



Klima-Allianz Hannover 2020: Energieeffizienz-Netzwerk Protokoll AG Aktionstag „Multimobil“ (Arbeitstitel)

Treffen am Dienstag, 30. August 2011, 14:00 bis 17:00 Uhr
Ort: TUI Deutschland GmbH, Karl-Wiechert-Allee 23, 30625 Hannover

TeilnehmerInnen:

Andrea Andritzky	AWD	andrea.andritzky@awd.de	0511 90205263
Botho Ahlers	Ev.-luth. Stadtkirchenverband	botho.ahlers@gmx.de	0511 3523466
Antje Pehling	Ev.-luth. Stadtkirchenverband	antje.pehling@evlka.de	0511 9878662
Bernd Spier	Hannover Rück	bernd.spier@hannover-re.com	0511 56041170
Julia Hartmann	Hannover Rück	julia.hartmann@hannover-re.com	0511 56041529
Rainer Konerding	LHH Klimaschutz- leitstelle	klimaallianz2020@hannover-stadt.de	0511 16843500
Jörg Abramowsky	NORD/LB	joerg.abramowsky@nordlb.de	0511 3615535
Lena Lawitschka	TUI Deutschland	lena.lawitschka@tui.de	0511 5674576
Michael Blum	TUI Deutschland	michael.blum@tui.de	0511 5672106
Jens Ernsting	üstra	jens.ernsting@uestra.de	0511 16682685
Udo Iwanek	üstra	udo.iwanek@uestra.de	0511 16682439
Heike Schubert	VGH Versicherungen	heike.schubert@vgh.de	0511 3622303
Rolf Ohliger	VW Nutzfahrzeuge	rolf.ohliger@volkswagen.de	0511 7984247

Moderation & Protokoll:

Annerose Hörter	4K – Kommunikation für Klimaschutz	hoerter@4k-klimaschutz.de	0511 2608 772
Julia Chiabudini	4K – Kommunikation für Klimaschutz	chiabudini@4k-klimaschutz.de	0511 2608 773

1. Konzept: Inhalte und Aktionen des Aktionstags

Die Ziele des Aktionstags wurden bereits in der ersten AG-Sitzung formuliert. Gegebenenfalls müssen die allgemeinen Ziele im Einzelfall noch konkretisiert werden. Um eine breite Wirkung zu entfalten, müssen die Ziele und Botschaften plakativer formuliert werden.

Der Multimobil-Aktionstag soll keine Konkurrenz zum Autofreien Sonntag darstellen, auch nicht terminlich. Dies soll auch in der Kommunikation deutlich hervorgehoben werden.

- Die Aktionen finden vor allem dezentral und individuell in den Unternehmen statt. Sie dienen dazu das Bewusstsein darauf zu lenken, was in den Betrieben bereits für umweltfreundliche Mobilität getan wird und wo noch Potenziale bestehen.
- Neben dem Arbeitsweg der Mitarbeiter können z.B. auch Dienstreisen und Logistik (Beschaffung) thematisiert werden.

Mögliche dezentrale Unternehmensaktionen (Ideensammlung)

- Mit wenig(er) Autos ins Büro:
 - o autofrei, Fahrgemeinschaften
 - o Mitfahrerzentrale einrichten
 - o Fahrradsternfahrt
 - o Klima-Allianz-Fahrradkarte
 - o Rad-Navigator Online + App
- Mobilitätsalternativen präsentieren
 - o Kostenlose Fahrradwartung am Arbeitsplatz durch Fahrradhändler
 - o Tandemfahrten

- Pedelecs probefahren
- Quicar (Carsharing-Angebot von VW)
- Elektromobilität
- Förderung ÖPNV: Einstieg ins Jobticket / Schnupperangebot Jobticket
- ÖPNV kostenlos anbieten
- Arbeitswege verändern
 - Firmenfahrräder
 - Alternative Arbeitswege (während der Arbeitszeit)
 - Einen Tag lang die Lifte außer Betrieb setzen
 - Videokonferenzen statt Dienstreisen
 - Telearbeit intensivieren
- Nutzung von gesperrten Betriebsparkplätzen für Aktionen
- Wettbewerb/Auszeichnungen/Preise
 - Incentives schaffen
 - „Beste Fahrgemeinschaft“
 - Größte CO₂-Einsparung
- Guerilla-Aktionen
 - Aufkleber/Kärtchen an Fahrer verteilen, die allein im Auto sitzen
- Evaluation
 - CO₂-Zähler / CO₂-Statistik pro Unternehmen
 - Abfrage am Empfang zur Anreise der Mitarbeiter

Guerilla-Aktionen bedeuten einen hohen Personaleinsatz, den die beteiligten Unternehmen gewährleisten müssten. In einzelnen Unternehmen könnte dies z.B. durch Azubis geschehen.

Diskutiert wird, ob neben den dezentralen Unternehmensaktionen auch eine zentrale Aktion stattfinden soll, die durch entsprechende Berichterstattung begleitet wird. Oberste Priorität sollte dabei eine Medienpartnerschaft haben. Diese kann durch entsprechende Anzeigenschaltung aufgebaut werden.

Vorteile einer gemeinsamen zentralen Aktion:

- Präsentationsmöglichkeit mit Werbewirkung für beteiligte Unternehmen
- Gemeinschaftsgefühl, „Belohnung“ für beteiligte Mitarbeiter
- Breite Öffentlichkeitswirkung über Unternehmen hinaus
- Macht Aktionstag erlebbar
- Bietet Möglichkeiten, die von dezentralen Aktionen nicht geleistet werden können

Nachteile einer gemeinsamen zentralen Aktion:

- Hoher Organisationsaufwand
- Ausschluss von Mitarbeitern, die zum Zeitpunkt der Aktion arbeiten
- Konkurrenz / Dopplung zu Autofreiem Sonntag
- Finanzierung offen: welche Kosten fallen an, wer trägt die Kosten etc.

2. Planung

Für die weitere Planung des Multimobil-Aktionstags wurden Ideen zum zentralen Aktionsablauf und der gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit gesammelt.

Zentrale gemeinsame Aktionen / Aktionsablauf / Kommunikation (Ideensammlung)

- Ziele:
 - weniger CO₂ auf dem Arbeitsweg
 - möglichst geringer Mehraufwand im Unternehmen
 - Multimobilität erlebbar machen
- Im Vorfeld:
 - Weg zur Arbeit neu planen (lassen)
 - üstra-Mobilitätsberater kommen in die Unternehmen (evtl. mit Schnupperabo)

- Aktionen
 - o Zusätzlicher Bahneinsatz (mehr Fahrgäste)
 - o CO₂-Rabattmarkenkarten
 - o Prämierung: originelle selbstgebaute Personenbeförderungsmittel, die nur mit menschlicher Muskelkraft angetrieben werden
- Zentrale Werbeaktionen
 - o Plakatserie: Unternehmensbeiträge im gemeinsamen Layout
 - o Elektrofahrzeuge der Betriebe (mit Ökostrom betrieben) präsentieren
- Abschluss am Abend
 - o Sternfahrt unter bestimmtem Motto
 - o Nutzung vorhandener Infrastruktur, z.B. Kooperation mit Gastronomie in der Innenstadt (Getränkegutschein o.ä.)

Herr Iwanek prüft intern, inwiefern üstra für den Aktionstag ein Jobticket-Schnupperangebot und/oder Mobilitätsberatung in den Unternehmen anbieten kann. Denkbar ist eine Kombination: Wer eine Mobilitätsberatung in Anspruch nimmt, erhält daraufhin eine vergünstigte Fahrt o.ä.

Hinsichtlich einer zentralen gemeinsamen Präsentation/Aktion bestehen verschiedene Optionen.

- Eigenständige „Multimobil“-Veranstaltung (am „Multimobil“-Aktionstag)
- Teilnahme an einer bestehenden Veranstaltung wie z.B. dem Autofreien Sonntag, der AOK-Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ o.ä. (ggf. nicht direkt am „Multimobil“-Aktionstag)

Öffentlichkeitsarbeit (Ideensammlung)

- Medienpartnerschaft (Print, Radio) – Anzeigen
- Im Vorfeld:
 - o „Identitätsmarke“ (Statement)
 - o Zentrale Pressearbeit
 - o Countdown (z.B. mit HAZ-Berichterstattung) - „Warmup“-Kolumne aller Beteiligten
 - o x-city Medien, Presse, Plakate
 - o Fahrgast-TV: Werbeinfo
 - o „Interview“ mit dem Motto: Ihr Arbeitsweg
 - o Provokante Vorab-Werbung
 - o Plakatserie (Timing!)
 - o „Visitenkarten“ an Autos verteilen
- Zentrale Pressekonferenz (z.B. mit OB, Geschäftsführern, Vorstand)
- CO₂ veranschaulichen
 - o Klimarechner prominent platzieren (CO₂-Einsparung auf Thermometer o.ä.)
 - o „Kühe“ (= Veranschaulichung für CO₂-Mengen finden – denkbar auch: Bäume, „Durchschnitts-Auto“)
 - o Flyer mit CO₂-Fußabdruck
 - o CO₂-Rechner im Fahrgastfernsehen der üstra (Vergleich verschiedene Verkehrsmittel)
- „heute fahre ich grün“-Schilder
- Facebook-Event: Fahrgemeinschaft, Radtour...
- Klimaschutz = Gesundheitsschutz vor Ort, persönlicher Gewinn

Für die Öffentlichkeitsarbeit sollte ein gemeinsames „Dach“ (Plakate, Flyer etc. im einheitlichen Layout) entwickelt werden, unter dem die beteiligten Unternehmen ihre eigenen Aktivitäten durchführen können.

3. Finanzierung

Die entstehenden Kosten werden durch die stattfindenden Aktionen bestimmt:

- Zentrale Aktion: Organisation und Koordination, evtl. Schnupperabo/Jobticket
- Zentrale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: z.B. Flyer, Plakate (Gestaltung, Druck + Plakatflächen); Fahrgastfernsehen

Eine verpflichtende Abgabe aller beteiligten Einrichtungen zur Finanzierung einer zentralen Aktion wäre kontraproduktiv. Als mögliche Sponsoren können die beteiligten Unternehmen angefragt werden. Hierfür muss den Marketingabteilungen der Werbeeinflussung der Aktion deutlich gemacht werden. Vor einer Ansprache der Marketingabteilungen muss daher feststehen, welche Aktion(en) geplant ist/sind.

Dazu ist eine Entscheidung nötig, ob es eine gemeinsame, zentrale Veranstaltung geben soll und wie diese gestaltet wird, oder ob der Aktionstag nur dezentral in den beteiligten Unternehmen stattfindet.

Alle dezentralen Aktionen werden von den ausrichtenden Unternehmen intern finanziert.

4. Sonstiges

Der Termin des Aktionstags sollte bald festgelegt werden. Er sollte

- nicht in Konkurrenz zum Autofreien Sonntag (20. Mai 2012) treten;
- außerhalb der Sommerferien (23. Juli bis 31. August 2012) liegen.

5. Weiteres Vorgehen der AG

Mit dem Protokoll wird ein Positionspapier verfasst, das nach Rücksprache mit den AG-Teilnehmern dem Energieeffizienz-Netzwerk zur Verfügung gestellt wird. Am 22. September 2011 stellt die AG ihre Zwischenergebnisse dem Netzwerk vor, diskutiert das Konzept und sammelt weitere Anregungen. Ziel ist, weitere Unternehmen für den Aktionstag zu gewinnen und zu klären, ob eine gemeinsame, zentral organisierte Aktion gewünscht wird.

Das nächste Treffen der AG findet statt am Donnerstag, den 06. Oktober 2011 von 14:00 bis ca. 17:00 Uhr bei der TUI Deutschland GmbH, Karl-Wiechert-Allee 23, 30625 Hannover.

Themen des nächsten Treffens sind u.a.:

- Erfahrungsbericht des Organisationsteams des „Autofreien Sonntags“
- Terminfestlegung
- Inhaltliche Vertiefung: Konkretisierung der gemeinsamen/zentralen Aktion
- Erste Organisationschritte

→ Anlage: **EEN_AG Multimobil_2011-08-30_Positionspapier.pdf**

Hannover, 19. September 2011

Gez. Julia Chiabudini,
4K – Kommunikation für Klimaschutz