



# EMW-Starter-Kit für Kommunen

# EINLEITUNG

Herzlich willkommen beim EMW-Starterkit des Kompetenznetz Klima Mobil! Mit diesem kurzen Leitfaden möchten wir Sie bei Ihren ersten Schritten zur **EUROPÄISCHEN MOBILITÄTSWOCHE** (EMW) unterstützen. Auf den folgenden Seiten erfahren Sie, was die EMW ist, warum sich die Teilnahme für Kommunen lohnt und wie Sie die EMW bestmöglich entsprechend den Bedürfnissen Ihrer Kommune einsetzen können. Wir stellen Ihnen wertvolle Ressourcen zur Verfügung und präsentieren Ihnen steckbriefartig mögliche Aktionen für die Gestaltung Ihrer Mobilitätswoche.

## Was ist die EMW?

Die **EUROPÄISCHE MOBILITÄTSWOCHE** ist eine Kampagne der Europäischen Kommission. Seit 2002 ermöglicht sie Kommunen aus ganz Europa, ihren Bürger:innen die komplette Bandbreite nachhaltiger Mobilität vor Ort näherzubringen. Jedes Jahr, immer vom 16. bis 22. September, werden im Rahmen der EMW nachhaltige Verkehrslösungen ausprobiert und mit kreativen Ideen für eine klimafreundliche Mobilität in den Kommunen geworben.

Parkplätze und Straßenraum werden umgenutzt, neue Fuß- und Radwege eingeweiht, Elektro-Fahrzeuge getestet, Schulwettbewerbe ins Leben gerufen und Aktionen für mehr Klimaschutz im Verkehr durchgeführt. So zeigen Kommunen und ihre Bürger:innen, dass nachhaltige Mobilität möglich ist, Spaß macht und praktisch gelebt werden kann.

Die nationale Koordinierungsstelle der EMW in Deutschland ist beim Umweltbundesamt angesiedelt.

Die EMW setzt sich aus drei Kategorien zusammen:



### Woche der Aktionen

Aktionen der Kommune oder weiteren Akteuren zu nachhaltiger Mobilität.



### Dauerhafte Maßnahmen

Vorstellung oder Einweihung dauerhafter Maßnahmen zugunsten des Umweltverbunds.



### Autofreier Tag

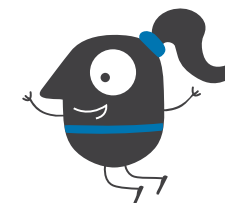
Ein oder mehrere Straßen einer Kommune werden für mindestens sechs Stunden ausschließlich nachhaltigen Verkehrsformen vorbehalten. Der Autoverkehr ist in diesen Bereichen nicht gestattet. Straßenfeste oder temporäre Spielstraßen sind mögliche Aktionsformen.

Zusätzlich gibt es ein jährlich wechselndes Thema. Die Kommunen können dieses aufgreifen, sind jedoch nicht dazu verpflichtet. Ist eine Kommune in allen drei Kategorien aktiv, kann sie sich auf den EMW-Award bewerben.

# WARUM LOHNT ES SICH,

# ALS KOMMUNE

# AN DER EMW TEILZUNEHMEN?



Die EMW zählt zu den größten Kampagnen für nachhaltige und klimafreundliche Mobilität weltweit. Sie bietet Kommunen eine Plattform, um ihre Fortschritte in Sachen verträglicher Mobilität zu präsentieren, laufende Projekte voranzutreiben und in einen konstruktiven Dialog mit den Bürger:innen zu treten.

## Platz zum Ausprobieren

Die EMW bietet Kommunen einen Rahmen, gemeinsam mit ihren Bürger:innen innovative Verkehrslösungen auszuprobieren oder mit kreativen Ideen für nachhaltige Mobilität vor Ort zu werben.

## Kennenlernen und Vernetzen

Die EMW trägt dazu bei, Gruppen inner- und außerhalb der Verwaltung miteinander zu vernetzen und gegenseitiges Vertrauen aufzubauen. Vorbereitungstreffen, Pressetermine und Veranstaltungen bieten eine ausgezeichnete Gelegenheit für Akteure aus unterschiedlichen Bereichen der Verwaltung und Zivilgesellschaft, sich kennenzulernen und gemeinsame Ziele zu verfolgen.

## Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf nachhaltige Mobilität lenken

Kommunen und engagierte Akteure können die EMW dazu nutzen, das Bewusstsein für die vielfältigen wichtigen Aspekte nachhaltiger Mobilität zu schärfen und in einen Dialog mit den Menschen vor Ort zu treten. Dabei haben sie etwas die Möglichkeit zu erfahren, was Bürger:innen von geplanten Verkehrsmaßnahmen halten oder an welchen Stellen Verbesserungsbedarf besteht. Dies kann beispielsweise bei einem Planungsspaziergang geschehen, bei dem verschiedene Stellen besucht und die Planungen vor Ort präsentiert werden.



# RESSOURCEN

Wer sich in die EMW einarbeitet, wird schnell feststellen, dass sich auf bereits vorhandenen Erfahrungen aufbauen lässt. Zahlreiche Unterstützungsangebote stehen den Kommunen sowohl bei den ersten Schritten als auch in späteren Phasen zur Verfügung. Alle vorgestellten Unterstützungsangebote sind kostenfrei.

## mobilityweek.eu

Auf der Kampagnenseite der Europäischen Kommission finden Sie unter [about/Campaign resources](#) viele grafische und inhaltliche Unterstützungsmaterialien, teils auch in deutscher Sprache. Auch Grafiken der beliebten Maskottchen Edgar und Edda lassen sich dort herunterladen.

Die Seite listet ebenfalls die Teilnehmer-Kommunen des aktuellen EMW-Jahres sowie der vergangenen Jahre mit ihren Aktionen auf. Dies kann und soll als Inspirationsquelle verstanden werden.

## mobilitätswoche.eu

Auf der EMW-Seite des Umweltbundesamts finden Sie viele weitere Unterstützungsangebote. Um keine neuen Angebote zu verpassen, tragen Sie sich am besten in den Newsletter ein. Unter dem Reiter [Unterstützungsangebote](#) können Sie auf verschiedene Aktionsmaterialien zugreifen. Dort können Sie Malvorlagen, Frühstückstüten und Utensilien für eine Parkplatzparty herunterladen oder bestellen. Zusätzlich gibt es Leihangebote wie Memospiele, eine Zählstelle, die Modal-Split-Wette und mehr. Es lohnt sich, bei den Leihangeboten schnell zu sein.

Dort können Sie auch die jeweiligen Ansprechpartner:innen der Kommunen ausfindig machen. Zudem lässt sich leicht erkennen, ob bereits Kommunen in der Nähe (oder Partnerstädte in der Ferne) an der EMW teilnehmen, um möglicherweise gemeinsame Aktionen zu planen. Unter „Mobilityweek/Register“ haben Sie die Möglichkeit, Ihre Kommune für die EMW zu registrieren, sobald Sie erste Programmpunkte festgelegt haben.

Zusätzlich sind Designmaterialien und Druckvorlagen verfügbar. Im Designpool gibt es Bannervorlagen für Brücken, Bauzäune und Fahnen sowie Lesezeichen als nachhaltiges Give-away. Der EMW-Baukasten unterstützt Sie bei der Erstellung eigener Grafiken mit einer Vielzahl von Hintergründen, Sprechblasen und verschiedenen Varianten der EMW-Maskottchen. Damit können z.B. Sharepics für verschiedene Social-Media-Anwendungen oder Präsentationen erstellt werden.

## Kompetenznetz Klima Mobil

Das Kompetenznetz Klima Mobil bietet zahlreiche Unterstützungsangebote und Aktionsbausteine, die auf die verschiedenen Aspekte der EMW einzahlen und sie so bei der Umsetzung unterstützen. In unserer Kommunikationsinitiative [Platzgewinn fürs Klima](#) finden Sie nicht nur Vorlagen, sondern auch Aktionsideen für die Bürger:innen-Kommunikation.

Nach unserer EMW-Auftaktveranstaltung im März 2024 haben Sie die Möglichkeit, in EMW-Sprechstunden Ihre spezifischen Fragen zu stellen und von den Erfahrungen anderer EMW-Kommunen zu profitieren. Weitere Details dazu finden Sie auf [klimaschutz-bewegt.de](#) unter „Veranstaltungen“.

## Zeitplan

Wann Sie mit den Vorbereitungen beginnen sollten, hängt vom Umfang Ihrer geplanten Mobilitätswoche ab. Das EMW-Jahr beginnt traditionell mit der Netzwerkveranstaltung des Umweltbundesamtes, die gewöhnlich im November stattfindet. Besonders für das Einbeziehen weiterer Akteure sollte genügend Zeit vorgesehen werden. Das Frühjahr erweist sich oft als günstiger Zeitpunkt, um mit den Vorbereitungen zu beginnen.

Wenn Sie Schulen einbinden möchten, beachten Sie bitte, dass die Planungen während der Sommerferien komplizierter sein können. Insbesondere in Hinblick auf die späten Sommerferien in Baden-Württemberg sollte der Hauptteil der EMW vor Beginn der Ferien geplant sein.

Trotz allem ist es oft möglich, auch kurzfristig noch vieles zu erreichen. Es wird von erfolgreichen EMWs berichtet, die innerhalb eines Monats auf die Beine gestellt wurden.

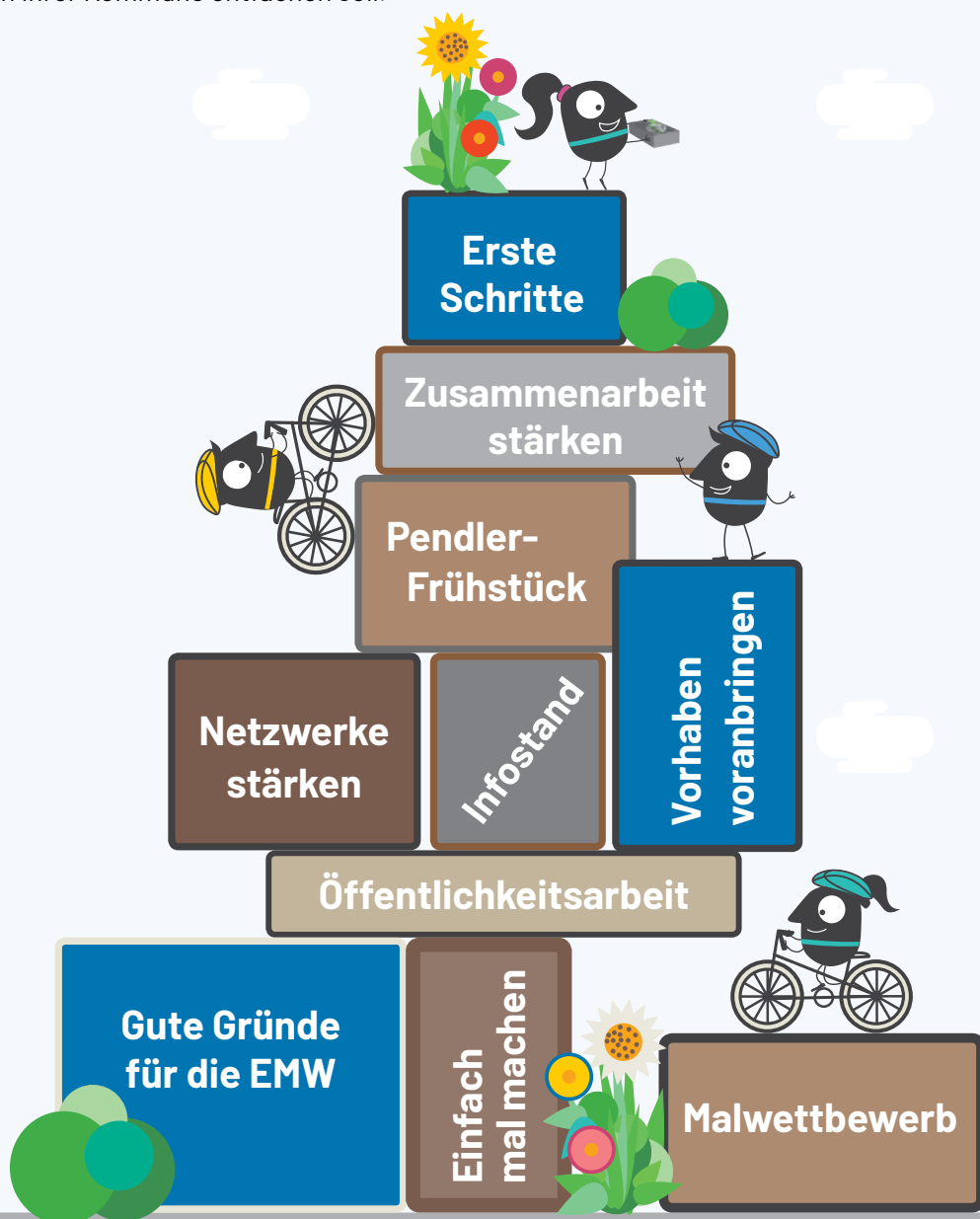
! Eine schnell umsetzbare Aktion wäre etwa die Durchführung einer Modal-Split-Befragung in der eigenen Abteilung. Dabei können die Pendel-Plakate des Umweltbundesamts genutzt werden.



# EMW STARTERKIT

Viele Wege führen zu einer (ersten) erfolgreichen EMW. Aber wo anfangen? Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen, wie Sie die richtigen Ideen für Ihre EMW finden.

Welche das sind, hängt nämlich ganz von der gewünschten Wirkung ab, die die EMW in Ihrer Kommune entfachen soll.



# ERSTE SCHRITTE

## Zustimmung einholen

Bevor es losgeht, benötigen Sie in der Regel die Zustimmung zur Umsetzung der EMW. Welche Schritte dafür in der jeweiligen Kommune erforderlich sind, hängt von der jeweiligen Kommune ab. Manchmal wird ein politischer Beschluss benötigt, manchmal reicht die Zustimmung der Amtsleitung, manchmal bedarf es der Genehmigung durch die Stadtspitze und manchmal können auch andere Voraussetzungen erforderlich sein.

So oder so: Es gibt zahlreiche gute Argumente für die Teilnahme an der EMW. Die Kommune wird Teil einer der größten Mobilitätskampagnen im Bereich nachhaltiger Mobilität. Über 3000 Kommunen in ganz Europa nehmen regelmäßig teil, und in Deutschland waren es im Jahr 2023 bereits fast 200, mit einer klaren Tendenz nach oben. Die EMW bietet zudem einen Rahmen für die Kommunikation mit den Bürger:innen. So können Fortschritte der Kommune präsentiert und aktuelle Themen diskutiert werden. Zusätzlich kann den Bürger:innen die Möglichkeiten geboten werden, klimafreundliche Mobilitätsangebote jenseits des Alltags auszuprobieren.

## Sammeln, was schon stattfindet

Bevor Sie eigene Aktionen entwickeln, sollten Sie zunächst prüfen, was bereits vorhanden ist. Im September finden normalerweise viele Veranstaltungen statt, von denen einige möglicherweise in den Zeitraum der EMW fallen. Sie könnten diese in die Aktionswoche integrieren, wenn es thematisch passt, oder mit einer EMW-Aktion Teil der Veranstaltung werden, z.B. mit einem Informationsstand zu nachhaltigen Mobilitätsangeboten. Wenn Sie sich bestehenden Veranstaltungen anschließen, haben Sie den Vorteil, dass bereits ein Publikum vorhanden ist. Die Veranstaltung sollte jedoch thematisch zur EMW passen.

## Sammeln, wer unterstützen könnte

Erstellen Sie abschließend eine Liste von Akteuren und Gruppen, die ein Interesse daran haben könnten, die EMW aktiv mitzugestalten. Aktionen gemeinsam zu stemmen bietet viele Vorteile: Der Aufwand wird auf mehrere Schultern verteilt und es entsteht ein vielfältiges Netzwerk von Akteuren mit einem Interesse an klimafreundlicher Mobilität. Zudem können bisher nicht oder kaum erreichte Personengruppen erschlossen werden. Dies gilt insbesondere, wenn sich nicht nur reine Mobilitätsakteure an der EMW beteiligen. Da Mobilität ein Querschnittsthema ist und praktisch alle Menschen betrifft, ist die Verknüpfung mit Vereinen, Institutionen und Unternehmen meist einfacher als zunächst angenommen.

## Sammeln, was schon umgesetzt wird

Eine Kategorie der EMW umfasst dauerhafte Maßnahmen. Informieren Sie sich darüber, welche Maßnahmen in Ihrer Gemeinde aktuell umgesetzt und vor Beginn der EMW abgeschlossen werden. Das kann der barrierefreie Ausbau von Bushaltestellen sein, die Einrichtung einer Fahrradstraße oder auch eines neuen Verleihsystems. Selbst kleine Maßnahmen, wie Bordsteinabsenkungen, können genutzt werden, um das Thema Barrierefreiheit ins Bewusstsein zu rufen. Mit einem Pressetermin können dauerhafte Maßnahmen eingeweiht werden und schon haben Sie einen weiteren Programmpunkt für Ihre Aktionswoche zusammen.

# GUTE GRÜNDE FÜR DIE EMW

## Einfach mal machen

Was zunächst vielleicht banal erscheint, kann durchaus sinnvoll sein. Eine EMW, besonders die erste, muss nicht unbedingt mit einem großen konzeptionellen Aufbau verbunden sein. „Einfach mal mitmachen“ bedeutet auch: Erfahrungen sammeln und von der EMW-Gemeinschaft profitieren.

Es kann vorteilhaft sein, diese EMW als eine Art Probelauf oder Testlauf zu betrachten.

Innerhalb eines solchen Ansatzes ist es empfehlenswert, zunächst kleinere Aktionen zu wählen, die nicht viel Vorbereitung erfordern. Beispiele dafür sind unter anderem ein (verwaltungsinternes) Frühstück für Pendler:innen, ein Büchertisch zum Thema Mobilität in der Stadtbibliothek oder ein Malwettbewerb für Grundschüler:innen.

## Pendlerfrühstück für Verwaltungsmitarbeitende

### Aktionsbeschreibung

Verwaltungsinternes Frühstück/Dankeschön für alle Mitarbeitenden, die am Aktionstag mit nachhaltigen Verkehrsmitteln zur Arbeit kommen

### Wer kann mit einbezogen werden?

Gesundheitsmanagement, Presseabteilung, Klimaschutz

### Zielgruppe

Mitarbeiter:innen der Stadtverwaltung

### Wie wird Zielgruppe erreicht?

Interne Pressemitteilung, interner Verteiler

### Guter Ort

Gut frequentierter Laufweg am Verwaltungssitz

### Gute Zeit

Tag mit hoher Präsenzquote

### Materialien

- Brötchentüten (gibt es beim UBA)
- Apfel, Brezel, oder ähnliches
- kleiner Stand aus Tisch und Plakat

**Anmerkungen:** Beginnen Sie früh genug mit dem Packen der Brötchentüten. Das verschafft Ihnen mehr Luft bei der Aktion selbst. Nutzen Sie die Aktion, um mit Ihren Kolleg:innen über Mobilitätsthemen ins Gespräch zu kommen. Welche Rahmenbedingungen könnten besser sein? Fragen Sie die Auto-Pendler:innen: Was würde Sie zum (teilweisen) Umstieg bewegen?

## Malwettbewerb „Edgar und Edda unterwegs“

### Aktionsbeschreibung

Ein Malwettbewerb für die dritte und vierte Klasse. Kopiervorlagen stellt das Umweltbundesamt zur Verfügung. Die Schüler:innen malen, auf welche Art die beiden EMW-Maskottchen unterwegs sind

### Wer kann mit einbezogen werden?

Schulamt, Pressestelle, evtl. Kooperation mit Lokalzeitung

### Zielgruppe

Schüler:innen, bzw. Lehrer:innen

### Wie wird Zielgruppe erreicht?

Anschreiben, direkte Ansprache

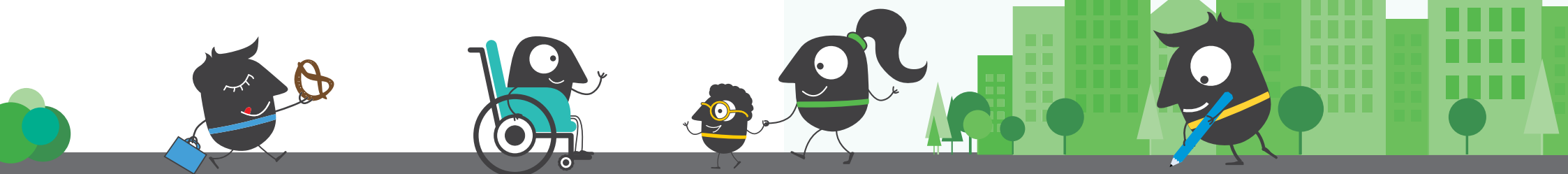
### Gute Zeit

Vor den Sommerferien, sodass die Bilder in der Aktionswoche vorgestellt werden können

### Materialien

- Malvorlage oder Formatvorgabe (meist DIN A4)
- Anschreiben Schule
- Anschreiben Eltern
- Plakat für Ausstellung

**Anmerkungen:** Selbstverständlich lassen sich auch andere Themenschwerpunkte setzen. Malwettbewerbe können etwa auch zu den Themen „Schulweg“ oder „Haltestelle der Zukunft“ veranstaltet werden. Es ist anzuraten, die Aktion bereits vor den Sommerferien umzusetzen, und die Ergebnisse in der EMW zu präsentieren. Ein kleiner Anreiz, wie zum Beispiel ein Preis für die Schule oder die Klasse mit den meisten Beiträgen, kann zusätzliche Motivation schaffen. Eine Auswahl der eingesandten Bilder können über soziale Medien geteilt oder in öffentlichen Einrichtungen wie dem Rathaus oder der Stadtbücherei ausgestellt werden. Beachten Sie, dass möglicherweise das Einverständnis der Erziehungsberechtigten für die Veröffentlichung der Bilder der Kinder erforderlich ist.



# GUTE GRÜNDE FÜR DIE EMW

## Fortschritte Bürger:innen näher bringen

Für Kommunen, die bereits einiges im Bereich Klimaschutz und Mobilität leisten, bietet es sich an, diese Fortschritte den Bürger:innen näherzubringen. Die Aktionswoche stellt hierfür einen hervorragenden Rahmen dar. Auch die Öffentlichkeitsarbeit ist meist einfacher, da Medien gerne über Aktionswochen berichten und eventuell Artikelserien bringen.

Für die beteiligten Kommunen vereinfacht die Aktionswoche die Öffentlichkeitsarbeit in der Regel erheblich. Teil eines europaweiten Ereignisses zu sein, verleiht den Aktionen automatisch eine besondere Bedeutung – weitaus mehr, als wenn einzelne Veranstaltungen unabhängig über das Jahr verteilt durchgeführt würden.

Daher fällt es in der EMW größtenteils einfacher, Mobilitätsthemen in den lokalen Medien zu platzieren.

Verschiedene Aktivitäten können in diesem Rahmen stattfinden. Beispielsweise kann der Pressetermin besonders inszeniert werden, indem die Presse nicht in das Rathaus oder einen gewöhnlichen Besprechungsraum, sondern an einen spezifischen Mobilitätsort eingeladen wird. Möglich ist ein Pressetermin an einer Mobilitätsstation, in einem Bus oder einer Straßenbahn.

Die gesammelten Inhalte können zusätzlich für Social Media genutzt werden. Es lassen sich daraus Infoposts kreieren, die über die gesamte Woche hinweg veröffentlicht werden und so einen informativen Rahmen bieten.

## Infostand zu nachhaltigen Mobilitätsangeboten

### Aktionsbeschreibung

Bürger:innen können sich an einem Infostand über aktuelle und geplante nachhaltige Mobilitätsangebote in ihrer Kommune informieren. Um die Zielgruppe zu erweitern, bietet es sich an, die Informationen für eine Pressemitteilung aufzubereiten und zusätzlich über die Social-Media-Kanäle der Kommune zu den Angeboten zu informieren.

### Wer kann mit einbezogen werden?

Mobilitätsanbieter

### Zielgruppe

Auto-Pendler:innen,  
interessierte Bürger:innen

### Wie wird Zielgruppe erreicht?

Interne Pressemitteilung, interner Verteiler

### Guter Ort

Wochenmarkt, Stadtfest oder generell gut frequentierter Ort

### Gute Zeit

Abhängig vom gewählten Ort, evtl. samstags

### Materialien

- Stand, evtl. Pavillon
- Plakat/Banner (Kundenstopper)
- Broschüren, Infomaterialien
- kleine (nachhaltige) Präsente zur Steigerung der Aufmerksamkeit oder Gewinnspiel
- EMW-Baukasten für Socialmedia Sharepics

**Anmerkungen:** Der hauptsächliche Aufwand liegt darin, die verfügbaren Mobilitätsangebote zu sammeln und ansprechend zu präsentieren. Es ist daher effektiv, die gesammelten Informationen gleichzeitig über diverse Kanäle zu verteilen. Eine Möglichkeit besteht darin, den Informationsstand mit einem Pressetermin zu kombinieren, was zusätzliche Aufmerksamkeit generieren kann. Darüber hinaus bietet die tägliche Vorstellung eines Mobilitätsangebots über die Social-Media-Plattformen der Kommune die Chance, ein breiteres Publikum zu erreichen.

Es ist nicht ratsam, darauf zu warten, dass die Bürger:innen von sich aus zum Informationsstand kommen. Es empfiehlt sich vielmehr, den Stand an einem stark frequentierten Ort zu platzieren, um eine hohe Besucherzahl zu erreichen. Allerdings sollten Sie Bahnhöfe als Standort meiden, wenn Sie auch Autofahrende als Zielgruppe ansprechen möchten, da diese dort eher selten anzutreffen sind.



# GUTE GRÜNDE FÜR DIE EMW

## Netzwerk (extern) entwickeln/stärken

Die EMW eignet sich hervorragend, um mit verschiedenen Akteuren, Vereinen und weiteren Organisationen in der Kommune in Kontakt zu treten, eine positive Beziehung aufzubauen und das Thema Mobilität auf eine breitere Basis zu stellen.

Für das erste Jahr bietet es sich an, bereits bestehende Kontakte zu Interessensgruppen zu nutzen, die sehr wahrscheinlich für die EMW zu begeistern sind: Vereine, die sich mit Nachhaltigkeit oder nachhaltiger Mobilität auseinandersetzen, Verkehrsbetriebe, aber auch Bibliotheken oder der Kultursektor können hier gute Anlaufstellen sein.

Wenn es die zeitlichen Ressourcen zulassen, kann ein besonderes Augenmerk hierbei auf jene Vereine und Institutionen gelegt werden, die nicht direkt mit Mobilitätsthemen verknüpft sind, da sie Zielgruppen erreichen können, die sonst schwer zu gewinnen sind.

Möchten Sie das Netzwerk intensiv fördern, ist eine Auftakt- oder Infoveranstaltung ein guter Startschuss, um gemeinsam mit den Akteuren nach möglichen Aktionen zu suchen oder zu überlegen, ob bestimmte Veranstaltungen in Kooperation durchgeführt werden können.

Ein nützlicher Tipp für die Zusammenarbeit mit Vereinen und ähnlichen Organisationen ist es, ihnen bei der Umsetzung von Aktionen unter die Arme zu greifen. Neben dem allgemeinen organisatorischen Rahmen haben sich das Kümern um Sondernutzungsanträge, die Unterstützung bei der Pressearbeit, und eventuell auch kleine finanzielle Förderungen bewährt.

Ein PARK(ing) Day oder ein gemeinsam gestalteter Mobilitätstag sind Aktionen, die sich beispielsweise hieraus entwickeln können.

## Zusammenarbeit in der Verwaltung stärken

Neben der Stärkung der Zusammenarbeit mit externen Akteuren bietet sich ebenfalls an, innerhalb der Verwaltung die Kooperation zu intensivieren. Die EMW kann als Gelegenheit genutzt werden, Abteilungsgrenzen zu überschreiten und im Sinne des kommunalen Mobilitätsmanagements zu handeln. Es ist oft zielführender, an Projekten zu arbeiten, die positiv und einladend wirken, statt erstmals in Krisensituationen unter Druck zu kooperieren. Eine Zusammenarbeit auf freiwilliger Basis legt meist eine bessere Grundlage für künftige Projekte.

Solch eine stärkere Bindung kann durch eine interne Infoveranstaltung gefördert werden, bei der alle Beteiligten an einen Tisch gebracht werden.

Dort lassen sich dann die verschiedenen Expertisen bündeln und überprüfen, was in den einzelnen Fachbereichen rund um das Thema Mobilität ansteht. So entsteht die Möglichkeit, bereichsübergreifende Aktionen zu entwickeln und umzusetzen.

Neben gängigen Abteilungen wie Verkehrsplanung, Stadtentwicklung oder Umwelt- und Klimaschutz können auch Bereiche wie Tiefbau, ÖPNV-Aufgabenträger, Wirtschaftsförderung, Schulamt und Ordnungsamt einbezogen werden. Zudem können Behinderten- und Gleichstellungsbeauftragte weitere wichtige Aspekte einbringen.

Diese interdisziplinäre Zusammenarbeit kann schließlich auch einen Anlass bieten, eine fachbereichsübergreifende EMW anzustoßen. Dabei verknüpfen die verschiedenen Abteilungen ihre Expertise mit dem Thema Mobilität: Angefangen vom Mobilitäts-Büchertisch über Fußverkehrs-Checks zur Barrierefreiheit bis hin zu Info-Vorträgen über klimafreundliche Mobilität in Wirtschaftsnetzwerken ist hier vieles denk- und umsetzbar.



# GUTE GRÜNDE FÜR DIE EMW

## Vorhaben voranbringen

Durch die gesteigerte öffentliche Aufmerksamkeit auf Mobilitätsthemen während der EMW, lässt sie sich gut nutzen, um konkrete Vorhaben voranzubringen. Verkehrsversuche oder Reallabore ermöglichen es, die Vorteile klimafreundlicher Mobilität zu erleben. Beispielsweise bieten Sommerstraßen oder temporäre Schul- oder Spielstraßen eine Gelegenheit, verschiedene Interessengruppen in den Austausch zu bringen und somit mehr Öffentlichkeit für die Themen der Mobilitätswende zu schaffen.

Durch die verstärkte öffentliche Aufmerksamkeit für Mobilitätsthemen während der EMW bietet sich die Möglichkeit, konkrete Projekte voranzutreiben. Verkehrsversuche oder Reallabore ermöglichen es, die positiven Auswirkungen klimafreundlicher Mobilität erlebbar zu machen.

Sommerstraßen oder temporäre Schul- und Spielstraßen sind Anlass dafür, verschiedene Interessengruppen in den Austausch zu bringen, und so mehr Aufmerksamkeit für die Themen der Mobilitätswende zu schaffen.

Durch solche Verkehrsversuche und temporäre Spielstraßen können Bürgerinnen und Bürger direkt erfahren, wie eine umweltfreundliche Mobilität in der Praxis aussehen kann. Das Erleben der Vorteile klimafreundlicher Mobilität trägt dazu bei, das Bewusstsein für die Mobilitätswende zu schärfen und bestenfalls Verhaltensänderungen anzustoßen. Hierbei können weitere Angebote vor Ort helfen. Anhand konkreter Beispiele wird aufgezeigt, dass eine nachhaltige Verkehrsgestaltung möglich ist und sie das alltägliche Leben positiv beeinflussen kann.



### Nicht zu groß denken!

An dieser Stelle möchten wir Ihnen noch einen allgemeinen Tipp für die Umsetzung und Planung mit auf den Weg geben: Denken Sie nicht zu groß! Es ist natürlich, dass Ideen tendenziell wachsen – das ist keineswegs schlecht, besonders wenn Sie möglicherweise die erste von vielen Europäischen Mobilitätswochen planen. Für das erste Jahr ist es jedoch ebenso wichtig, sich realistische Ziele zu setzen.

Reflektieren Sie deshalb rechtzeitig, ob Ihre Aktionsidee kurzfristig realisierbar ist oder ob sie eher für das nächste Jahr in Betracht kommt. Sollte Letzteres zutreffen, gibt es oft die Möglichkeit, die Idee so zu modifizieren oder zu reduzieren, dass sie wieder umsetzbar wird. Der Vorteil: Im Folgejahr können Sie dann bereits auf gesammelte Erfahrungen zurückgreifen.

# ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Da die EMW eine Kampagne ist, ist es selbstverständlich, dass auch Öffentlichkeitsarbeit geleistet werden muss. Ist in Ihrer Kommune eine Pressestelle vorhanden, ist es sinnvoll sie von Beginn an einzubinden. Unterstützung gibt es hier von Seiten der Nationalen Koordinierungsstelle.

Auf der Seite des Umweltbundesamts finden Sie Vorlagen für Plakate, Flyer und Banner, sowie weitere Großprintvorlagen und Social-Media-Vorlagen, die Sie für Ihre Öffentlichkeitsarbeit nutzen können. Das Wichtigste zum Schluss: Kümmern Sie sich um die Dokumentation Ihrer Aktionen.

Warum das so essenziell ist? Das verraten die folgenden vier Punkte:

### Was nicht dokumentiert ist, hat nicht stattgefunden!

Kommunikation läuft zu großen Teilen über visuelle Inhalte. Fehlt es an Foto- oder Videomaterial von einer Veranstaltung, ist es wesentlich schwieriger, im Nachhinein auf die Aktion Bezug zu nehmen und darauf aufzubauen.

### Dokumentation passiert nie von allein!

Planen Sie die Dokumentation Ihrer Veranstaltung von Anfang an ein. Bestimmen Sie eine verantwortliche Person. Stellen Sie sicher, dass eine Kamera oder ein qualitativ hochwertiges Smartphone verfügbar ist, und verlassen Sie sich nicht darauf, dass zufällig jemand Fotos macht. Das geht im Zweifel schief und ist im Nachgang sehr ärgerlich.

### Besser ein schlechtes Bild als gar kein Bild

Falls es doch einmal vergessen wird: Nehmen Sie die Sache selbst in die Hand und machen Sie Fotos, auch wenn diese nicht perfekt sein mögen. Es ist besser, zehn nicht so gute Fotos Ihrer Veranstaltung zu haben als überhaupt keine.

### Keine Rechte, kein Bild!

Achten Sie beim Fotografieren darauf, dass die Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen gewahrt bleiben. Bei größeren Gruppen ist dies meist unkritisch. Wenn jedoch einzelne Personen im Fokus des Bildes stehen, holen Sie sich deren Zustimmung – am besten schriftlich –, dass Sie das Bild verwenden dürfen. Möchten Sie auf der sicheren Seite sein, fotografieren Sie (zusätzlich) so, dass Personen nicht identifizierbar sind.

# IMPRESSUM

Herausgeber

NVBW  
Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH  
Wilhelmsplatz 11  
70182 Stuttgart  
www.nvbw.de

Workshop/Text/Gestaltung:  
krauses Projektdesign, [www.krauses.info](http://www.krauses.info)