

# Kampagne Verkehrswende

## *Idealtypische Projektbeschreibung*

### 1) Ziel

Es soll in der Zivilgesellschaft für die aktive Unterstützung der Verkehrswende geworben werden, und zwar sollen insbesondere:

- a) die Notwendigkeit der Verkehrswende verdeutlicht,
- b) das vom Rat verabschiedete Leitbild erklärt,
- c) die Möglichkeit zum Einbringen eigener Vorschläge und
- d) Angebote zur Diskussion kontroverser Fragen geschaffen werden.

### 2) Aufbau eines Netzwerks („Aktionsbündnis“)

Es gibt in Bielefeld viele Organisationen, Vereine, Verbände, Unternehmen und Einzelpersonen, die einer Verkehrswende positiv gegenüber stehen, die aber bisher keine kraftvolle gemeinsame Stimme haben. Um das zu ändern, soll ein Netzwerk aufgebaut werden. Grundlage soll eine *inhaltliche Plattform* (s. u.) über unser Verständnis von „Verkehrswende“ sein.

### 3) Inhaltliche Plattform

Es soll eine inhaltliche Plattform („Aufruf“) formuliert werden, in der festgehalten wird, warum wir eine Verkehrswende für notwendig halten, was wir unter Verkehrswende verstehen und welche positiven Erwartungen wir mit der Verkehrswende verbinden. Der Text sollte nicht länger als eine A4-Seite sein und in allgemein verständlicher Sprache abgefasst werden.

### 4) Erstunterzeichner

In einer ersten Phase sollen Erstunterzeichner (Organisationen, Vereine, Verbände, Unternehmen und Einzelpersonen) unter den Aufruf gewonnen werden. Wenn genügend institutionelle Erstunterzeichner (Organisationen, Vereine, Verbände, Unternehmen) gewonnen wurden, soll die Kampagne Verkehrswende per Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

### 5) Aktionen: Wandernder Infostand

Kernelement der Kampagne soll ein „wandernder Infostand“ sein, mit dem auf Wochenmärkten, in Fußgängerzonen, an belebten Plätzen etc. für die Verkehrswende geworben werden soll. Der Infostand soll Infomaterial und Anreize zur Kommunikation bieten. Ein Anreiz könnten das Ausschneiden von Kaffee und das Anbieten von Kuchen (Platenkuchen) und/oder Obst sein. Ideal wäre es, wenn der Kaffee in Becher mit unserem Logo ausgeschenkt werden könnte. Die Becher könnte man auch zum Verkauf anbieten.

Der Infostand müsste immer von mindestens drei Personen besetzt sein.

*Mindestausstattung Hardware:*

Pavillon (3 x 3 m), 2 Bierzelt-Garnituren, 2 bis 3 Stehtische, Laptop, 3 Pumpkannen (à 5 Liter) für Kaffee

*Mindestausstattung Software:*

Banner mit Logo (s. u.), Infomaterial (unser Aufruf, Ratsbeschluss, Ergebnisbericht „Mobilitätsstrategie Bielefeld“, Zeitungsberichte, aktuelle Pläne für Ausbau Radverkehr und ÖPNV in Bi, ...), kleine Video-Einsteiler

## 6) Zeitplan

Verständigung über die inhaltliche Plattform: bis Ostern

Sammlung Erstunterzeichner: ab 28. April

Auftakt-Presskonferenz: Mitte/Ende Mai

Beginn „Wandernder Infostand“: nach der Europawahl, also ab Anfang Juni. Ziel sollte es sein, dass zwei Infostände pro Woche stattfinden. Da die Infostände draußen stattfinden, kann die Kampagne bis Oktober laufen.

## 7) Finanzen

Die Kosten sind allenfalls grob zu schätzen:

Für Grafik/Design/Druck (Logo, Banner, Handzettel, Infomaterial ...) würde ich insgesamt ca. 500 € ansetzen.

Bei der Hardware-Ausstattung des Infostandes hoffe ich darauf, dass Unterstützerorganisationen diese Dinge kostenlos zur Verfügung stellen können.

Bedruckte Kaffeebecher sind teuer. Je nach Menge muss man mit ca. 6 € pro Stück rechnen. Bei 250 Bechern sind das immerhin 1.500 €.

An Verbrauchsmitteln fallen Kaffee, Milch, Kuchen und Obst an. Setzt man pro Stand 100 € an, so käme man bei 2 Infoständen pro Woche und 4 Monaten Aktionszeit auf ca. 3.200 €.

Also insgesamt müssen wir bei einer attraktiven Gestaltung mit mindestens 5.000 € rechnen.

## 8) Personalbedarf

Bei 2 Infoständen pro Woche und 4 Monaten Aktionszeit kommen wir auf ca. 32 Infostände. Wenn mindestens 3 Personen einen Infostand betreuen, sind wir bei ca. 100 Einsätzen. Das könnte dadurch abgedeckt werden, dass sich 25 Personen bereit erklären, über den Aktionszeitraum jeweils einen Infostand pro Monat zu betreuen.