



Mobilitäts-Aktionstage für Beschäftigte

Empfehlungen für eine erfolgreiche Planung und Durchführung



Der hohe Pkw-Anteil im Berufsverkehr führt für viele Unternehmen zu Problemen – vom Parkraumbedarf über störende Parksuchverkehre bis hin zu einem erhöhten Krankenstand. Dabei gibt es an den meisten Standorten für viele Beschäftigte durchaus gute Alternativen zur Fahrt mit dem eigenen Auto. Damit Optionen wie Bus und Bahn, Fahrrad und Fahrgemeinschaften stärker genutzt werden, müssen sie nicht nur attraktiv genug sein. Die Beschäftigten müssen sie auch kennen und in ihrer Qualität richtig einschätzen! Kommunikation spielt daher eine wichtige Rolle im betrieblichen Mobilitätsmanagement.

Mobilitätsangebote ausprobieren

Eine Maßnahme, die sich hier sehr bewährt hat, sind Mobilitäts-Aktionstage: Den Beschäftigten werden verschiedene Angebote und Lösungen für einen günstigen, gesunden und umweltfreundlichen Weg zur Arbeit präsentiert. Im Zentrum steht das Ausprobieren: Mit einem Pedelec fahren, den digitalen Buchungsprozess eines Carsharing-Autos durchspielen oder sich die neueste Nahverkehrs-App erklären lassen – bei Aktionstagen kommen Beschäftigte hautnah mit aktuellen Mobilitätsthemen in Kontakt. Das kann sich sehr positiv auf ihre zukünftigen Arbeitswege auswirken.

Mit einem Mobilitäts-Aktionstag für Beschäftigte lassen sich folgende Ziele erreichen:

- Informationsdefizite über Anreisemöglichkeiten zum Betrieb beseitigen,
- Hemmungen zur Nutzung unbekannter Verkehrsmittel abbauen,
- vorhandene Mobilitätsangebote im Betrieb bewerben sowie
- Anlässe und Impulse zur Beschäftigung mit dem eigenen Arbeitsweg schaffen.

Ein Mobilitätsaktionstag ist allerdings kein Selbstläufer. Damit die Veranstaltung ein Erfolg wird, bedarf es guter Planung und Vorbereitung. Es ist nicht einfach, die Beschäftigten zur Teilnahme zu motivieren. Im Rahmen des vom Bundesumweltministerium geförderten Projekts „Gute Wege zur guten Arbeit“ hat der ACE Auto Club Europa e.V. von 2016 bis 2018 bundesweit in 60 Betrieben Mobilitäts-Aktionstage organisiert. Viele tausend Beschäftigte haben an den Veranstaltungen teilgenommen. Auf Basis dieser Erfahrungen stellen wir im Folgenden einige Handlungsempfehlungen zusammen. Sie sollen Interessierten dabei helfen, eigene Idee zu strukturieren und einen erfolgreichen Mobilitätstag in ihrem Betrieb durchzuführen.



Von Anfang an die Zielgruppe im Blick haben

„Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“: Um die Veranstaltung so attraktiv wie möglich zu gestalten, gilt es, aus der Nutzerperspektive heraus zu denken und zu planen. Was wünschen sich die Kolleginnen und Kollegen auf dem Weg zur Arbeit? Welche Angebote passen zu Standort und Betrieb? Gibt es konkrete Probleme und Erwartungen im Bereich der Mobilität? Wenn die Schicht um vier Uhr morgens beginnt und der erste Bus erst um fünf Uhr im Betrieb ankommt, macht die Einführung und Bewerbung eines Jobtickets wenig Sinn – selbst wenn es der Arbeitgeber großzügig bezuschusst. Wirkungsvoller können hier Informationen über Fahrgemeinschaften und ihre Förderung sein.

Den richtigen Zeitpunkt wählen

Der Zeitraum des Aktionstags sollte klug gewählt sein. Er sollte zu den Pausenzeiten und Arbeitsabläufen im Unternehmen passen. Eine dreistündige Veranstaltung um die Mittagspause herum kann effektiver sein als ein zehnstündiger Informations-Marathon. Durch den begrenzten Zeitraum wird die Veranstaltung voller und lebendiger, da sich die Beschäftigten nicht auf den ganzen Tag verteilen. Möglicherweise gilt es dabei aber auch, Beschäftigte im Schichtdienst oder Teilzeitkräfte zu berücksichtigen.

TIPP: Stolperfalle Arbeitszeit

Wenn der Besuch des Aktionstags nicht während der Arbeitszeit ermöglicht wird, sondern hierfür Freizeit zu opfern ist, wird die Beteiligung sehr gering ausfallen!

Einen passenden Ort finden

Der Veranstaltungsort ist ein entscheidender Faktor. Überlegen Sie, wo sich die Belegschaft häufig aufhält! Je näher an der Cafeteria, dem Haupteingang oder der Stechuhr, desto mehr Beschäftigte besuchen den Aktionstag. Die wenigsten Mitarbeiter werden Umwege für den Besuch der Veranstaltung auf sich nehmen. Kommen Sie vielmehr mit dem Aktionstag zu den Beschäftigten und stellen Sie sich Ihnen mit den Angeboten in den Weg! Wichtig: Wenn die Veranstaltungsflächen öffentlich zugänglich sind, ist ggf. eine Anmeldung bei der GEMA nötig.



Authentisch und alltagsnah sein

Es kommt nicht auf die Größe des Aktionstags an, sondern auf Anschlussfähigkeit an den Alltag der Beschäftigten: Wer Menschen für das Radfahren begeistern will, braucht keine aufwendige Plakatkampagne für mehr Klimaschutz oder einen riesigen Fuhrpark hochpreisiger Testfahrräder. Begeisterung für das Verkehrsmittel lässt sich viel besser über authentische Beispiele und persönliche Eindrücke erzeugen. Die Möglichkeit, ein E-Bike zu testen, ist wichtig. Aber preiswertere Modelle entsprechen vielleicht eher dem Budget vieler Beschäftigter. Fragen Sie lokale Aussteller an, die alltagsnahe Lösungen anbieten: Radhändler, Nahverkehrsunternehmen, Leihradanbieter, Carsharing-Anbieter sowie Vereine und Verbände aus der Region wie den ACE Auto Club Europa oder den ADFC. Damit sind Sie näher an der Realität der Beschäftigten als beispielsweise mit einem Brennstoffzellen-Fahrzeug.

Eigene Angebote präsentieren

Informieren Sie auf dem Aktionstag unbedingt auch über die Mobilitätsangebote des eigenen Unternehmens: Wo können Beschäftigte Räder ausleihen und wie funktioniert die Nutzung von Carsharing-Fahrzeugen für Dienstfahrten? Aktionstage bieten Ihnen die Möglichkeit, direkt mit den Beschäftigten über das Thema Mobilität zu sprechen. Informationen aus erster Hand sind viel wirkungsvoller als jedes Intra-



net. So kann im Rahmen des Aktionstags beispielsweise der für die Verwaltung des Jobtickets zuständige Mitarbeiter Fragen zum Thema beantworten und über die Vorteile des Tickets informieren. Bauen Sie auf diese Weise Vorbehalte ab und erhöhen Sie die Inanspruchnahme Ihrer Mobilitätsangebote.

Übersicht möglicher Aussteller

Aussteller	Angebot
Verkehrsunternehmen und/oder -verbünde	Beratung zu Verbindungen und Tarifen, ggf. Jobticket
Fahrradhändler	Testfahrten mit Pedelecs, Falträdern und Lastenrädern, Fahrradcheck
ADFC	Fahrrad-Codierung
Lokale Carsharing-Anbieter	Informationen zu Tarifen, Probefahrten
ACE oder andere Mobilitätsberater	Computergestützte, individuelle Arbeitswegberatung mit Verkehrsmittelvergleich
Krankenkasse oder Berufsgenossenschaft	Beratung zur ergonomischen Einstellung und Nutzung des Fahrrads
relevante Abteilungen aus dem eigenen Unternehmen	Information und Beratung zu eigenen Angeboten wie Jobticket, Dienstrad-Leasing, Corporate Carsharing etc.

Gezielt bewerben

Die Veranstaltung sollte rechtzeitig und möglichst wiederholt beworben werden. Auch das Kommunikationsmedium muss zur Belegschaft passen. In manchem Unternehmen werden Hinweise im Intranet nur von wenigen Beschäftigten wirklich wahrgenommen. Informieren Sie daher auch auf der Betriebsversammlung und im Mitarbeitermagazin, und schicken Sie allen Kolleginnen und Kollegen einen Terminblocker per E-Mail. Bei der Gelegenheit könnten Sie sogar abfragen, welche Angebote sich die Beschäftigten wünschen. Am besten wird die eigene Kommunikationsabteilung frühzeitig einbezogen, um alle Kommunikationswege bestmöglich zu nutzen und gute Werbematerialien im Design der Firma zu erstellen.

TIPP: Gewinne ziehen immer!

Wenn Ihnen wirklich viel am Gelingen des Aktionstags liegt, dann denken Sie doch einmal über ein Gewinnspiel nach! Attraktive Preise mit Mobilitätsbezug wie beispielsweise Fahrradtaschen oder Monatskarten für den ÖPNV wirken Wunder für die Teilnahmebereitschaft der Beschäftigten. Vielleicht ist ja ein Fahrradhändler oder ein Verkehrsunternehmen bereit, entsprechende Gewinne zu sponsern. Manch ein Betrieb lobt sogar ein Faltrad aus.





Gemeinsam gestalten

Wenn der Veranstaltungstag gekommen ist, zeigen Sie den Beschäftigten, wie wichtig Ihnen der Aktionstag ist. Eröffnen Sie den Aktionstag gemeinsam mit der Geschäftsführung. Erlauben Sie der Belegschaft den Besuch der Veranstaltung während der Arbeitszeit. Schaffen Sie eine positive Mitmach-Kultur! Belohnen Sie z.B. Kolleginnen und Kollegen, die am Veranstaltungstag ohne Auto zur Arbeit kommen oder organisieren Sie an diesem Tag eine gemeinsame Fahrradfahrt zum Betrieb.

Fazit: Langfristiger Nutzen

Zu guter Letzt: Bewerten Sie den Erfolg des Aktionstages realistisch. Erwarten Sie nicht, dass alle Beschäftigten teilnehmen. Sehen Sie die Erfolge langfristig und geben Sie dem Veranstaltungsformat Zeit, in den Köpfen der Kolleginnen und Kollegen anzukommen. Auch was die Aussteller angeht, sind realistische Erwartungen hilfreich: App-Entwickler, Fahrgemeinschaftsbörsen und Hersteller von modernen Elektrorollern haben oft nicht die Ressourcen, bundesweit an Aktionstagen für einige hundert Teilnehmer teilzunehmen.

TIPP: Kombination mit bestehenden Formaten

Es bietet es sich an, Mobilitätsaktionstage mit bestehenden Gesundheits- oder Umwelttagen zu kombinieren. Das erleichtert nicht nur die Organisation der Veranstaltung, sondern sorgt häufig auch für höhere Teilnehmerzahlen.

oder Startpunkt der unternehmenseigenen Mobilitätsstrategie sein und langfristigen Nutzen haben. Ein Aktionstag macht das Thema nachhaltige Mobilität für die Beschäftigten greifbar und wirkt positiv auf ihre Verkehrsmittelwahl. Darüber hinaus ermöglicht es die Veranstaltung, Netzwerke zum Thema zu bilden. Es lohnt sich, die Kontakte zu verstetigen, die auf einem Aktionstag entstehen: sei es zu interessierten Beschäftigten, engagierten Entscheidungsträgern oder den ausstellenden Mobilitätsdienstleistern.

Über das Projekt „Gute Wege“

„Gute Wege zur guten Arbeit“ ist ein Projekt des Auto Club Europa e.V. Das Projekt setzt sich für die Verbreitung von Mobilitätsmanagement in Betrieben ein und stärkt nachhaltige Mobilitätslösungen wie Fahrgemeinschaften, öffentliche Verkehrsmittel oder den Radverkehr.



„Gute Wege“ wird im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative vom Bundesumweltministerium gefördert. Partner sind der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB) und seine Mitgliedsgewerkschaften. Das Projekt läuft von Juni 2015 bis Ende September 2018.

Weitere Infos: www.gute-wege.de

Ein Projekt des:



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mit Unterstützung von:

