ist
- Beschäftigte im Einzelhandel
- regionale Entscheider: Bewusstseins-schaffung für regionale Pendlerproblematik
- Politik, Verwaltung, Wirtschaftsförderung: Mobilität als Standortfaktor bei Unternehmensansiedlungen (dabei sind Infrastrukturen zwingend mit zu bedenken)

STRATEGIE

für die Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität

Unter dem Aspekt „Strategie“ wurden Antworten auf folgende Fragestellungen gesucht:

- Was ist der grundsätzliche strategische Ansatz für die Öffentlichkeitsarbeit?
- Welche zentralen Botschaften und Inhalte wollen wir an wen vermitteln?
- Wie sollte die grundsätzliche „Tonalität“ der Öffentlichkeitsarbeit ausgestaltet sein?

Mit Blick auf die Umsetzung der „Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität“ sollen die nachfolgend aufgeführten Hinweise berücksichtigt werden:

ALLGEMEIN

- angesichts knapper Mittel Prioritätensetzung in der Öffentlichkeitsarbeit anstatt „Gießkannenpolitik“

ZIELGRUPPEN

- potenzielle Umsteiger segmentieren und direkt und zielgerichtet ansprechen
- Information für Zielgruppen nach Lebenslagen bereitstellen
- Informationen in leichter Sprache anbieten
(für Menschen mit Behinderungen, Menschen mit Migrationshintergrund, ...)

INHALTE

- Informationen weitergeben, z.B. Thema Sicherheit
- Zeitvorteile des Radverkehrs bewerben
- Hervorhebung der Fahrradfreundlichkeit Münsters
- Anstoß geben, neue Wege zu entdecken
- alte, gute Beispiele umweltverträglicher Mobilität bewerben
- „klassische“ Werbung: Vertrauen schaffen und Konsum- bzw. Nutzerverhalten lenken

TONALITÄT

- ÖPNV-Nutzung ist hip und trendy und schafft ein gutes Gewissen
- positive Motivation für das Umsteigen generieren
- „Belohnungen“ für den Verzicht auf das Auto darstellen
- Freude an klimafreundlicher Mobilität vermitteln
- Betonung der Lebensqualität in der Stadt Münster

FORM DER ANSPRACHE

- aufsuchende Öffentlichkeitsarbeit
- direkte Ansprache / Face-to-Face Kommunikation
- dialogorientierte Austauschformen etablieren / Feedback ermöglichen
- Erlebnisse und Austausch durch Aktionen initiieren

PROJEKTE

für die Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität

Zu den zuvor klassifizierten vier wesentlichen Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit umweltverträgliche Mobilität haben die Teilnehmer des Workshops in Kleingruppen konkrete Projektideen erarbeitet. Diese Sammlung soll bei einer späteren Ausarbeitung einer Kampagne berücksichtigt werden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass ein direkter und gezielter Kontakt zu den jeweiligen Zielgruppen als notwendig erachtet wird. Dabei kann jedoch zum Teil auf bereits bestehenden Initiativen und Projekten aufgebaut werden.

PROJEKTE für die Zielgruppe PENDLER

- Auslobung eines **Umweltpreises** für das Unternehmen, das die meisten Mitarbeiter zum Verkehrsmittelwechsel bewegt.
alternativ: Mobilitätssektor bei Ökoprotit höher bewerten. Wirkung: Imagegewinn des Unternehmens
- Workshop der größten Unternehmen zur Vermittlung der Vorteile des Job-Tickets für die Arbeitgeber (z.B. Vermeidung von Unfällen auf dem Weg zum Arbeitsplatz). Weitergabe von gesammelten Erfahrungen zum Job-Ticket
- Entwicklung technischer Lösungen zur Koordinierung von Mitfahrgelegenheiten und organisatorische Begleitung im Prozess (betriebsintern oder nach Wegstrecken, Bsp. Chemiapark Marl; Bsp. Applikation für Smartphones zur Bildung von Fahrgemeinschaften innerhalb eines Verbundes von Unternehmen). Zielgruppe: Schichtarbeiter
- Sprechstunde Mobilitätsberatung im Unternehmen
(1 Std. je Woche, vgl. Umwelthaus zu Ökostrom)
- Förderung und Bewerbung von Telearbeit, um Pendlerverkehr zu reduzieren

PROJEKTE für die Zielgruppe JUGEND

- Potenzierung vorhandener Kampagnen des VCD (Mobilitätsfibel, FahrRad!) zur Verstärkung und Vertiefung. Zielgruppe: Grundschulen und bisher noch nicht beteiligte Schulen
- Integration des Themas umweltfreundliche Mobilität in schulische Unterrichtsreihen um neue ökologische Inhalte zu platzieren, Kombinationen mit Aktionen zur Verkehrssicherheit herzustellen und einen Imagewandel zu unterstützen. Zielgruppe: Weiterführende Schulen und Berufsschulen
- Eigenverantwortlichkeit der Kinder stärken, um das Mobilitätsverhalten der ganzen Familie zu beeinflussen (kein Eltern-Taxi zur Einrichtung, Tenor: „Cool ist es, alleine zur Schule zu gehen.“). Zielgruppe: Kindergärten, Grundschulen und Eltern

PROJEKTE für die Zielgruppe FREIZEITBESUCHER

- **Service für Veranstalter**
Veranstalter von Großveranstaltungen (z.B. aus dem Bereich Sport, Konzerte, ...) sollten Informationen zu alternativen Anreisemöglichkeiten an Teilnehmer und Besucher weitergeben. Dazu ist den Veranstaltern ein zentrales Serviceangebot zur Verfügung zu stellen. Denkbar wäre zum einen eine Mobilitätsberatung durch mobilé oder Münster Marketing sowie zum anderen das Angebot von Komplettpaketen, welches auch Unterstützung und Hilfestellung bei der Bereitstellung von (temporären) Infrastrukturen beinhaltet. Die Tonalität dieser Projektidee lautet „informativ“. Als Merkposten ist in diesem Zusammenhang das Hinwirken auf Kombitickets beim Veranstalter Halle Münsterland festzuhalten.
- **Modellrechner**
Für Shoppingtouristen insbesondere aus den Umlandkreisen sollten die anfallenden Kosten für die Anreise mit dem MIV inkl. Parken den anfallenden Kosten für die Anreise mit dem ÖPNV gegenübergestellt und veranschaulicht werden. Entsprechend der Autokennzeichen der Besucher kann dies spezifisch nach der jeweiligen Herkunft erfolgen. In einer öffentlichkeitswirksamen Variante könnte ein Modellrechner neben den Ticketautomaten der innerstädtischen Parkhäuser installiert werden. In einer massenwirksamen Variante könnten entsprechende Infoflyer an den Windschutzscheiben hinterlassen bzw. an im Stau stehende Autofahrer verteilt werden. Als Wirkung ist ein Kostenbewusstsein angestrebt, die Tonalität sollte bei „witzig und augenzwinkernd“ liegen.
[Hinweis: Eine ähnliche Aktion mit Infoflyern zu Kosten wurde bereits durch den VCD durchgeführt und soll ausgebaut werden.]

PROJEKTE für „BESTIMMTE“ Zielgruppen

Ideen

- Mobilpaket als Druckerzeugnis: zielgruppenspezifische Aufbereitung der Informationen
- Information seniorengerecht weitergeben (Schriftgröße)
- Information direkt mit Ansprechpartnern in Begegnungsstätten und Seniorenwohnanlagen
- Schwerbehinderte über ihre Wahlmöglichkeiten informieren

Wirkungen

- Information und Aufklärung
- Bewusstseins-schaffung und Verhaltensänderung

Zielgruppen

- Seniorenverbände
- Behindertenverbände, Behindertenwerkstätten
- Diakonie, Caritas
- Neubürger

Weitere Hinweise für Maßnahmen aus dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit

- stärkere Koordination der städtischen Öffentlichkeitsarbeit mit der Öffentlichkeitsarbeit der Stadtwerke
- kostenfreie Mobilitätsberatung, insbesondere für Arbeitnehmer in Münster
- autofreies Wohnen bewerben
- Bewerbung des Car-Sharings

Ergänzende Projekte aus dem Bereich der Infrastruktur sowie sonstiger Angebote

- Fahrradschnellstraßen / Radschnellwege ausbauen
- Ausbau und qualitative Aufwertung der Radverkehrsanlagen
- Einrichtung Bus-Ringverkehr
- Anruf-Sammel-Taxi als Ergänzung zum Bus ausbauen
- Bahnstation in Roxel und Mecklenbeck
- autofreie Altstadt
- Schnupper-Tickets für bestimmte Pendler-Gruppen ausgeben
- „Bonuspunkte“ für Umsteiger anbieten
- Koordination von verschiedenen Verkehrsträgern (z.B. DB und Zweckverband)

UMSETZUNG

der Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität

Gemäß der mit dem Klimaschutzkonzept 2020 beschlossenen Vorgaben ist die Öffentlichkeitsarbeit zur umweltfreundlichen Mobilität in Münster langfristig angelegt. So sollen für den Zeitraum von 10 Jahren pro Jahr 20.000 € zur Verfügung stehen.

Von den Anwesenden werden große Potenziale in der Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Akteuren im Bereich umweltfreundliche Mobilität gesehen. Bereits heute seien vielfältige Kooperationsformen vorhanden, die es zu unterstützen und zu verstärken gelte. Das erwähnte, politisch beschlossene Budget für die Öffentlichkeitsarbeit könne zudem durch Leistungen privater Akteure ergänzt werden.

Der aufgrund der knappen verbliebenen Zeit nur kurz bearbeitete Aspekt „Umsetzung“ sollte insbesondere in Hinblick auf mögliche Synergieeffekte zwischen den Verkehrsträgern noch weiter bearbeitet werden.

Fazit und Ausblick

Christian Schowe, Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

Herr Schowe dankt den Teilnehmern des Workshops für die rege Diskussion und die konstruktive Erarbeitung von Hinweisen und Ideen für die Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität, deren weitere Vertiefung auf jeden Fall lohnend sei. Im weiteren Fortgang wird nun die Dokumentation der Veranstaltung mit Empfehlungen der Verwaltung zur weiteren Bearbeitung der Öffentlichkeitsarbeit umweltfreundliche Mobilität an den Planungsausschuss geleitet. Herr Schowe bietet den Teilnehmern des Workshops einen weiteren und vertiefenden Austausch zum Thema an.