

Kampagnen- merkblatt #2

Das Ziel des SWITCH Projektes ist es groß angelegte SWITCH Kampagnen in fünf europäischen Städten zu implementieren. Das Hauptziel einer SWITCH Kampagne wiederum ist es Treibhausgas-Emissionen und den Konsum von primärer Energie zu reduzieren, in dem Autofahrten durch Fuß- und Radwege innerhalb kurzer innerstädtischer Strecken ersetzt werden. Die Kampagnen kombinieren Elemente der personalisierten Reiseplanung, der Gesundheitsinformation und informationsgestützter Gamifikation.

Dieses Factsheet gibt einen Überblick zur Umsetzung der SWITCH Kampagne in den fünf implementierenden Städten: Antwerpen (Belgien), Donostia / San Sebastian (Spanien), Wien (Österreich), London Borough of Hounslow (Großbritannien) und Danzig (Polen). Der zweite Aspekt des Factsheets befasst sich mit der BürgerInnenbeteiligung.

Antwerpen

3.700 Angestellte an 4 SWITCH Arbeitsstätten

In der Stadt Antwerpen ist die SWITCH Kampagne im Zuge großer Straßenbauarbeiten implementiert worden und umfasst vier Arbeitsstätten.

Fast 3.700 MitarbeiterInnen aller vier Arbeitsstätten wurden gezielt vom SWITCH Team Antwerpen kontaktiert. Sie wurden alle zu einer Informationsveranstaltung an ihren Arbeitsplätzen eingeladen. Zusätzlich wurden sie dazu eingeladen einen Fragebogen und ein Service-Sheet auszufüllen und erhielten ein persönliches Geschenkpaket. Einige erhielten außerdem eine persönliche Reiseplanungsberatung.

Die Umfrage ergab nützliche quantitative Daten, während eine Fokusgruppens Diskussion zusätzliche qualitative Informationen zur Kampagne ergab.

Diese beiden Daten werden dem SWITCH Antwerpen Team helfen, zukünftige Kampagnen im Bereich Mobilitätsverhaltensänderungen verbessern zu können. Solche Kampagnen werden notwendig sein, da der Stadt durch Mobilitätsänderungen große Herausforderungen bevorstehen, vor allem durch Straßenbauarbeiten, die schon heute und in der Zukunft getätigt werden.

Donostia / San Sebastian

Willkommen an die Neuen! Und werdet körperlich aktiv!

Mehr als 3.000 Menschen, die erst kürzlich nach Donostia / San Sebastian gezogen sind oder den ärztlichen Rat zu mehr Bewegung erhalten haben, wurden im ersten Schritt der SWITCH Kampagne von Donostia / San Sebastian kontaktiert.

Alle TeilnehmerInnen, welche den Basisfragebogen vollständig ausgefüllt haben, konnten sich, anhand des Service-Sheets, ihr persönliches SWITCH Packet zusammenstellen lassen. Zusätzlich wurden persönliche Beratungsgespräche und IKT-gestützte Werkzeuge angeboten. Fast 450 SWITCH Pakete wurden schon ausgeliefert, mit mehr also 3.000 ausgedruckten Informationsdokumenten, die alle Aspekte der Stadt in punkto Mobilität und Gesundheit abdecken. Weiters zeigte das Angebot der persönlichen Beratungsgespräche eine starke Zustimmung der TeilnehmerInnen zur Suche nach Lösungen zur persönlichen Mobilität.

Sowohl quantitative als auch qualitative Informationen wurden während der Kampagne gesammelt. Qualitative Informationen wurden hauptsächlich im Zuge einer Fokusgruppe gesammelt, bei welcher die TeilnehmerInnen ihre Gefühle zum SWITCH Projekt und ihre persönlichen Einstellungen zu Mobilität schilderten.

Wien

Die Kampagne zeigt erste Resultate

Die Wiener SWITCH Kampagne war in das Jahr des Zu-Fuß-Gehens eingebettet. Die Kampagne wurde auf mehreren Events sowie über Social Media und Newsletter beworben. Rund 20.000 Postkarten wurden verteilt. Dadurch nahmen 1.539 TeilnehmerInnen an der Kampagne teil, wovon wiederum 957 Personen weitere Informationen bestellten, welche Folgendes beinhalteten:

- Informationen und Links zu Navigations Apps
- Rad-, Fußwege- und Wanderkarten
- Informationen zu gesundheitlichen Vorteilen aktiver Bewegung
- Sicherheits-Informationen für aktive Fortbewegung
- Zugeschnittene Informationen zum Gehen und Radfahren



Picture: Christian Fuertner / Mobility Agency Vienna

Angebote, wie etwa Radreparatur-Workshops, persönliche Beratungsgespräche und personalisierte Geh- und Radfahr-Reisepläne, werteten die Pakete zusätzlich auf.

Die Rückmeldungen der TeilnehmerInnen und die Resultate aus der Fokusgruppe, zeigten eine hohe Akzeptanz der Kampagne und einen positiven Einfluss auf das tägliche Mobilitätsverhalten. Die quantitativen Auswirkungen im Bezug auf den Modal-Shift und den Rückgang der Auto-Verwendung wird in laufenden Evaluierungen erhoben.

London, Bezirk Hounslow

SWITCH geht über die Erwartungen hinaus

Die SWITCH Kampagne in Hounslow überschritt die Ziele für die Teilnahme der lokalen Bevölkerung. Das SWITCH Team arbeitete mit 36 Grundschulen zusammen, stellte den Kontakt zu über 1.000 Eltern her, deren Kinder gerade mit der Schule begonnen haben und führte 400 persönliche Gespräche mit AutofahrerInnen durch.

Die OrganisatorInnen brachten das Verkehrs-Schlangen-Spiel zu 20 Schulen und Beat the Street zu 16 Grundschulen (und 5 Vorschulen). Über 11.000 Menschen nahmen an der Beat the Street Kampagne teil und zusammen gingen und radelten sie mehr als 39.000 Meilen (63.000 Kilometer).

Der am häufigsten genannte Vorteil von Beat the Street war, dass sich die Menschen fitter und gesünder fühlten, mehr Spaß hatten und die nähere Umgebung erkunden konnten. Acht von zehn Personen gaben an, dass Beat the Street ihnen dabei half aktiver zu sein und sich gesünder zu fühlen. Die Hälfte gab an, dass ihnen Beat the Street dazu verhalf weniger mit dem Auto zu fahren.



Oben: Beat the Street in Hounslow (GB)

Rechts: Bitwa na Kilometry in Danzig (Polen)

Kontakt:

Projekt Koordination

DI Wiebke Unbehaun

Universität für Bodenkultur Wien – Institut für Verkehrswesen

Peter-Jordan-Straße 82 - 1190 Wien - Österreich

E-Mail: wiebke.unbehaun@boku.ac.at

Telefon: +43 1 47654 5304

Danzig

Eine unvergessliche Erfahrung

30 Herbsttage waren genug für die SWITCH Kampagne, um das Herz von 2.000 Familien aus Danzig schneller schlagen zu lassen. Das Projekt „Bitwa na Kilometry“ basierend auf dem britischen „Beat the Street“ Geh- und Radfahr-Spiel Modell, ermutigte ganze Familien, Generationen, Schulen und Nachbarschaften dazu, gesündere und nachhaltigere Transportentscheidungen zu treffen, speziell bei kurzen Distanzen.

Unterstützt durch RFID-Technologie, erfassten die Kampagnen-TeilnehmerInnen mehr als 171.383,5 aktive Kilometer, mehr als 4,3 Runden um den Globus.

Die drei involvierten Schulen nahmen die spielerischen Herausforderungen sehr ernst und veranstalteten spezielle Aufmerksamkeits-Erhöungs-Stunden und organisierten spezielle Abend- und Wochenend-Spaziergänge, gesunde Ernährungs- und Lifestyle-Tage und Lauf-Gruppen. Die Atmosphäre war großartig und die Konkurrenz äußerst erbittert, aber am Ende war jeder ein Gewinner.

Aus 4.269 aktiven TeilnehmerInnen waren 53,8% Schulkinder und 46,2% Erwachsene - LehrerInnen und Eltern. Statistisch erreichten alle zusammen 5.700 Kilometer aktive Bewegung am Tag, pro aktiver Person ein Durchschnitt von 40 Kilometer. Wäre diese Distanz mit dem Auto zurückgelegt worden, wäre eine zusätzliche Dosis von 46.450 kg CO₂, was der Absorptionsleistung von 25.340 Bäumen entspricht, in 30 Tagen verbraucht worden.

Die Evaluation ist noch nicht fertig gestellt, jedoch klingen die Statistiken schon sehr viel versprechend. Zusammenfassend war die SWITCH Kampagne in jeder Phase ein großer Erfolg und die Emotionen die „Bitwa“ den TeilnehmerInnen gab, werden für lange Zeit in ihrem Gedächtnis bleiben.

Projekt Kommunikation

Florinda Boschetti & Thomas Mourey

Polis

Rue du Trône,98 – 1050 Brüssel – Belgien

Email: FBoschetti@polisnetwork.eu

TMourey@polisnetwork.eu

Telefon: +32 2 500 56 70

Für weitere Informationen besuchen Sie www.switchtravel.eu



Kofinanziert durch das Programm „Intelligente Energie — Europa“ der Europäischen Union