

Zielgruppenorientierung und -motivation

Information ist der Schlüssel zur Verhaltensänderung

Neben der Verfügbarkeit von Mobilitätsoptionen, deren Qualität und Zugänglichkeit, ist der Informationsstand über eben diese Optionen entscheidend für die Nutzung von Angeboten. Eine zielgruppengerechte Ansprache von Personen ist notwendig, setzt jedoch Wissen zu den Informationsbedürfnissen und Kommunikationspräferenzen verschiedener Personengruppen voraus. Das CMC unterstützt bei der Beantwortung der folgenden Fragen:

- ✓ Welche Gruppen reagieren auf welche Argumente für Verhaltensänderung (z.B. Gesundheit, Umwelt, Kosten, Image)?
- ✓ Welche Kommunikationswege und -instrumente können eingesetzt werden, um die Zielgruppe zu erreichen?
- ✓ Welche Informationen braucht die Zielgruppe, um ihr Verhalten zu ändern?

Punkten Sie mit typengerechter Information und Kommunikation

Häufig scheitert nachhaltiges Verhalten am Informationsstand. Mobilitätsangebote sind den BewohnerInnen oder MitarbeiterInnen nicht bekannt, gängige Bewerbungen sprechen die Zielgruppe kaum nicht an.

Typengerechte Information und Kommunikation wird von Personen leichter wahrgenommen und verarbeitet. Die Botschaft kommt bei den AdressatInnen an, die durch zusätzliche Informationen und Wissen Entscheidungen zur Wahl der Fortbewegungsart treffen können. Unser Klassifikationsansatz liefert zudem:

- ✓ ein tieferes Verständnis von Mobilitätsverhaltensmustern
- ✓ einen Ausgangspunkt für zielgerichtete Strategien zur Förderung erwünschten Mobilitätsverhaltens
- ✓ eine Entscheidungsgrundlage für verschiedene Interessengruppen

Gemeinsame Erarbeitung der Zielgruppenansprache

Gemeinsam mit dem CMC werden das Zielgebiet, die Zielgruppe(n) und die Bandbreite der Befragung festgelegt. Es kann aus verschiedenen Angebotspaketen gewählt werden, die unterschiedliche Aspekte (Imagekommunikation, Planungskommunikation) stärker oder schwächer beleuchten.

Das CMC (Centre for Mobility Change – Zentrum für Mobilitätsverhaltensänderung) sammelt Wissen zu Potentialen und Herausforderungen der Mobilitätsverhaltensänderung im digitalen Zeitalter und gibt dieses an AkteurInnen weiter, die mit Verkehrsproblemen konfrontiert sind, Lösungen dazu erarbeiten bzw. entwickeln, die mit Mobilitätsverhaltensänderung in Verbindung stehen.

Das CMC fördert dabei die Berücksichtigung des „Faktors Mensch“ und befähigt dazu, Verhaltensaspekte in die Entwicklung von Lösungen, Produkten, Dienstleistungen und Prozessen einzubeziehen.

Kontakt: CMC c/o Universität Innsbruck – Arbeitsbereich Intelligente Verkehrssysteme
Technikerstraße 13, 6020 Innsbruck, Tel: +43 (0) 512 507 / 62401, E-Mail: info@changemobility.at