

## So funktioniert Standard 1 Mobilität

### *Das Publikum aktiv dazu motivieren, klimaschonend anzureisen*

**Aufgabe: Die Anreise des Publikums mit öffentlichen Verkehrsmitteln, in einer Fahrgemeinschaft, per E-Auto, mit dem Rad, mit einem Scooter oder zu Fuß fördern und eine Kommunikation dazu aufbauen.**

Ziel: Die An- und Abreise des Publikums soll so wenige Erdöl-KM wie möglich verursachen.

Optimierungsmöglichkeit:

Wenn eine öffentliche Anreise möglich ist, prominent auf der Homepage positionieren und konkretisieren, im Sinn von „Der letzte Zug in Richtung xx geht um ...“. Eine allgemeine Aussage im Sinn von „Wir unterstützen eine Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln.“ oder „Wir sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar.“ genügt dafür nicht.

Begriffsdefinitionen:

- + Der Individualverkehr ist mit Abstand der größte CO<sub>2</sub>-Verursacher im Flächenland Niederösterreich.
- + Eine klimaschonende Anreise des Publikums im Sinn dieses Programms erfolgt zu Fuß, mit dem Rad oder Scooter, mit Öffis, mit einem E-Fahrzeug, per Shuttle, einem Reisebus oder in einem Auto mit Verbrennungsmotor, wenn mindestens zwei weitere Personen mitfahren.
- + Eine nicht klimaschonende Anreise im Sinn des Programms erfolgt dann, wenn man allein oder zu zweit in einem Fahrzeug mit Verbrennungsmotor zur Veranstaltung kommt.
- + Aufgrund der Struktur des Flächenlandes Niederösterreich ist eine öffentliche An- und Abreise nur an wenigen Standorte uneingeschränkt möglich. Das Programm setzt daher stark auf Fahrgemeinschaften.

Umsetzung:

#### **In der Werbung**

- + Auf Medien und Druckwerken, vor allem online: Gut sichtbare und klare Aufforderung für eine klimaschonende Anreise mit dem besonderen Schwerpunkt auf eine öffentliche Anbindung, wenn diese vorhanden ist und auch die Rückfahrt ermöglicht. Und auf die Bildung von Fahrgemeinschaften. Das kann auf der Startseite erfolgen, beim Veranstaltungskalender oder, wenn es diese Option gibt, beim Ticketkauf.

Textvorschläge:

„Reisen Sie klimaschonend an. Nutzen Sie Fahrgemeinschaften.“

„Kommen Sie klimaschonend. Nutzen Sie Fahrgemeinschaften.“

„Besuchen Sie uns klimaschonend. Nutzen Sie Fahrgemeinschaften.“

„Nutzen Sie für Ihre Anreise Fahrgemeinschaften.“

„Reisen Sie mit Öffis und damit klimaschonend an.“

„Kommen Sie mit Öffis und damit klimaschonend.“

„Besuchen Sie uns klimaschonend. Nutzen Sie Öffis.“

„Nutzen Sie für Ihre Anreise Öffis.“

### **Beim Vorverkauf**

Jedes im Vorverkauf abgesetzte Ticket erreicht einen Gast vor der Anreise. Dabei können Sie Besucher und Besucherinnen konkret und direkt darauf hinweisen, auf welche Weise eine klimaschonende Anreise möglich ist.

### **Beim Publikum**

Schritt 1: Bis zur Verfügbarkeit unserer technischen Lösung per QR-Code die Gäste beim Einlass fragen, ob sie bereit wären, die Art ihrer Anreise bekannt zu geben. Erhoben wird das mit einer „Stricherl-Liste“. Entweder einfach: Klimaschonend – nicht klimaschonend angereist. Oder detailliert: Klimaschonend mit der konkreten Art der Anreise – nicht klimaschonend. Diese Erhebung ist zugleich die Monitoring-Maßnahme für den Standard 1

Schritt 2: Wer richtig angereist ist, soll eine kleine, symbolische Belohnung erhalten, die von jedem Veranstalter/jeder Veranstalterin eigenständig festgelegt wird. Die einfachste Form der Belohnung ist Lob.

Schritt 3: Die Zahlen können routinemäßig in die Begrüßung eingebaut werden. Beispiel: „Heute sind 25% der Gäste klimaschonend angereist. Es wäre schön, wenn es beim nächsten Mal 30% sind. Wir bitten Sie besonders, die Möglichkeit von Fahrgemeinschaften zu nutzen“.

Schritt 4: Jährliche Aussendung an die Mitglieder, Sponsor-Partner, Ansprechpersonen bei der Standortgemeinde, Fördergeber, ...mit einer Info zur Entwicklung im vergangenen Jahr. Die Daten auch am Veranstaltungsort aushängen. Beispiel: Im Vorjahr sind 38% unserer Besucher klimaschonend angereist. Heuer wollen wir besser werden. Auch eine Presseaussendung ist möglich.

### **Belohnung des richtigen Verhaltens**

Die Idee: Als Veranstalter nehmen Sie das richtige Verhalten bei der Anreise wahr, belohnen es und zaubern damit Ihren Gästen ein Lächeln ins Gesicht.

Wir schlagen vor, dass klimaschonend angereiste Personen eine positive Verstärkung in Form einer symbolischen kleinen Belohnung erhalten. Diese Belohnungen sollten möglichst

geringe Kosten verursachen und möglichst einfach umsetzbar sein. Die einfachste Form dafür ist Lob für das richtige Verhalten.

#### Dabei bitte beachten:

- + Bei der Erhebung der Anreise keinerlei Druck machen. Die Leute geben ihre Infos freiwillig her. Wer nicht will soll es bleiben lassen.
- + Die Abwicklung soll so einfach und rasch wie möglich funktionieren. Team und Gäste sollen dadurch möglichst nicht belastet werden, der Einlass soll möglichst wenig verzögert werden. Richtig angereiste können ZB. einen Stempel oder eine einfache Form eines Gutscheins erhalten. Im Rahmen unserer technischen Lösung (QR-Code) bekommen die Leute eine Nachricht aufs Handy, die automatisch für die richtige Anreise lobt und die zugleich als Beleg für die Vergabe von Goodies dient. Diese Lösung steht voraussichtlich bis Ende Mai 2024 zur Verfügung.
- + Keine Kontrolle anstreben. Die ist zum einen gar nicht möglich und widerspricht zum anderen dem positiven Zugang zum Thema, das wir erzeugen wollen. Stattdessen den Leuten vertrauen. Den Rest wird der Gruppendruck machen.
- + Mit der Maßnahme soll eine positive Stimmung erzeugt werden. Das Thema Klimaschutz soll positiv konnotiert werden. Die richtige Anreise soll Spaß machen.
- + Wer nicht klimaschonend anreist, soll keinerlei Form von „bad vibes“, schlechtem Gewissen oder Stigmatisierung fühlen. Es wird lediglich eine Sachinformation erhoben.

#### **Beispiele für Belohnungen:**

Ein grünes Zuckerl

Ein kleines Sweetie

Eine kleine Ermäßigung für das erste Getränk.

Ein Gutschein für 1 Glas Sodawasser

Ein Gutschein für ein (halbes) Butterbrot oder Aufstrichbrot.

Ein Gutschein für ein kleines Stück Kuchen

Mitfahrer bekommen (wenn sie wollen) einen Schnaps. Weil sie ja nicht fahren müssen

Belohnungen können auch zeitlich begrenzt werden und/oder spezielle Zielgruppen ansprechen. Beispiel: Wer im Jahr 202x mit dem Rad kommt, bekommt ein Gratis-Getränk, ein Ticket für den nächsten Besuch geschenkt ...

Oder einfach nur Lob.

*Stand: 09.04.24*