

## Die Kampagne – Anlass und Ziel

Um Mobilstationen bekannt zu machen und fest in der Alltagsmobilität der Menschen zu verankern, reicht es nicht aus, die verschiedenen Mobilitätsangebote infrastrukturell einzurichten. Die Mobilstationen müssen für die Öffentlichkeit erlebbar gemacht und Bürger\*innen konkret angesprochen und mitgenommen werden, um eine nachhaltige Verhaltensänderung ihrer Alltagsmobilität zu bewirken. Im Rahmen des Projekts „MOST – Mobilstationen RegioKöln“ wurde dafür eine Kommunikations- und Marketingstrategie zur Bekanntmachung und Bewerbung der pilotierten Mobilstationen entwickelt (mehr Infos siehe bitte Onepager Modellprojekt).

## Wann läuft die Kampagne? Wer ist beteiligt?

Die Kampagne läuft vom 22.8. bis 23.9.2022. Sie wird modellhaft in Kooperation mit den Städten Troisdorf und Kerpen umgesetzt. Lokal beworben werden die neuen Mobilstationen am Bahnhof Kerpen-Horrem sowie an den Bahnhöfen Troisdorf und Spich. Koordiniert wird das Projekt durch das Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie. Weitere Partner\*innen sind der Nahverkehr Rheinland (NVR), das Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und die Bergische Universität Wuppertal. Im Unterauftrag wirken Jung Stadtkonzepte und die Kommunikationsagentur tippingpoints am Projekt mit, die die Kampagne entworfen hat. Gefördert wird das Projekt mit Mitteln aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und dem Wirtschaftsministerium NRW.

## Aus welchen Bausteinen besteht die Kampagne?

- Werbemittel (Flyer, Plakate, Postwurfsendung)
- Social-Media-Kommunikation
- Umsteigeaktion „Gib den Schlüssel ab! Zwei Wochen ohne eigenes Auto“
- Du gibst den Ton an! Das Mobilitäts-Schnupper-Event an deiner Mobilstation

## Die Kampagnenmotive



Mehr Infos auf [www.mobil.nrw/mobilstationen](http://www.mobil.nrw/mobilstationen)