



Frühlingsforum der Städtekonferenz Mobilität

Bern, 26. April 2024

Kommunikation für eine nachhaltige städtische Mobilität

Für eine nachhaltigere Gestaltung der städtischen Mobilität, müssen das Zufussgehen, der öffentliche Verkehr und das Velofahren verstärkt werden. Um eine Verlagerung auf diese drei Säulen einer flächen- und energieeffizienten Mobilität zu fördern, bauen die Städte ihre Fussgänger-, Velo- und öffentlichen Verkehrsnetze laufend aus. Für einen Teil der Nutzerinnen und Nutzer sind diese neuen Mobilitätsangebote jedoch mit Verhaltensänderungen verbunden. Die Städte bemühen sich daher, die Möglichkeiten dieser neuen Angebote durch Kommunikationsmassnahmen bekannt zu machen. Wie können sie diese Informationen effektiv an ihre Bevölkerung und die Pendler, die täglich in städtisches Gebiet fahren, weitergeben? Wie werden die Prozesse der Neugestaltung des öffentlichen Raums und insbesondere der Lärmschutzmassnahmen kommunikativ begleitet? Und wie kann eine gute Kommunikation den Übergang zu einer nachhaltigen städtischen Mobilität erleichtern? Dieses Frühlingsforum hat Antworten auf diese Fragen skizziert.

Wie üblich hielt der Präsident der SKM, **Adrian Borgula**, eine Einführung zu diesem Forum. Darin betonte er die Bedeutung der gewählten Thematik. Ohne eine Kommunikation, die die täglichen Bewohnerinnen und Besucher der Städte tatsächlich erreicht, kann die Entwicklung der Infrastruktur und des Verkehrsangebots ihr Potenzial nicht voll ausschöpfen. Auch die Umlenkung von Reisegewohnheiten auf Verkehrsmittel, die wenig Platz und Energie verbrauchen, erfordert eine sorgfältige Kommunikation. Die Herausforderungen, vor denen die Städte stehen, sind gross, die Plattform für den Austausch von guten und weniger guten Erfahrungen, die die SKM bietet, ist unverzichtbar.

Der Kanton Basel-Stadt möchte den Stellenwert des Zufussgehens, des Velofahrens und des kombinierten Verkehrs auf seinem Gebiet stärken. Um dies zu erreichen, hat er die Kommunikationsplattform "[Basel unterwegs](#)" ins Leben gerufen. **Céline Klauser-Gysi** stellte die Entstehung dieses Projekts sowie verschiedene Beispiele für durchgeführte Kampagnen vor. Zunächst listete sie die gesetzlichen Grundlagen in Basel auf, die die Kommunikation zu einem wichtigen Glied in der Förderung einer nachhaltigen Mobilität machen. Anschliessend wurden die drei Kategorien von Aktionen des Programms vorgestellt: Kommunikationskampagnen, eine Informationsplattform und eine "Mobilitätswoche". Das gemeinsame Ziel dieser verschiedenen Aktionen ist es, eine Veränderung der Mobilitätsgewohnheiten der Menschen auszulösen. Céline Klauser-Gysi betonte die Bedeutung und das Reichweitenpotenzial von Online-Aktionen, wobei Videos ein sehr beliebtes Mittel seien. Es ist jedoch festzustellen, dass es im Mobilitätssektor wie auch anderswo oft schwierig ist, die Wirkung einer Kommunikationsmassnahme genau zu bewerten. Die folgenden vier Prinzipien sollten dabei helfen, die Wirkung zu maximieren: motivieren, inspirieren, bekannt machen und informieren.

Die Stadt Freiburg hat im Oktober 2023 75% ihres Strassennetzes auf Tempo 30 umgestellt. Um diese Änderung zu begleiten, wurde eine intensive Informations- und Kommunikationskampagne durchgeführt. **Pete Mager und Thomas Dollé** von by the way studio stellten den Inhalt dieser Kampagne mit dem Titel "Love 30" vor. Die gemeinsam mit der Stadt festgelegten Ziele waren unter anderem, die Aufmerksamkeit auf das neue Tempolimit auf klare und schnell erkennbare Weise zu lenken, Sympathie zu wecken, einen Slogan zu haben, der auf alle Kommunikationsmittel (Print und digital) übertra-



gen werden kann, und auf Deutsch und Französisch zu funktionieren. Anschliessend wurden die in dieser Kampagne verwendeten Visualisierungen vorgestellt: Plakate (gedruckt und digital), Frage- und Antwortserien zu Tempo 30, ein einfacher Hashtag (#Love30), Clips auf den Bildschirmen der Busse, Aufkleber mit der Karte des Strassennetzes, etc. Dieser einfache, aber effektive Inhalt kann leicht in den Farben anderer Städte gestaltet werden. Die Kampagne war ein unerwarteter Erfolg, der weit über die Kantonsgrenzen hinausging.

Als dritte Rednerin des Nachmittags stellte die Zürcher Stadträtin **Simone Brander** die neue Strategie der Stadt, "Stadtraum und Mobilität 2040", vor. Die Kommunikation spielt eine wichtige Rolle, wenn die Stadt die festgelegten Ziele erreichen will, lebenswerter und klimaneutral zu werden. Eine zentrale Herausforderung besteht darin, "den Wandel zu kommunizieren", und zwar auf klare und emotionale Weise. Eine kohärente Kommunikation ist auf allen Ebenen verankert: Strategie, Konzept und Projekt. Effektiv zu kommunizieren, bedeutet auch, potenziell negative Reaktionen zu antizipieren. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der von der Stadt Zürich eingeschlagene Weg über die greifbare Visualisierung des zukünftigen Zustands der Stadt, die Vermittlung klarer, greifbarer und kohärenter Botschaften, die frühzeitige Einbindung der betroffenen Akteure und Geduld führt.

Schliesslich teilte **Pedro Homem de Gouveia**, Senior Policy Advisor beim europäischen Städtenetzwerk POLIS, einige allgemeine Überlegungen zur Kommunikation über Mobilität mit. Er ging auf die erfolgreichen Ansätze ein, die die Automobilindustrie in den letzten Jahrzehnten angewandt hat, und teilte dann die Erfahrungen verschiedener europäischer Städte: Brüssel mit seiner originellen Kampagne zur Förderung des Zufussgehens, Paris mit seinen einfachen, klaren und effektiven Kommunikationsmitteln, Bologna mit seiner Kampagne zur Erklärung der positiven Auswirkungen von Tempo 30, Newham mit seiner Art, die Einführung von verkehrsberuhigten Zonen zu begleiten, usw.

Anschliessend wurden **Lena Frank**, Gemeinderätin in Biel, **Katrin Bernath**, Stadträtin in Schaffhausen, und **Stefano Kunz**, Stadtrat in Schlieren, zu einer Gruppendiskussion eingeladen. Alle drei betonten, wie wichtig der Erfahrungsaustausch im Bereich der Kommunikation sei. Die Städte führen Kampagnen durch und ergreifen unterschiedliche und innovative Massnahmen. Die SKM sollte als Bindeglied zwischen ihren Mitgliedern fungieren, ein Monitoring dessen, was in den Städten getan wird, sicherstellen und eine Diskussionsplattform zur Verfügung stellen. Lena Frank ging auf die von der Stadt entwickelten Kommunikationsinstrumente ein, wie z.B. die Mobilitätskarte von Biel. Katrin Bernath erläuterte, wie die Stadt das Pilotprojekt für geteilte Mobilität "Sharehausen" mit Kommunikationsmassnahmen begleitet. Stefano Kunz schliesslich präsentierte die Sicht einer kleinen Agglomerationsstadt auf das Thema. Abschliessend stellten alle drei fest, dass es keine Wunderlösungen gibt und dass die zu ergreifenden Kommunikationsmassnahmen von Kontext zu Kontext variieren. Sie begrüssen jedoch die interessanten Ansätze, die heute vorgestellt wurden.

Im Anschluss an die angeregten Diskussionen fasste der Präsident der SKM und Luzerner Stadtrat **Adrian Borgula** in seiner traditionellen Rede die zentralen Botschaften der Frühjahrstagung zusammen. Er stellte fest, dass die SKM eine zentrale Rolle im Bereich des Erfahrungsaustausches einnehmen müsse. Die Kommunikation rund um die Mobilität sei in jeder Stadt, unabhängig von ihrer Grösse, eine Herausforderung. Durch den Austausch von guten und schlechten Erfahrungen können Städte vermeiden, Fehler zu wiederholen, die bereits anderswo gemacht wurden, und Inspirationen für ihre Arbeit finden. Die SKM wird sich in Zukunft erneut mit diesem zentralen Thema befassen.



Im Anschluss ergriff Esther Keller, Regierungsrätin des Kantons Basel-Stadt und ab dem 1. September 2024 Präsidentin der SKM, das Wort und dankte Adrian Borgula herzlich für seinen wertvollen Einsatz während vier Jahren an der Spitze der SKM und während elf Jahren im Vorstand der Konferenz. Die SKM dankte auch ihrem Geschäftsführer, Nathanaël Bruchez, der den Städteverband per 31. Juli verlassen wird.

Zusätzliche Informationen:

Weitere Informationen: www.skm-cvm.ch

Zusätzliche Fragen: info@skm-cvm.ch